

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian menurut Sugiyono (2017:39) “ Objek penelitian adalah sebuah atribut atau sifat atau nilai dari seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya ”. Objek dalam penelitian ini adalah Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Kinerja Usaha

Dalam penelitian ini, penyusun akan mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel-variabel tersebut antara lain adalah:

1. Variabel Independent atau variabel Bebas (Variabel X), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel Independent dalam penelitian ini adalah Orientasi Kewirausahaan dan Penggunaan *E-Commerce*.
2. Variabel Dependent atau variabel tidak bebas (Variabel Y) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel Independent. Variabel Dependent dalam penelitian ini adalah Kinerja Usaha. Dari definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa objek penelitian adalah suatu sasaran atau hal yang akan dijadikan pokok penelitian bagi seseorang untuk dapat dipelajari lebih lanjut.

3.2 Metode Penelitian

Metode Penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu (Umi Narimawati, 2008:127).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2017:109): “ Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisa suatu hasil penelitian tetapi tidak di gunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas ”.

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2009:45): “ 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 X_1 dan X_2 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 Orientasi Kewirausahaan dan Penggunaan *E-Commerce* terhadap Kinerja Usaha pada Resto & Café Pengguna POS di Bandung ”.

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian diperlukan perencanaan penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik, sistematis dan efektif.

Menurut Umi Narimawati (2010:30) “ Desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh seorang peneliti, dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu ”.

Sedangkan menurut Uma Sekaran (2013:109) “ Desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi ”.

Menurut Jonathan Sarwono (2006:27) “ Desain penelitian khususnya dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif merupakan alat dalam penelitian dimana seorang peneliti tergantung dalam menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian yang sedang dilakukan “. Dalam ilmu-ilmu sosial, penelitian terdiri dari penelitian penjajakan, penelitian penjelasan (*explanatory*), dan penelitian deskriptif verifikatif (*descriptif verificative*).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang akan dilakukan mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian.

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma hubungan antara dua variabel bebas secara bersamaan yang mempunyai hubungan dengan satu variabel tergantung.

Berdasarkan proses penelitian, maka desain pada penelitian dijabarkan sebagai berikut:

1. Mencari dan menetapkan fenomena yang terjadi pada Resto & Café pengguna POS di Kota Bandung dan selanjutnya menetapkan judul penelitian.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi pada Resto & Café pengguna POS di Kota Bandung dan selanjutnya menetapkan judul penelitian dan merumuskan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dari tujuan dan hipotesis untuk diuji. Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah Orientasi Kewirausahaan (variabel X_1) dan Penggunaan *E-Commerce* (variabel X_2) serta Kinerja Usaha (variabel Y).
3. Menetapkan tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada Resto & Café pengguna POS di Kota Bandung.
4. Menetapkan hipotesis penelitian sesuai dengan fenomena yang terjadi pada Resto & Café pengguna POS di Kota Bandung.
5. Memilih serta memberi definisi pada setiap pengeluaran variabel. Pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengukuran dengan skala likert karena data yang diukurnya berupa tingkatan. Pada skala ini, urutan simbol atau kode berupa angka yang mempunyai arti urutan jenjang yang dimulai dari yang positif sampai yang paling negatif dan sebaliknya.

6. Menetapkan data-data mengenai Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Penggunaan *E-Commerce* terhadap Kinerja Usaha pada Resto & Café pengguna POS di Kota Bandung.
7. Melakukan analisis mengenai Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Penggunaan *E-Commerce* terhadap Kinerja Usaha pada Resto & Café pengguna POS di Kota Bandung.
8. Menyimpulkan penelitian, sehingga akan diperoleh penjelasan dan jawaban atas identifikasi masalah dalam penelitian.

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	Metode yang digunakan	Unit Analisis	Time Horizon
<i>T-1</i>	<i>Descriptive</i>	<i>Descriptive dan Survey</i>	Pengusaha Resto & Café Pengguna POS di Bandung	<i>Cross Sectional</i>
<i>T-2</i>	<i>Descriptive</i>	<i>Descriptive dan Survey</i>	Pengusaha Resto & Café Pengguna POS di Bandung	<i>Cross Sectional</i>
<i>T-3</i>	<i>Descriptive</i>	<i>Descriptive dan Survey</i>	Pengusaha Resto & Café Pengguna POS di Bandung	<i>Cross Sectional</i>
<i>T-4</i>	<i>Descriptive dan Verifikatif</i>	<i>Descriptive dan Explanatory Survey</i>	Pengusaha Resto & Café Pengguna POS di Bandung	<i>Cross Sectional</i>

(Sumber : Umi Narimawati, 2010:31)

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:66) “ Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulanya ”.

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian.

Dari pengertian diatas, maka operasionalisasi variabel merupakan definisi yang dinyatakan dengan cara menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar. Maka dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu :

1. Variabel Independen atau Variabel Bebas (Variabel X)

Menurut Umi Narimawati (2008:40) “ Variabel bebas merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain yang variabelitasnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi ”.

Sedangkan menurut Sugiyono (2017:68) “ Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat) ”.

2. Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Variabel Y)

Menurut Umi Narimawati (2008:40) “ Variabel dependen (variabel tergantung) adalah variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas yang variabelitasnya diamati dan diukur untuk menentukan arah untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas ”.

Sedangkan menurut Sugiyono (2017:68) “ Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas ”.

Untuk lebih jelas akan diuraikan secara jelas mengenai variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a Orientasi Kewirausahaan sebagai variabel independen (bebas) dengan notasi X_1 , Variabel independen adalah suatu variable bebas, dimana keberadaannya tidak dipengaruhi variabel lain, variabel ini meupakan faktor penyebab yang akan mempengaruhi variabel lainnya.
- b Penggunaan *E-Commerce* sebagai variabel independen (bebas) dengan notasi X_2 , Variabel independen adalah suatu variabel bebas, dimana keberadaannya tidak dipengaruhi variabel lain, variabel ini meupakan faktor penyebab yang akan mempengaruhi variabel lainnya.
- c Kinerja Usaha sebagai variabel dependen (terikat) dengan notasi Y. Variabel dependen adalah suatu variabel terikat, dimana dipengaruhi oleh variabel lain.

Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini secara lebih jelas dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut ini :

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

VARIABEL	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA
Orientasi Kewirausahaan (X1)	Orientasi Kewirausahaan terdiri dari Inovatif, Berani Mengambil Resiko, Proaktif, Agresifitas Bersaing dan Otonomi Audita et al (2105:244)	• Keinovatifan	Tingkat menciptakan menu baru	O R D I N A L
			Tingkat ide dalam mempromosikan produk	
		• Berani Mengambil Resiko	Tingkat membangun proyek usaha	
			Tingkat menciptakan menu baru untuk konsumen	
		• Proaktif	Tingkat keaktifan mengembangkan usaha	
			Tingkat kemampuan menghadapi <i>trend</i> kuliner	
		• Keagresifan Bersaing	Tingkat kemampuan dalam melakukan promosi	
			Tingkat kemampuan dalam menentukan harga	
			Tingkat kemampuan dalam menjaga kualitas hidangan	
		• Otonomi	Tingkat delegasi wewenang	
Tingkat gaya kepemimpinan				
Penggunaan E-Commerce (X2)	<i>E-Commerce</i> terdiri dari kualitas informasi, kualitas Sistem, kualitas pelayanan, pemakaian, Kepuasan pemakai dan Manfaat-manfaat bersih Muhammad, Akin & Abdul (2015:16)	• Kualitas Informasi 1. Lengkap 2. Up to Date 3. Akurat	Tingkat kelengkapan aplikasi	O R D I N A L
			Tingkat kemudahan dalam memperbarui informasi	
			Tingkat keakuratan aplikasi	
		• Kualitas Aplikasi 1. Kemudahan 2. Keamanan Transaksi 3. Kecepatan Akses 4. Ketergunaan	Tingkat kemudahan aplikasi	
			Tingkat keamanan informasi	
			Tingkat kecepatan akses	
			Tingkat ketergunaan terhadap aplikasi	
		• Kualitas Pelayanan 1. Keresponan 2. Pelayanan	Tingkat keresponan aplikasi	
Tingkat layanan pada aplikasi				

		setelahnya			
		<ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan Pengguna <ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan aplikasi 2. Terus menggunakan aplikasi 	Tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi Tingkat penggunaan aplikasi untuk jangka panjang		
Kinerja Usaha (Y)	Kinerja usaha terdiri dari Pertumbuhan penjualan, Pertumbuhan tenaga kerja, Pertumbuhan pendapatan dan Pertumbuhan pangsa pasar Marriless et al (2010) dalam Audita (2012:303)	<ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan Penjualan <ol style="list-style-type: none"> 1. Pencapaian Target Penjualan 	Tingkat pencapaian target penjualan	O R D I N A L	
		<ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan Tenaga Kerja <ol style="list-style-type: none"> 1. Produktivitas Tenaga Kerja 2. Keahlian Tenaga Kerja 	Tingkat produktivitas tenaga kerja Tingkat keahlian tenaga kerja		
		<ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan Pendapatan <ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan Biaya 2. Peningkatan Penjualan 	Tingkat penggunaan biaya Tingkat peningkatan penjualan Tingkat kestabilan usaha		
			<ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan Pangsa Pasar <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan Pelanggan 2. Keberhasilan Produk 3. Peluang membuka cabang 		Tingkat pertumbuhan pelanggan Tingkat keberhasilan produk Tingkat peluang untuk membuka cabang

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber Data yang diperlukan untuk penelitian dibagi dalam dua jenis, yaitu sebagai berikut :

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diambil secara langsung dari objek penelitian.

Menurut Sugiyono (2017 : 455) “ Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data ”.

Menggunakan data primer karena peneliti mengumpulkan sendiri data-data yang dibutuhkan yang ber sumber langsung dari objek pertama yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini data primer yang diambil langsung dari Objek penelitian.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, biasanya dari pihak kedua yang mengolah data keperluan orang lain. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber pada literatur dan buku-buku perpustakaan atau data-data dari perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2017:455) “ Data Sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data ”.

Menggunakan data sekunder, karena peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain, yaitu informasi mengenai data-data terkait dengan Objek penelitian, berbagai literatur, situs internet, buku-buku dan catatan yang berkaitan erat dengan masalah yang sedang diteliti.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Sebelum menentukan penentuan data yang akan dijadikan sampel, terlebih dahulu dikemukakan tentang populasi dan sampel.

1. Populasi

Populasi merupakan objek atau subjek yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti.

Menurut Sugiyono (2017:136) “ Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan ”.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Berdasarkan pengujian populasi pengujian populasi diatas, maka yang menjadi anggota populasi adalah 35 pengusaha Resto dan Café pengguna POS di Kota Bandung.

2. Sampel

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jumlah populasi yang pada penelitian ini relative kecil. karena semua anggota populasi dijadikan sampel, maka metode yang digunakan dalam penarikan sampel adalah metode sampling total atau sensus (Sugiyono, 2017:142).

Menurut Sugiyono (2017:142) menjelaskan pengertian sampling total. “ Sampling total adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel ”.

Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 100 orang atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. dengan merujuk pendapat Sugiyono tersebut, maka peneliti bermaksud menjadikan seluruh populasi sebagai objek penelitian karena jumlah populasi yang akan diteliti kurang dari 100.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian adalah :

1. Penelitian lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan peninjauan langsung terhadap objek yang diteliti, seperti :

- a. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sugiyono (2017:225). Penulis melakukan survei awal dengan menggunakan kuesioner kepada responden
- b. Wawancara dilakukan dengan pemilik Resto & Café pengguna POS di Bandung. Dokumentasi dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan atau laporan dan dokumentasi lain dari berbagai organisasi yang ada kaitanya dengan permasalahan yang diteliti.
- c. Observasi (*observation*)

Dalam hal ini penulis melakukan pengamatan secara langsung dilokasi penelitian memperoleh data dan informasi mengenai objek penelitian.

2. Studi Kepustakaan (*Llibary Research*), yaitu teknik yang menggunakan dengan cara mengumpulkan, mempelajari data-data dan informasi yang didapat dari buku-buku, dokumen perusahaan dan sumber lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3.2.4.1 Uji MSI

Untuk langkah-langkah untuk melakukan transformasi data dari skala ordinal menjadi interval *melalui Methode Succesive Interval* (MSI), adalah sebagai berikut :

- a. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
- b. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
- c. Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data >30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
- d. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai Z pada rumus distribusi normal.
- e. Menghitung nilai skala dengan rumus Method Of Succesive Interval

$$\text{means of interval} = \frac{\text{Density at Lower Limit} - (\text{Density at upper Limit})}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Keterangan :

<i>means of interval</i>	: rata-rata Interval
<i>Density at Lower Limit</i>	: Kepadatan atas bawah
<i>Density at Upper Limit</i>	: Kepadatan batas atas

Area Under Upper Limit : daerah di bawah atas
Area under lower limit : daerah di bawah atas bawah

- f. menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + | Nilai Skala minimum | +1

3.2.4.2 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:509) “ Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti ”. Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu menghasilkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Berdasarkan definisi diatas, validitas adalah suatu karakteristik dari ukuran yang terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur.

r hitung < r kritis maka tidak valid

r hitung > r kritis maka valid

Untuk pengujian validitas instrumen penelitian ini, penulis menggunakan program excel dalam tabulasi data, kemudian data tersebut di MSI untuk mendapatkan skala tertinggi (interval) dan memasukkan data tersebut ke dalam program SPSS 20.0 for windows. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis Korelasi Pearson (Product Moment Pearson) dengan rumus sebagai berikut :

Tabel 3.3
Standar Penilaian Koefisien Validitas

Kriteria	Validity
Good	0,50
Acceptable	0,30
Marginal	0,20
Poor	0,10

Sumber: *Barker et al*, (2002:70)

Dengan ketentuan apabila r lebih besar atau sama dengan 0,349, maka item tersebut dinyatakan valid. Hal ini berarti, instrumen penelitian tersebut memiliki derajat ketepatan dalam mengukur variabel penelitian, dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Tetapi apabila r lebih kecil dari 0,349, maka item tersebut dinyatakan tidak valid, dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis berikutnya atau instrumen tersebut dihilangkan dari pengukuran variabel dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber : Umi Narimawati (2010:42)

Keterangan :

- r = koefisien validitas item yang dicari
- X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
- Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal
- $\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal
- $\sum X^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor X
- $\sum Y^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor Y
- n = jumlah responden

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Angket

Variabel	No Angket	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	1	0,522	0,334	valid
	2	0,592	0,334	valid
	3	0,445	0,334	valid
	4	0,526	0,334	valid
	5	0,672	0,334	valid
	6	0,493	0,334	valid
	7	0,435	0,334	valid
	8	0,423	0,334	valid
	9	0,664	0,334	valid
	10	0,507	0,334	valid
	11	0,614	0,334	valid
Penggunaan E-commerce (X2)	12	0,744	0,334	valid
	13	0,783	0,334	valid
	14	0,747	0,334	valid
	15	0,518	0,334	valid
	16	0,639	0,334	valid
	17	0,780	0,334	valid
	18	0,692	0,334	valid
	19	0,705	0,334	valid
	20	0,594	0,334	valid
	21	0,574	0,334	valid
	22	0,552	0,334	valid
Kinerja Usaha (Y)	23	0,518	0,334	valid
	24	0,647	0,334	valid
	25	0,671	0,334	valid
	26	0,743	0,334	valid
	27	0,685	0,334	valid
	28	0,586	0,334	valid
	29	0,752	0,334	valid
	30	0,672	0,334	valid
	31	0,495	0,334	valid

Sumber : Hasil pengolahan data 2019

Berdasarkan hasil yang didapat dari tabel diatas, diketahui nilai koefisien validitas > dari 0.349 dapat dinyatakan bahwa semua angket dinyatakan valid.

3.2.4.3 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:512) “ Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama “.

Berdasarkan definisi diatas, maka reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistenan.

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrumen. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman–Brown Correlation)* Teknik Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subjek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara acak (misalnya item 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. 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 item

Γ_b = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Tabel 3.5
Standar Penilaian Untuk Reliabilitas

Kriteria	Reliability
Good	0,80
Acceptable	0,70
Marginal	0,60
Poor	0,50

Sumber: *Barker et al*, (2002:70)

Keputusan pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan taraf signifikan 5 % satu sisi adalah :

1. Jika t hitung lebih dari atau sama dengan t 0,05 dengan taraf signifikan 5% maka instrument dinyatakan reliable dan dapat digunakan.
2. Jika t hitung kurang dari t 0,05 dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliable dan tidak dapat digunakan. Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS.

Sekumpulan butir pertanyaan dalam kuesioner dapat diterima jika memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,7.

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X ₁)	0,749	0,334	Reliabel
Penggunaan <i>E-Commerce</i> (X ₂)	0,876	0,334	Reliabel
Kinerja Usaha (Y)	0,821	0,334	Reliabel

Untuk mengetahui reliabel atau konsistensi angket maka berdasarkan hasil yang didapat dari tabel diatas, diketahui $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dapat dinyatakan bahwa semua angket dinyatakan reliabel atau konsisten.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Menurut Umi Narimawati (2010:41) “ Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan berbagai cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain “.

Peneliti melakukan analisa terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan metode deskriptif (kualitatif) dan verifikatif (kuantitatif).

3.2.5.2 Analisis Deskriptif / Kualitatif

Menurut Sugiyono (2017:247) Metode analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian, sedangkan

metode verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dengan menggunakan uji statistik yang relevan. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian, maka digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut :

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap *item*

Untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1, 2, 3, 4, 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden. Apabila digambarkan dengan rumus, maka akan tampak seperti di bawah ini :

$$\% Skor = \frac{Skor Actual}{Skor Ideal} \times 100\%$$

Sumber : Umi Narimawati (2010:45)

Keterangan :

- a. Skor actual adalah jawaban seluruh responden atau kuesioner yang telah diajukan
- b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.5 sebagai berikut :

Tabel 3.7
Kriteria Presentasi Tanggapan Responden

No.	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20,00 – 36,00	Tidak Baik
2	36,1 – 52,00	Kurang Baik
3	52,01 – 68,00	Cukup Baik
4	68,01 – 84,00	Baik
5	84,01 – 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati, 2010:46)

3.2.5.3 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah metode yang digunakan untuk memilih metode penelitian, menyusun instrumen penelitian, mengumpulkan data dan menganalisisnya. Analisis verifikatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis verifikatif pada penelitian ini terdiri dari uji MSI, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi berganda, analisis korelasi *Pearson Product Moment*, dan analisis koefisien determinasi.

1. Analisis Regresi Berganda

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

Persamaan Regresi Berganda adalah :

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

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 Orientasi Kewirausahaan (X₁) dan *E-Commerce* (X₂), sedangkan variabel dependen adalah Kinerja Bisnis (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

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

Dimana :

Y	=	Kinerja Usaha
α	=	Konstanta dari persamaan regresi
β ₁	=	Koefisien regresi dari variabel X ₁
β ₂	=	Koefisien regresi dari variabel X ₂
X ₁	=	Orientasi Kewirausahaan
X ₂	=	Penggunaan <i>E-Commerce</i>
E	=	Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

2. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi 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 menggunakan analisis regresi berganda (*multiple linear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas :

1. Uji Normalitas

Menurut Husein Umar (2011:181) “ 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.

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.

2. Uji Multikolinieritas

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 (Mandala, 2001:268-270). Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah :

- a Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir
- b Nilai standar error tiap 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 multikolinieritas adalah dengan menggunakan *Variance*.

3. Uji Heteroskedastisitas

Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyestatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Rank Spearman yaitu dengan mengkorelasikan 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 kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

3.2.5.4 Analisis Korelasi

Setelah data terkumpul berhasil diubah menjadi data interval, maka langkah selanjutnya menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variable X dengan variaebel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product moment Method* atau dikenal dengan rumus pearson (Sugiyono, 2017:256), yaitu :

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

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

- R = Koefisien korelasi
- x = Lingkungan Internal dan lingkungan External
- z = Kinerja Usaha
- n = Jumlah Pengusaha

Untuk melihat tingkat ke-eratan korelasi digunakan acuan pada tabel 3.6 dibawah ini :

Tabel 3.8
Tingkat Keeratan Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Keeratan
0 – 0,20	Sangat rendah (hampir tidak ada 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 dalam Umi Narimawati (2010: 50)

3.2.5.5 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 dipastikan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft / SPSS atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$.

1. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variable X1 dan variable X2 terhadap Y (Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Penggunaan *E-Commerce* terhadap Kinerja Usaha) secara simultan maka penulis akan menggunakan analisis koefisien determinasi berganda yang diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu :

$$\mathbf{Kd = r^2 \times 100\%}$$

Dimana :

Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variable X1 dan variable X2 terhadap Y (Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Penggunaan *E-Commerce* terhadap Kinerja Usaha) secara parsial maka, dapat dihitung

dengan menggunakan rumus :

$$Kd = \beta \times \text{Zero order} \times 100 \%$$

Keterangan :

B = Beta (nilai *standardized coefficient*)

Zero order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana :

Kd = 0, Berati pengaruh variabel x terhadap variabel y, lemah

Kd = 1, Berati pengaruh variabel x terhadap variabel y, kuat

3.2.5.6 Pengujian Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan atas jawaban sementara mengenai sesuatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris, untuk mengetahui apakah pernyataan (dugaan / jawaban) itu dapat diterima atau tidak.

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Penggunaan *E-Commerce* terhadap Kinerja Usaha. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah-langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1. Pengujian secara Parsial

Melakukan Uji – t untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a. Rumus Uji T yang digunakan adalah :

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

Keterangan :

t hitung (X1,2) = Nilai t hitung X1 dan nilai t hitung X2

b1 dan b2 = Koefisien regresi masing-masing variabel hasilnya dibandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikansi 5%.

b. Hipotesis

$H_{01}.\beta_1 = 0$, Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada Resto & Café pengguna POS di Kota Bandung

$H_{11}.\beta_1 \neq 0$, Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada Resto & Café pengguna POS di Kota Bandung

$H_{02}.\beta_2 = 0$, Penggunaan *E-Commerce* tidak berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada Resto & Café di Kota Bandung

$H_{12}.\beta_2 \neq 0$, Penggunaan *E-Commerce* berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada Resto & Café pengguna POS di Kota Bandung.

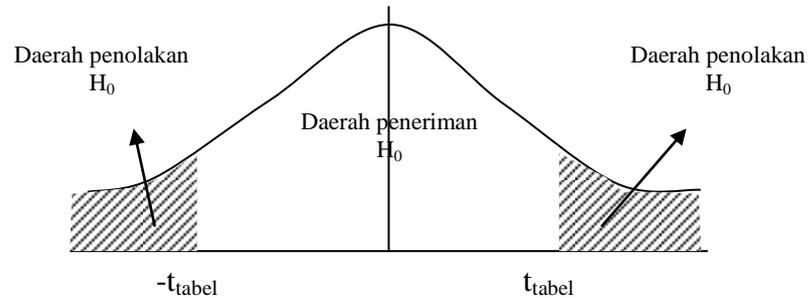
c. Kriteria Pengujian

Untuk mengetahui apakah H_0 diterima atau ditolak, digunakan uji signifikansi sebagai berikut:

1. Jika t hitung > t tabel 0,05 maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti H_a

diterima artinya antara variabel X dan Y ada hubungannya.

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



Gambar 3.1
Uji daerah penerimaan dan penolakan hipotesis
 Sumber : Sugiyono (2017: 275)

2. Pengujian Secara Simultan/Total

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

- a. Rumus uji F yang digunakan adalah:

$$f_{hitung} = \frac{JK_{regresi}/k}{JK_{residu}/\{n-(k+1)\}}$$

Dimana :

JK_{residu} = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan

nilai F – test yang terdapat pada tabel *Analysis of Variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan microsoft. Jika $F_{hitung} > F_{kritis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (Orientasi Kewirausahaan dan Penggunaan *E-Commerce*) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Kinerja Usaha) ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sugiyono (2017:275), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson*.

b. Hipotesis

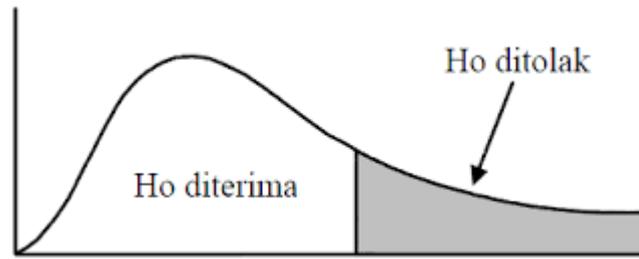
$H_0 ; \rho = 0$, Tidak Terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Penggunaan *E-Commerce* terhadap Kinerja Usaha pada Resto & Café pengguna POS di Kota Bandung

$H_1 ; \rho \neq 0$, Terdapat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Penggunaan *E-Commerce* terhadap Kinerja Usaha pada Resto & Café pengguna POS di Kota Bandung.

c. Kriteria pengujian

Jika terdapat nilai koefisien variable independen tidak sama dengan nol, maka H_0 ditolak dan sebaliknya apabila semua koefisien sama dengan nol, maka H_0 diterima. H_0 ditolak apabila $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} ($\alpha = 0,05$).

Dibawah ini merupakan gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1 .



Gambar 3.2
Uji daerah penerimaan dan penolakan hipotesis
Sumber : Sugiyono (2017:273)