

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017 : 39) “Objek Penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan”.

Berdasarkan latar belakang dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan pada bab sebelumnya yang menjadi objek penelitian adalah variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen). Objek penelitian yang menjadi variabel independen adalah Orientasi pasar dan Inovasi produk sedangkan variabel dependen yaitu Keunggulan bersaing, penelitian ini dilakukan di Sentra Topi Rahayu.

3.2 Metode Penelitian

Metode Penelitian menurut Sugiyono (2017:09) adalah sebagai berikut :

“Metode Penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, reliabel, dan obyektif dengan tujuan untuk menggambarkan, membuktikan, mengembangkan, menemukan, dan menciptakan ilmu, produk dan tindakan baru sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, mengantisipasi masalah, dan membuat kemajuan dalam bidang bisnis”.

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 (2011:147)** adalah sebagai berikut:

“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.

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut **Mashuri (2008)** dalam **Umi Narimawati (2010:29)** adalah sebagai berikut:

“Metode verifikatif yaitu 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”

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data.

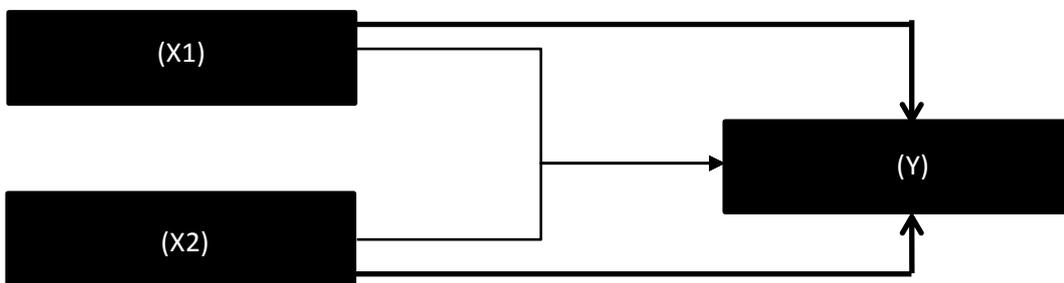
3.2.1 Desain Penelitian

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 Umi Narimawati (2008) adalah Suatu Rencana Struktur, dan Strategi untuk menjawab permasalahan, yang mengoptimasi validitas”.

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.

Desain penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1
Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:13) penjelasan proses penelitian disampaikan seperti teori sebagai berikut :

1. Sumber masalah
2. Rumusan masalah
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Pengajuan hipotesis
5. Metode penelitian
6. Menyusun instrument penelitian

7. Kesimpulan

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

1. Mengidentifikasi masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dari tujuan luas jangkauan (*scope*), hipotesis untuk diuji. Masalah yang diteliti dalam penelitian yaitu:
 - a. Masih banyak yang tidak memperhatikan kordinasi antar fungsi dari atasan kepada bawahannya sehingga menyebabkan Orientasi Pasar yang di harapkan oleh pengusaha Sentra tidak dapat seimbang
 - b. Produk Sentra topi rahayu belum bisa memenuhi harapan yang diinginkan oleh pengusaha sehingga tingkat penjualan produk masih rendah
 - c. Tidak adanya perbedaan secara khusus pada produk sentra topi rahayu menyebabkan citra yang dimiliki perusahaan belum terlalu di kenal .
2. Merumuskan masalah

Rumusan Masalah merupakan pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data yaitu :

 - a. Bagaimana tanggapan pengusaha tentang Orientasi Pasar pada Sentra topi
 - b. Bagaimana tanggapan pengusaha tentang Inovasi pada Sentra topi
 - c. Bagaimana tanggapan pengusha tentang Keunggulan Bersaing pada Sentra topi

- d. Apakah terdapat pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra topi secara simultan maupun secara parsial.

3. Konsep dan Teori yang relevan dan Penemuan yang Relevan

Untuk menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara (berhipotesis) maka, peneliti dapat membaca referensi teoritis yang relevan dengan masalah dan berfikir. Selain itu penemuan penelitian sebelumnya yang relevan juga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan jawaban sementara Memilih prosedur dan teknik yang digunakan terhadap masalah penelitian (hipotesis). Telaah teoritis mempunyai tujuan untuk menyusun kerangka teoritis

yang menjadi dasar untuk menjawab atau pertanyaan penelitian yang merupakan tahap penelitian dengan menguji terpenuhinya kriteria pengetahuan yang rasional.

4. Pengajuan Hipotesis

Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (faktual) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat pada penelitian ini adalah pengaruh Orientasi Pasar dan inovasi produk terhadap Keunggulan Bersaing.

5. Metode Penelitian

Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode yang sesuai, pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisten yang dikehendaki. Sedangkan pertimbangan

praktis adalah tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dan kuantitatif.

6. Menyusun instrument penelitian

Peneliti dapat menyusun instrument penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Pada penelitian ini untuk menguji adanya hubungan

Dari Orientasi Pasar (Variabel Independen "X1") dan Inovasi produk (Variabel Independen "X2") terhadap Keunggulan Bersaing (Variabel dependen "Y") digunakan korelasi Analisis Regresi Berganda, dan untuk menguji pengaruh dari Orientasi Pasar (Variabel Independen "X1") dan inovasi produk (Variabel Independen "X2") terhadap Keunggulan Bersaing (Variabel dependen "Y") digunakan koefisien determinasi.

7. Kesimpulan

Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian 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
T-1	Descriptive	Descriptive Survey	Sentra Topi Rahayu
T-2	Descriptive	Descriptive Survey	Sentra Topi Rahayu
T-3	Descriptive	Descriptive Survey	Sentra Topi Rahayu
T-4	Descriptive & Verificative	Explanatory Survey	Sentra Topi Rahayu

Keterangan :

T-1 = Orientasi Pasar Sentra topi di Desa Rahayu Bandung

T-2 = Inovasi Produk Sentra topi di Desa Rahayu Bandung

T-3 = Keunggulan Bersaing Sentra topi di Desa Rahayu Bandung

T-4 = Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra topi di Desa Rahayu Bandung.

3.2.2 Operasional Variabel

Menurut Umi Narimawati (2008:30) pengertian Operasional Variabel adalah sebagai berikut:

“Operasionalisasi Variabel adalah proses penguraian variabel penelitian ke dalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasionalisasi dilakukan bila

dasar konsep dan indikator masing-masing variabel sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis faktor”.

Sesuai dengan judul penelitian yang diungkapkan oleh penulis yaitu Analisis Keunggulan Bersaing dengan Orientasi Pasar dan Inovasi produk , maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Menurut Sugiyono (2008:39) Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat).

Variabel independen yaitu variabel bebas yang biasa juga mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini Orientasi Pasar (X1) dan Inovasi produk (X2).

2. Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2008:39) Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel dependen adalah variabel terkait yang dipengaruhi atau mempengaruhi variabel lain, dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Keunggulan Bersaing.

Agar lebih jelas indikator tersebut dapat dituangkan dalam tabel operasional di bawah ini

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Orientasi Pasar (X1)	Orientasi Pasar adalah kemampuan perusahaan menciptakan nilai nilai unggul secara berkelanjutan dalam persaingan pasar. (Muhammad Bukhori 2017:21)	1. Orientasi konsumen 2. Orientasi Pesaing	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Kebutuhan konsumen • Tingkat Masukan dari konsumen • Tingkat strategi pesaing • Tingkat mengamati pesaing 	Ordinal
Inovasi Produk (X2)	Inovasi Produk adalah Implementasi pembaharuan produk untuk beradaptasi terhadap permintaan konsumen (Muhammad Bukhori 2017:21)	1. Produk pengembangan 2. Produk tiruan 3. Produk baru	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat perluasan pasar • Pemengalan produk di pasar • Tingkat kesamaan produk di pasar • Tingkat memperbaiki kualitas • Tingkat inovasi di pasar • Tingkat kebutuhan bagi konsumen di pasar 	ordinal
Keunggulan Bersaing (Y)	keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit atau menguntungkan bagi perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif. Setiawan (2012)	1. Keunikan Produk 2. Kualitas produk 3. Harga bersaing	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat perbedaan dengan produk lain • Tingkat keunikan kemasan • Tingkat kualitas • Tingkat ketahanan produk • Tingkat keterjangkauan harga oleh konsumen • Tingkat kesesuaian harga dengan produk 	ordinal

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data ada dua yaitu data primer dan sekunder, yaitu:

1. Data sekunder

Sugiyono (2010:193) Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.

A. Kegunaan Data Sekunder

Menurut Jonathan sarwono (2003:85) Data sekunder dapat dipergunakan untuk hal hal sebagai berikut :

- **Pemahaman Masalah :** Data sekunder dapat digunakan sebagai sarana pendukung untuk memahami masalah yang akan kita teliti. Sebagai contoh apabila kita akan melakukan penelitian dalam suatu perusahaan, perusahaan menyediakan company profile atau data administratif lainnya yang dapat kita gunakan sebagai pemicu untuk memahami persoalan yang muncul dalam perusahaan tersebut dan yang akan kita gunakan sebagai masalah penelitian.
- **Penjelasan Masalah :** Data sekunder bermanfaat sekali untuk memperjelas masalah dan menjadi lebih operasional dalam penelitian karena didasarkan pada data sekunder yang tersedia, kita dapat mengetahui komponen- komponen situasi lingkungan yang mengelilinginya. Hal ini akan menjadi lebih mudah bagi peneliti untuk memahami persoalan yang akan diteliti, khususnya mendapatkan

pengertian yang lebih baik mengenai pengalaman-pengalaman yang mirip dengan persoalan yang akan diteliti.

- Formulasi Alternative-Alternative Penyelesaian Masalah yang Layak
Sebelum kita mengambil suatu keputusan, kadang kita memerlukan beberapa alternative lain. Data sekunder akan bermanfaat dalam memunculkan beberapa alternative lain yang mendukung dalam penyelesaian masalah yang akan diteliti. Dengan semakin banyaknya informasi yang kita dapatkan, maka penyelesaian masalah akan menjadi jauh lebih mudah.
- Solusi Masalah: Data sekunder disamping memberi manfaat dalam membantu mendefinisikan dan mengembangkan masalah, data sekunder juga kadang dapat memunculkan solusi permasalahan yang ada. Tidak jarang persoalan yang akan kita teliti akan mendapatkan jawabannya hanya didasarkan pada data sekunder saja.

B. Data primer

Sugiyono (2010:193) Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Jonathan sarwono (2003:85) Menjelaskan bahwa dalam pencarian data primer ada tiga dimensi penting yang perlu diketahui, yaitu: kerahasiaan, struktur dan metode koleksi. Pertama, kerahasiaan mencakup mengenai apakah tujuan penelitian untuk diketahui oleh responden atau tidak. Merahasiakan tujuan penelitian dilakukan untuk tujuan agar para responden tidak memberikan jawaban-jawaban yang biasa dari apa yang kita harapkan. Kedua,

struktur berkaitan dengan tingkat formalitas (resmi), atau pencarian data dilakukan secara terstruktur atau tidak terstruktur. Pencarian dilakukan secara terstruktur jika peneliti dalam mencari data dengan menggunakan alat, misalnya kuesioner dengan pertanyaan yang sudah dirancang secara sistematis, dan sangat terstruktur baik itu dilakukan secara tertulis ataupun lisan. Sebaliknya pencarian dapat dilakukan dengan cara tidak terstruktur, jika instrumennya dibuat tidak begitu formal atau terstruktur. Ketiga, metode koleksi menunjuk pada sarana untuk mendapatkan data.

3.2.3.2 Teknk Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, maka peneliti melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan, yaitu:

1. Populasi

Pengertian populasi menurut Umi Narimawati (2008:72) Populasi adalah objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai informasi yang ditetapkan oleh peneliti, sebagai unit analisis penelitian”.Unit analisis dalam penelitian ini adalah Sentra topi rahayu.

Berdasarkan pengertian Populasi diatas, maka yang akan di jadikan populasi dalam penelitian ini adalah pemilik Sentra topi di Rahayu Bandung yang berjumlah 47 pemilik.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2009:92) Teknik Sampling merupakan teknik pengambilan sampel, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang

yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Sedangkan jenis teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini salah satunya adalah sensus atau sampling total yaitu teknik pengembalian sampel dimana seluruh anggota populasi dijadikan sampel sejumlah 47 pelaku usaha.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut

a. Observasi (Pengamatan Langsung)

Melakukan pengamatan secara langsung di Sentra topi Rahayu Bandung .Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan variabel penelitian.Kemudian hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan.

b. Wawancara atau interview

Merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah.Penulis melakukan hubungan langsung dengan pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Dalam teknik wawancara ini, penulis mengadakan tanya jawab dengan sumber yang dapat memberikan data atau informasi. Informasi itu berupa yang berkaitan dengan pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.

c. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik. Kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden yang berhubungan dalam penelitian ini. Hasil dari kuesioner ini yaitu berupa data-data mengenai pengaruh Orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

d. Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Penelitian yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku di perpustakaan seperti buku Manajemen, Manajemen Pemasaran, Manajemen Pengetahuan, dll.

Agar peneliti dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya maka harus dilakukan tahapan analisis dan pengujian hipotesis. Untuk melakukan sebuah analisis data dan pengujian hipotesis, terlebih dahulu peneliti akan menentukan metode apa yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dan merancang metode untuk menguji sebuah hipotesis.

Untuk menilai kuisisioner apakah valid dan realibel maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

3.2.4.1 Uji MSI (Data Ordinal ke Interval)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuisisioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisa data di perlukan data internal, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui metode “Methode Succesive Interval” dan selanjutnya dianalisis regresi korelasi serta determinasi.

1. Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Ambil data ordinal hasil kuisisioner.
- b. Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk seetiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
- c. Menghitung nilai Z (Tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data $n > 30$ di anggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
- d. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
- e. Menghitung nilai skala dengan rumus Methode Succesive Interval.

$$\text{Mean of interval} = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Dencity at Upper Limit}}{(\text{Area BelowUpper Limit}) - (\text{Area Bellow Lower Limit})}$$

Dimana :

Means of Interval : Rata-Rata Interval

Density at Lower Limit : Kepadatan bawah atas

Density at Upper Limit : Kepadatan atas bawah

Area Bellow Upper Limit : Daerah di bawah batas atas

Area Bellow Lower Limit : Daerah di bawah batas bawah

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

3.2.4.2 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran untuk menunjukkan tingkat kevalidan dari instrumen yang digunakan yaitu apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus diperbaiki atau dihilangkan. Rumus yang di gunakan untuk menguji validitas adalah rumus *Korelasi Product Moment* yang di kemukakan oleh pearson sebagai berikut :

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

Keterangan :

R1 = koefisien validitas item yang di cari

X = Skor yang di peroleh subjek dari seluruh item

Y = skor total yang di peroleh 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 X

n = banyaknya responden

Dalam mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut suharismi Arikunto (2009:164) dapat dilihat pada tabel di bawah :

Tabel 3.3
Standar Penilaian untuk Validitas

KRITERIA	VALIDITAS
Good	0,50
Acceptable	0,30
Marginal	0,20
Poor	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).

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Orientasi Pasar (X ₁)	1	0.842	0.300	Valid
	2	0.494	0.300	Valid
	3	0.770	0.300	Valid
	4	0.688	0.300	Valid
Inovasi produk (X ₂)	1	0.830	0.300	Valid
	2	0.649	0.300	Valid
	3	0.695	0.300	Valid
	4	0.514	0.300	Valid
	5	0.843	0.300	Valid
	6	0.709	0.300	Valid
Keunggulan Bersaing (Y)	1	0.461	0.300	Valid
	2	0.585	0.300	Valid
	3	0.580	0.300	Valid
	4	0.679	0.300	Valid
	5	0.597	0.300	Valid
	6	0.793	0.300	Valid

(Sumber: Hasil pengolahan data : 2019)

Pada tabel di atas menunjukkan hasil uji validitas seluruh pertanyaan yang digunakan untuk mengukur Orientasi Pasar, 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

3.2.4.3 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2009:3) Reliabilitas adalah Derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu.

Selain memiliki tingkat (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 item pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana 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 dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

- a. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.
- b. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
- c. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II.
- d. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Gamma 1 = \frac{2\Gamma b}{1+\Gamma b}$$

Sumber : Umi Narimawati, (2010:44)

Dimana

$\Gamma 1$ = reliabilitas internal seluruh item

Γb = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Tabel 3.5
Standar Penilaian Untuk Reliabilitas

Kriteria	Reability
Good	0,80
Acceptable	0,70
Marginal	0,60
Poor	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.

Berdasarkan hasil data kuesioner yang diolah dengan SPSS 20.0 maka dapat diperoleh pengujian reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Orientasi Pasar (X_1)	0.733	0.70	Reliabel
Inovasi produk (X_2)	0.829	0.70	Reliabel
Keunggulan Bersaing (Y)	0.809	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.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Menurut Umi Narimawati (2010 :41), rancangan analisis dapat di definisikan 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 katagori, 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”.

3.2.5.2 Analisis Data Deskriptif

Dalam pelaksanaan, penelitian ini menggunakan jenis atau alat bentuk penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian Deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh Sentra Topi Rahayu berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana masing masing variabel penelitian. Metode kualitatif yaitu metode pengolahan data yang menjelaskan pengaruh dan hubungan yang dinyatakan dengan kalimat. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat faktor penyebab. Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

- a. Setiap indikator yang dinilai oleh pengusaha , diklasifikasikan dalam lima alternatif jawaban dengan menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban.
- b. Dihitung total skor setiap variabel / subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua pengusaha
- c. Dihitung skor setiap variabel/subvariabel = rata-rata dari total skor.
- d. Untuk mendeskripsikan jawaban pengusaha juga digunakan 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 :

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

(Sumber: Umi Narimawati, 2010:45)

Skor aktual adalah jawaban seluruh pengusaha atas kuesioner yang telah diajukan. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua pengusaha diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi. Analisis deskriptif dilakukan mengacu kepada setiap indikator yang ada pada setiap variabel yang diteliti dengan berpedoman pada tabel berikut:

Tabel 3.7
Kriteria Pengklasifikasian

No.	% Skor	Kriteria
1	20.00% – 36.00%	Sangat Buruk/Sangat Rendah
2	36.01% – 52.00%	Buruk/Rendah
3	52.01% – 68.00%	Cukup Baik/Sedang
4	68.01% – 84.00%	Baik/Tinggi
5	84.01% – 100%	Sangat Baik/Tinggi

Sumber : Umi narimawati, 2007:85

3.2.5.3 Analisis data Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisa data di perlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui metode “Methode Succesive Interval” dan selanjutnya dianalisis regresi korelasi serta determinasi. Untuk mengetahui antar variabel dapat digunakan salah satunya adalah sebagai contoh analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

1. Analisis Regresi

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 Linier Berganda adalah:

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

Keterangan :

Y = variabel dependen

X1, X2 = variabel independen

A = konstanta

β_1, β_2 = koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Orientasi Pasar (X1) dan Inovasi Produk (X2), sedangkan variabel dependent adalah Keunggulan Bersaing (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

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

Keterangan :

Y = Keunggulan Bersaing

α = Konstanta dari persamaan regresi

β_1 = Koefisien regresi dari variabel X1, Orientasi Pasar

β_2 = Koefisien regresi dari variabel X2, Inovasi Produk

X1 = Orientasi Pasar

X2 = Inovasi Produk

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik yang harus dipatuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (Multiple Linier Regression) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti terdiri atas :

a) Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independe 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 grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Umar Husein, 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 multikolenieritas bila terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibat model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (**Mandala, 2001: 268-270**) dalam **Agus Purwanto (2011:198)**. Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah :

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

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

c) Uji Heteroskedastisitas

Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penafsiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran 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 absolute dari residual (error) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

3.2.5.4 Analisis Korelasi

Menurut Sujana dalam Umi Narimawati (2010:49) pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi pearson dengan rumus :

$$r = \frac{n(\sum x_1 y_1) - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n(\sum x_1^2) - (\sum x_1)^2\} - \{n(\sum y_1^2) - (\sum y_1)^2\}}}$$

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

r = koefisien korelasi

x = variabel Orientasi Pasar dan variabel Inovasi Produk

y = variabel Keunggulan Bersaing

n = jumlah pengusaha

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.8
Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir 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

3.2.5.5 Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinan (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 $R^2 = SS_{reg} / SS_{tot}$.

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

Dimana :

d : Koefisien determinasi

r : Koefisien Korelasi

3.2.5.6 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah pengaruh Variabel Orientasi pasar dan Variabel Inovasi Produk terhadap Variabel Keunggulan Bersaing. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan di uji, 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 :

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

Thitung diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis

H₁. $\beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel Orientasi Pasar Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing.

H₁ : $\beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel Orientasi Pasar Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing.

H₂. $\beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel Inovasi Produk Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing.

H₂. $\beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel Inovasi Produk terhadap Variabel Keunggulan Bersaing

c. Kriteria Pengujian

H₀ ditolak apabila $t_{hitung} >$ dari Tabel ($\alpha = 0,05$)

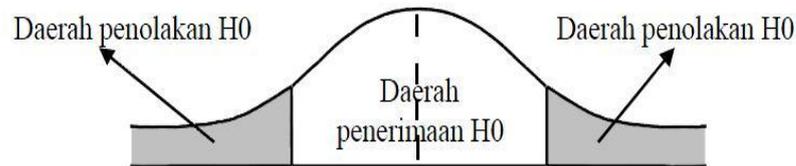
Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0,01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a) Jika $t_{hitung} \geq T_{tabel}$ maka H₀ ada di daerah penolakan, berarti H_a diterima artinya diantara variabel X dan Variabel Y ada hubungannya.

- b) 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.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1

:



Sumber : Sugiyono (2009:185)

Gambar 3.2
Daerah penerimaan dan penolakan hipotesis

2. Pengujian secara simultan

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

- a. Rumus uji f yang digunakan adalah :

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

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 terkait. Pengujian ini dilakukan

menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan nilai F – test yang terdapat pada tabel Analisis of Variance dari hasil perhitungan dengan micro-soft . jika nilai F hitung $<$ Fkritis maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas tidak dapat menjalankan perubahan nilai variabel terikat ditolak dan sebaliknya.

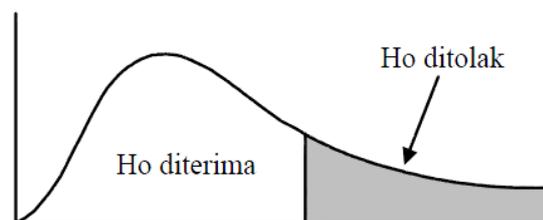
b. Hipotesis

H_0 ; $\beta = 0$, Tidak terdapat pengaruh Orientasi pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

H_1 ; $\beta \neq 0$, Terdapat pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

c. Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila F hitung $>$ dari F tabel ($\alpha = 0,05$)



Gambar 3.3
Daerah diterima dan ditolak Uji F

3. Penarikan kesimpulan

Daerah yang diarsir merupakan daerah penolakan dan berlaku sebaliknya .

jika thitung jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka H_0 ditolak (diterima) dan H_a diterima (ditolak), artinya koefisien regresi signifikan (tidak signifikan)