

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:38) Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sesuai dengan pengertian diatas bahwa objek penelitian adalah sesuatu yang akan diteliti dan dipelajari. Objek dalam penelitian ini adalah Pengaruh Lokasi usaha Dan Inovasi produk Terhadap Keunggulan bersaing Pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi, Penelitian ini dilakukan dengan memilih responden para pengusaha Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian menurut Sugiyono (2009) adalah metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan

verifikatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui pengaruh atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2014:147) adalah metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah satu sampai lima. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data dapat dikumpulkan, dianalisis, dan ditarik kesimpulan dengan teori-teori yang telah dipelajari, untuk kemudian ditarik kesimpulan. Adapun tujuan penelitian Deskriptif menurut Husein Umar (2012:47) yaitu untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.

Pendekatan verifikatif menurut Sugiyono (2014 : 21) adalah : “metode verifikatif adalah memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan”.

Tujuan dari metode verifikatif yaitu merupakan pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif melalui suatu perhitungan statistik, Penelitian yang digunakan untuk menguji variabel X1 dan X2 pengaruhnya

terhadap Y yang akan diteliti. sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Adapun obyek yang di uji dalam penelitian ini adalah ”Pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan bersaing Pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi”.

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan, penelitian ini menggunakan Metode Survei Penjelasan (*Explanatory Survey Method*). Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dalam penelitian akan digunakan statistika yang cocok, untuk itu dalam analisis menggunakan *multiple regression* (regresi berganda).

3.2.1 Desain Penelitian

Sebelum melakukan penelitian sangatlah perlu kita melakukan suatu perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan sistematis.

Desain penelitian menurut Indrianto Nur dan Supomo Bambang (2012:249) adalah sebagai berikut :

“Desain Penelitian adalah rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data.”

Dari uraian di atas tersebut maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh penulis dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data.

Menurut Sugiyono (2014:13) menjelaskan proses penelitian disampaikan seperti teori sebagai berikut :

Proses penelitian meliputi :

1. Sumber Masalah
2. Rumusan Masalah
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Pengajuan hipotesis
5. Metode penelitian
6. Menyusun instrumen penelitian
7. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan proses penelitian diatas maka proses penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sumber Masalah

Peneliti melakukan survey awal untuk menentukan fenomena yang terjadi untuk dijadikan sebagai dasar penelitian.

2. Rumusan Masalah

Penelitian ini merumuskan masalahnya sebagai berikut:

- a. Bagaimana tanggapan responden terhadap Pengaruh lokasi usaha yang ada di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.

- b. Bagaimana tanggapan responden terhadap inovasi produk yang ada di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi
- c. Bagaimana tanggapan responden terhadap keunggulan bersaing yang ada di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi
- d. Seberapa besar pengaruh lokasi usaha dan inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi secara parsial dan simultan.

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

Untuk menjawab hipotesis penelitian ini yang terdapat dalam rumusan masalah maka diperlukan sumber data teoritis yang relevan atau dalam penelitian sebelumnya dengan tema yang sama untuk digunakan dalam menjawab pertanyaan sementara.

4. Pengajuan Hipotesis

Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (factual) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat dalam penelitian ini adalah Pengaruh Lokasi usaha dan Inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.

5. Metodologi Penelitian

Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif.

6. Menyusun Instrument Penelitian

Instrument ini digunakan sebagai alat pengumpul data. instrument pada penelitian ini berbentuk data yang didapatkan dari data yang diterima dari Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi yang termasuk kedalam penelitian. Teknik yang digunakan untuk menggunakan data-data kualitatif yang diperoleh menjadi urutan data kuantitatif adalah dengan menggunakan Skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

7. Kesimpulan

Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat digambarkan desain dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis penelitian	Metode yang digunakan	Unit Analisis	Time Horizon
T-1	<i>Descriptive</i>	<i>Descriptive dan Survey</i>	<i>Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi</i>	<i>Cross Sectional</i>
T-2	<i>Descriptive</i>	<i>Descriptive dan Survey</i>	<i>Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi</i>	<i>Cross Sectional</i>
T-3	<i>Descriptive</i>	<i>Descriptive dan Survey</i>	<i>Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi</i>	<i>Cross Sectional</i>
T-4	<i>Descriptive & Verifikatif</i>	<i>Descriptive dan eksplanatory Survey</i>	<i>Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi</i>	<i>Cross Sectional</i>

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Sugiyono (2014:38) dalam buku “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D”, menjelaskan definisi mengenai variabel penelitian:

“Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Operasionalisasi variabel dimaksudkan untuk memperjelas variabelvariabel yang diteliti beserta pengukuran-pengukurannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian, yaitu:

1. Variabel bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), Sugiyono (2014:39). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas, yaitu Lokasi usaha (X_1) dan Inovasi produk (X_2).

2. Variabel terikat (*Dependent variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, Sugiyono (2014:39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keunggulan bersaing (Y)

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Lokasi Usaha (X_1)	Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.	1. Ketersediaan lahan parkir 2. Tempat yang cukup luas	1. Tingkat Ketersediaan lahan parkir 2. Tingkat Tempat yang cukup luas 3. Tingkat Lokasi	Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
	Fandy Tjiptono (2015:345)	3. Lokasi banyak dilalui transportasi 4. Lokasi Strategis	banyak dilalui transportasi 4. Tingkat Lokasi Strategis	
		Fandy Tjiptono (2015:345)		
Inovasi Produk (X ₂)	Inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain Kotler (2016:454)	1. Keunggulan Relatif 2. Komplabilitas 3. Divisibilitas 4. Komunikabilitas	1. Tingkat keunggulan produk masing-masing 2. Tingkat kemasan menarik 1. Tingkat rasa baru 2. Tingkat penyesuaian harga dengan pesaing 1. Tingkat kesesuaian rasa 2. Tingkat perbedaan dengan produk lain 1. Tingkat kepuasan konsumen 2. Tingkat rekomendasi kepada konsumen lain	Ordinal
Keunggulan Bersaing (Y)	keunggulan bersaing adalah kumpulan faktor-faktor yang membedakan suatu perusahaan dari pesaingnya dan memberikannya posisi yang unik dalam pasar Siti Hajar dan I Putu Gede Sukaatmadja (2016 : 685)	1. Harga Bersaing 2. Eksplorasi Peluang 3. Fleksibilitas 4. Hubungan Pelanggan	1. Tingkat Harga Bersaing 2. Tingkat Eksplorasi Peluang 3. Tingkat Fleksibilitas 4. Tingkat Hubungan Pelanggan	Ordinal
		Siti Hajar dan I Putu Gede Sukaatmadja (2016 : 691-692)		

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Penulis melakukan penelitian ini untuk mendapatkan data mengenai objek penelitian yang akan diteliti, data tersebut dapat dikelompokkan ke dalam dua jenis data, Data yang digunakan oleh peneliti ada dua jenis, yaitu :

1. Data primer, yaitu merupakan data informasi yang diperoleh pengamatan langsung pada pengusaha yang menjadi objek penelitian. Data primer ini berupa data:
 - a. Persepsi responden mengenai Pengaruh lokasi usaha
 - b. Persepsi responden mengenai inovasi produk
 - c. Persepsi responden mengenai keunggulan bersaing
2. Menurut Sugiyono, (2012:193) adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan. Sementara untuk data sekunder diambil dari perpustakaan dan penelitian terdahulu.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Unit pengamatan dalam penelitian ini terhadap pelaku usaha pada sentra kripik pedas cimahi dan unit analisisnya adalah Pengaruh Lokasi usaha dan Inovasi produk dan Keunggulan bersaing.

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2013:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Pada umumnya pengertian survey dibatasi pada penelitian yang

datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelaku usaha di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2013:116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, maka peneliti akan kesulitan dalam mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut yang mungkin saja dikarenakan oleh keterbatasan dana, waktu, dan tempat. Sampel dalam penelitian ini adalah pelaku usaha Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.

Teknik yang diambil dalam penelitian ini adalah teknik Sampling jenuh, karena kurang dari 100 orang maka teknik sampling yang diambil adalah semua pelaku usaha Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi sebanyak 30 pelaku usaha. Teknik ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2001:61) Sampling Jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua populasi digunakan sebagai sampel dan dikenal juga dengan istilah sensus, maka jenis penelitian ini disebut sensus.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah :

1. Studi Pustaka (*Literary Research*)

Yaitu mengumpulkan data dan mempelajari atau membaca pendapat para ahli yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti untuk memperoleh

landasan teori – teori yang dapat menunjang penelitian. Sehingga penelitian yang dilaksanakan mempunyai landasan teori yang kuat dan menunjang.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Dalam teknik ini peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mengumpulkan, mengelola, dan menganalisis data yang diperlukan. Adapun studi lapangan yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan langsung terhadap objek penelitian dengan mengunjungi perusahaan. Data atau informasi yang diperoleh didapat secara langsung dari sumber – sumber tertulis yang diberikan perusahaan. Pengamatan langsung ini dimaksudkan untuk melengkapi data yang diperlukan serta membandingkan keterangan yang diperoleh sebelumnya dengan ketepatan data yang ada di perusahaan.

b. Wawancara

Penulis mengadakan wawancara langsung dengan pihak perusahaan yang berwenang dalam bidang yang berhubungan dengan masalah yang dibahas sehingga memperoleh data – data yang diperlukan.

c. Kuesioner

Yaitu alat penelitian berupa daftar pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Disini peneliti menggunakan skala Likert.

Tabel 3.3
Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai
	Positif
a. Sangat Setuju (SS)	5
b. Setuju (S)	4
c. Ragu (R)	3
d. Tidak Setuju (TS)	2
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono 2010, 108

3.2.4.1 Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data. Menurut Sugiyono (2009:121) menjelaskan mengenai validitas adalah sebagai berikut :

“Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak di ukur” .

Definisi diatas validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat seperti kuesioner dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam kuesioner.

Secara teknis valid tidaknya suatu butir pernyataan dinilai berdasarkan kedekatan jawaban responden pada pernyataan tersebut dengan jawaban responden pada pernyataan lainnya. Nilai jawaban responden diukur menggunakan koefisien korelasi, yaitu melalui nilai korelasi setiap butir pernyataan dengan total butir pernyataan lainnya. Validitas suatu data tercapai

jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diungkapkan.

Tabel 3.4 berikut adalah standar penilaian untuk validitas

Tabel 3.4
Standar Penilaian untuk Validitas

Uraian	Validity
<i>Good</i>	0,50
<i>Acceptable</i>	0,30
<i>Marginal</i>	0,20
<i>Poor</i>	0,10

Sumber :Barker et al, 2002:70

Secara teknis valid tidaknya suatu butir pernyataan dinilai berdasarkan kedekatan jawaban responden pada pernyataan tersebut dengan jawaban responden pada pernyataan lainnya. Nilai jawaban responden diukur menggunakan koefisien korelasi, yaitu melalui nilai korelasi setiap butir pernyataan dengan total butir pernyataan lainnya. Butir pernyataan dinyatakan valid jika memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,30. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan rumus korelasi *pearson product moment* (r).

Seperti dilakukan pengujian lebih lanjut, semua item pernyataan dalam kuesioner harus diuji keabsahannya untuk menentukan valid tidaknya suatu item. Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam kuesioner. Validitas suatu data tercapai jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diungkapkan. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi *pearson product moment*. Untuk mempercepat dan mempermudah penelitian ini pengujian validitas dilakukan

dengan bantuan komputer dengan menggunakan *software SPSS 17.0 for windows* dengan metode korelasi untuk mencari koefisien korelasi antar variabel dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{[n \sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}][\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}]}}$$

(Sumber: Umi Narimawati 2010: 42)

Tabel 3.5.
Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Lokasi Usaha (X ₁)	1	0.411	0.300	Valid
	2	0.861	0.300	Valid
	3	0.804	0.300	Valid
	4	0.577	0.300	Valid
Inovasi Produk (X ₂)	1	0.314	0.300	Valid
	2	0.521	0.300	Valid
	3	0.574	0.300	Valid
	4	0.533	0.300	Valid
	5	0.422	0.300	Valid
	6	0.381	0.300	Valid
	7	0.369	0.300	Valid
	8	0.642	0.300	Valid
Keunggulan Bersaing (Y)	1	0.847	0.300	Valid
	2	0.898	0.300	Valid
	3	0.676	0.300	Valid
	4	0.682	0.300	Valid
	5	0.409	0.300	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data (2019)

Pada tabel di atas menunjukkan hasil uji validitas seluruh pertanyaan yang digunakan untuk mengukur Lokasi Usaha, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing. Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan yang

digunakan pada penelitian ini memiliki nilai koefisien validitas yang lebih besar dari 0.300 yang artinya seluruh instrumen pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Selain valid, alat ukur juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama. Untuk melihat andal tidaknya alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas Menurut Sugiyono (2009:3), reliabilitas adalah :

“Derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu”.

Selain memiliki tingkat kesahihan (validitas) alat ukur juga harus memiliki kekonsistenan. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau kekonsistensian alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui bagaimana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah *Split Half Method* (Spearman-Brown Correlation) Teknik belah dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi 2 (dua) bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil).

Cara kerja teknik belah dua adalah sebagai berikut :

1. butir dibagi dua secara acak (misalnya butir ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
3. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II.
4. Korelasikan skor total kelompok I dan II
5. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\Gamma_1 = \frac{2\Gamma_b}{1 + \Gamma_b}$$

Dimana:

Γ_1 =reliabilitas internal seluruh butir

Γ_b =korelasi *product moment* antara belahan pertama dan belahan kedua

Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistik , yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal atau reliabilitas. Standar penilaian untuk reliabilitas seperti pada tabel 3.5 berikut.

Tabel 3.5
Standar Penilaian untuk Reliabilitas

Uraian	Reability
<i>Good</i>	0,80
<i>Acceptable</i>	0,70
<i>Marginal</i>	0,60
<i>Poor</i>	0,50

Sumber : Barker et al (2002:70)

Selain valid instrument penelitian juga harus memiliki keandalan, keandalan instrument penelitian menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah.

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Lokasi Usaha (X_1)	0.760	0.70	Reliabel
Inovasi Produk (X_2)	0.766	0.70	Reliabel
Keunggulan Bersaing (Y)	0.804	0.70	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data (2019)

Pada tabel di atas dapat dilihat koefisien reliabilitas yang diperoleh adalah seluruhnya lebih besar dengan dari r_{tabel} yaitu 0,70, sehingga alat ukur yang digunakan dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas yang telah diuraikan di atas, penulis menyimpulkan bahwa keseluruhan jumlah pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini sudah teruji valid dan reliabel sehingga seluruh instrumen pertanyaan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

3.2.4.3 Uji MSI (Data Ordinal ke Interval)

Data yang diperoleh sebagai hasil penyebaran dari kuisisioner bersifat ordinal, maka agar analisis dapat dilanjutkan maka skala pengukurannya harus dinaikkan ke skala pengukuran yang lebih tinggi, yaitu skala pengukuran interval agar dapat diolah lebih lanjut. Untuk itu maka digunakan *Method of Succesive*

Interval (MSI) dari Thurstone (2003) dalam Harun Al Rasyid (2016:33), yang pada dasarnya adalah suatu prosedur untuk menempatkan setiap objek ke dalam interval. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Ambil data ordinal hasil kuesioner
2. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
3. Menghitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data > 27 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
4. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
5. Menghitung nilai skala dengan rumus Method of Succesive Interval.

$$\text{Means of interval} = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area at Below Density Upper Limit} - \text{Area at Below Lower Limit}}$$

Dimana :

Mean of Interval : Rata-rata interval

Density at lower limit : Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit : Kepadatan batas atas

Area Under Upper Limit : daerah di bawah batas atas

Area Under Lower Limit : daerah di bawah batas bawah

6. Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Minimal + 1.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Menurut Umi Narimawati (2010:41), rancangan analisis dapat didefinisikan sebagai berikut :

“Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dimengerti”.

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Langkah – langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasi dalam lima alternatif jawaban yang menggambarkan peringkat jawaban.
- b. Dihitung total skor setiap variabel / subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua jawaban responden.
- c. Dihitung skor setiap variabel / subvariabel = rata – rata dari total skor.
- d. Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakam statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik.
- e. Untuk menjawab deskripsi tentang masing – masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

Sumber : Umi Narimawati (2010:84)

Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atau kuesioner yang telah diajukan. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Menurut Umi Narimawati (2010:85), selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan sebagai berikut:

Tabel 3.6

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	Tidak Baik
2	36.01% - 52.00%	Kurang Baik
3	52.01% - 68.00%	Cukup
4	68.01% - 84.00%	Baik
5	84.01% - 100%	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati, 2010:85

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2012:8) analisis kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuisisioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui “*Method of Successive Interval*”. Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel dapat digunakan salah satunya adalah sebagai contoh analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.

Menurut Wahid Sulaiman (2004:80), pengertian regresi linear berganda adalah :

“Jika suatu variabel dependen bergantung pada lebih dari satu variabel independen, hubungan kedua variabel disebut analisis regresi berganda (*multiple regression*)”.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah :

Dimana :

Y = Variabel dependen

X_1, X_2 = Variabel Independen

A = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah (X_1) dan (X_2), sedangkan variabel dependen adalah (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Keunggulan bersaing

X_1 = Lokasi usaha

X_2 = Inovasi produk

a = Konstanta Intersep

β_1 = Koefisien Regresi Variabel

β_2 = Koefisien Regresi Variabel

ε = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

2. Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil lebih akurat pada analisis berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator (BLUE)*. Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian

terhadap hipotesis. Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum mengumumkan analisis regresi berganda (*multiple linear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah garfik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2011:181). Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal.
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

b) Uji Multikolinieritas

Menurut Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinieritas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibatnya model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas

terhadap variabel terikatnya. Jika terdapat kolerasi yang kuat diantara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah :

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
2. Nilai standar *error* setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar error nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Menurut Gujarati (2003:362), jika nilai *VIF* nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Rank Spearman yaitu dengan mengkolerasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulan terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

3. Analisis Korelasi

Menurut Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:49) pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus :

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\} - \{n(\sum yi^2) - (\sum yi)^2\}}}$$

Dimana : $- 1 \leq r \leq + 1$

r = Koefisien Korelasi

x = Lokasi usaha dan Inovasi produk

y = Keunggulan bersaing

n = Jumlah Responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada

Tabel dibawah ini:

Tabel 3.7

Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hamper tidak hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: Syahri Alhusin, (2003:157)

4. Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas

ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg}/Sstot$.

$$Kd = r^2 \times 100$$

Sumber : Jonathan Sarwono (2006:42)

Dimana :

d = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Lokasi usaha Dan Inovasi produk Terhadap Keunggulan bersaing Pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistic yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah-langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

- **Uji T**

Langkah – langkah Pengujian Secara Parsial dalam analisisnya sebagai berikut :

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a) Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$t_{hitung}(x1,2) = \frac{b_{1,2}}{se(b_{1,2})}$$

t_{hitung} diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b) Hipotesis

$H_1. \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel Lokasi Usaha terhadap Variabel Keunggulan Bersaing.

$H_1. \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel Lokasi Usaha terhadap Variabel Keunggulan Bersaing.

$H_2. \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel Inovasi Produk terhadap Variabel Keunggulan Bersaing.

$H_2. \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel Inovasi Produk terhadap Variabel Keunggulan Bersaing.

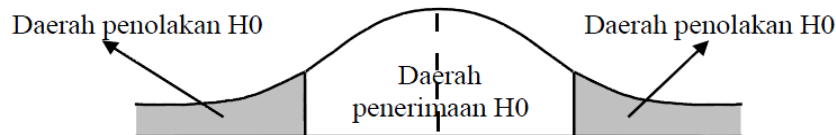
c) Kriteria Pengujian

H_0 ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}(\alpha = 0,05)$

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0,01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti H_a diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.

- b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti H_a ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.



Sumber : Sugiyono (2009:185)

Gambar 3.1

Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Secara Parsial

- **Uji F**

Langkah – langkah Pengujian Secara simultan dalam analisisnya. Tabel F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

- a) Rumus uji f yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n-k-1)R^2_{yx\dots}}{k(i-R^2_{y.X\dots})}$$

dimana :

F = Koefisien Korelasi Ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

- b) Hipotesis

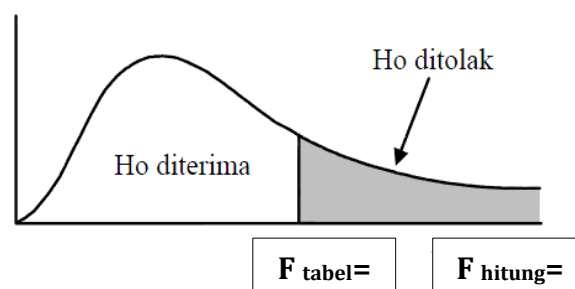
H_1 . $\rho \neq 0$, Tidak terdapat pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi

H_1 . $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi

c) Kriteria Pengujian

H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, artinya semua variabel bebas secara bersama-sama bukan merupakan variabel penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya semua variabel bebas secara bersama-sama merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.



Gambar 3.2

Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Secara Simultan