BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2010:13) mendefinisikan objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal obyektif dan *reliabel* tentang suatu hal (variabel tertentu). Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa objek penelitian adalah penempatan sasaran yang menyangkut hal – hal dalam penelitian yang dapat menunjang penulis untuk mengumpulkan data yang digunakan dalam sebuah penelitian.

Objek penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah Kreatifitas, Orientasi Pasar, dan Kinerja perusahaan.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:2), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu . Berdasarkan dari pengertian di atas, maka metode penelitian adalah suatu cara yang digunakan sebagai dasar dalam menganalisis obyek penelitian guna menganalisis dan membuat kesimpulan untuk membuktikan semua konsep yang telah dipakai dalam sebuah penelitian. Sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis Sejauh mana pengaruh

Kreatifitas, dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif.

Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2010:29) yaitu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Metode deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan masalah – masalah atau fenomena tentang variabel dalam penelitian ini , yaitu Kreatifitas, Orientasi Pasar, dan Kinerja Perusahaan

Metode Verifikatif menurut Sugiyono (2010:13), yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan analisis yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel, dan nuntuk menguji hipotesis variabel dalam penelitian ini, yaitu Kreatifitas, Orientasi Pasar, dan Kinerja Perusahaan

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian.

Penjelasan proses penelitian menurut Sugiyono (2008:13), dapat disimpulkan 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 instrument penelitian
7. Kesimpulan.

Berdasarkan proses penelitian yang dijelaskan di atas, maka desain pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumber Masalah

Peneliti melakukan survei awal dan wawancara pada pemilik unit usaha, yang menjadi sumber masalah adalah Kreatifitas dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan

2. Perumusan masalah

Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Proses penemuan masalah merupakan tahap penelitian yang paling sulit karena tujuan penelitian ini adalah menjawab masalah penelitian sehingga suatu penelitian tidak dapat dilakukan dengan baik jika masalahnya tidak dirumuskan secara jelas. Rumusan masalah atau pertanyaan penelitian akan mempengaruhi pelaksanaan tahap selanjutnya didalam tahap penelitian. Pada

penelitian ini masalah-masalah dirumuskan melalui suatu pertanyaan, yang akan diuji dengan cara menguji hipotesis.

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 berpikir. Selain itu penemuan penelitian sebelumnya yang relevan juga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan jawaban sementara terhadap masalah penelitian (hipotesis). Telaah teoritis mempunyai tujuan untuk menyusun kerangka teoritis yang menjadi dasar untuk menjawab masalah 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.

5. Metode penelitian

Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian 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 kali ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan teknik analisis data

menggunakan statistik deskriptif.

6. Menyusun instrument penelitian

Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusun instrumen penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrument pada penelitian ini berbentuk kuesioner, untuk pedoman wawancara atau observasi. Sebelum instrumen digunakan untuk pengumpulan data, maka instrumen penelitian harus terlebih dulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Dimana validitas digunakan untuk mengukur kemampuan sebuah alat ukur dan reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana pengukuran tersebut dapat dipercaya. Setelah data terkumpul maka selanjutnya dianalisis untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang diajukan dengan teknik statistik tertentu. Pada penelitian ini untuk menguji adanya pengaruh Kreatifitas, dan Orientasi Pasar ,(variabel Independent) terhadap Kinerja Perusahaan (variabel Dependen) digunakan korelasi Rank Spearman.

7. Kesimpulan

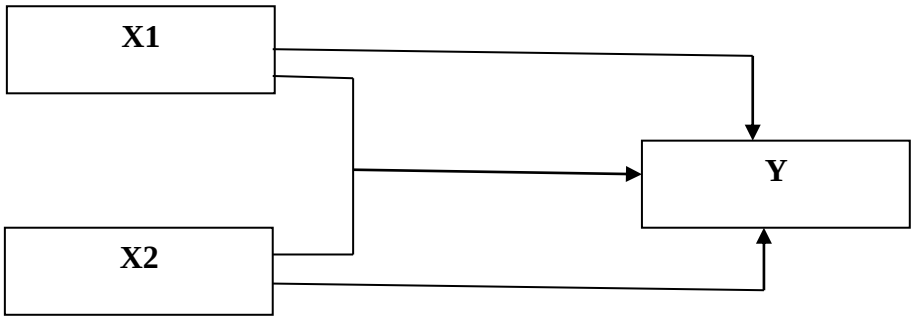
Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *survey*	Karyawan Distro Blank Wear Bandung	*Cross sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Karyawan Distro Blank Wear Bandung	*Cross sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Karyawan Distro Blank Wear Bandung	*Cross sectional*
T-4,5,6	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Karyawan Distro Blank Wear Bandung	*Cross sectional*

(Sumber: Umi Narimawati, 2008)

Mengacu pada tabel diatas, maka dapat digambarkan gambar desain penelitian sebagai berikut :



Sumber : Data Diolah 2015

Gambar 3.1
Desain Penelitian

Keterangan
X1 : Kreatifitas
X2 : Orientasi Pasar
Y : Kinerja Perusahaan

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian penulis yang berjudul pengaruh Kreatifitas dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan, dengan variabel-variabel yang diteliti dapat menjadi 2, yaitu :

1. Variabel bebas/ *Independent Variable* (Variabel X)

Sugiyono (2010: 39) mendefinisikan tentang variabel bebas adalah varabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Dalam penelitian ini, variabel bebas yang berkaitan dengan masalah yang diteliti bersangkutan dengan fenomena yang terjadi adalah Kreatifitas, dan Orientasi Pasar.

2. Variabel tidak bebas/ *Dependent Variable* (Variabel Y)

Sugiyono (2010:40) mendefinisikan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikat yang terkait dengan variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kinerja Perusahaan

Selengkapnya dapat dijelaskan dengan menggunakan tabel operasionalisasi variabel dibawah ini :

Tabel 3.2

Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kreativitas (X1)	kreatifitas merupakan skill untuk melahirkan sesuatu yang baru dan membuat yang baru tersebut itu mempunyai nilai. ***Eddy Soeryanto Soegoto (2012:24)***	• Gagasan Baru	• Mengeluarkan gagasan baru • Memberikan pendapat mengenai hal baru	Ordinal
		• Mencari Peluang Baru	• Memanfaatkan peluang bisnis baru • Analisa peluang bagi perusahaan	
		• Beroreintasi pada tindakan	• Tindakan kreatif karyawan	
		• Daya Imajinasi	• Daya imajinasi dalam menciptakan produk baru • Ide kreatif bagi perusahaan	
		• Tidak ragu melakukan sesuatu	• Keberanian mengeluarkan ide • Keberanian mengambil pekerjaan baru	
		• Pantang Menyerah	• Sikap pantang menyerah untuk bertindak kreatif	

		• Tidak Takut Gagal	• Keberanian mengemukakan pendapat	
Orientasi Pasar (X2)	Orientasi pasar adalah suatu konsep orientasi yang berfokus pada penciptaan nilai – nilai yang tinggi bagi konsumen ***Narver & Slater (1990) dalam Prakoso (2005 : 40)***	• Orientasi Pelanggan	• pengetahuan tentang perkembangan selera konsumen • pemahaman perubahan keinginan konsumen	Ordinal
		• Orientasi Pesaing	• melakukann pengamatan terhadap kondisi persaingan • merespon aktivitas bisnis pesaing	
		• Koordinasi antar fungsi	• pemanfaatan sumber daya dalam perusahaan • interaksi semua bagian dalam perusahaan	
Kinerja Perusahaan (Y)	kinerja adalah tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu ***Atkinson, et. Al. (2005:699) dalam Mahmud (2011 : 4)***	1. Perbaikan Perencanaan Kerja	• perbaikan proses persiapan kerja • Perbaikan susunan rencana kerja antar bagian	Ordinal
		2. Perbaikan proses kerja	• perbaikan tata pelaksanaan kerja • Kontrol proses kerja antar bagian	
		3. Perbaikan Evaluasi Kerja	• perbaikan metode dan penilaian tugas karyawan	

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

Berikut adalah sumber data dan teknik penentuan data yang dipakai penulis dalam menyelesaikan penelitian ini

3.2.3.1 Sumber Data (Data Primer dan Sekunder)

1. Data Primer

Sugiyono (2010: 137) menyebutkan bahwa data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara penyebaran kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan

2. Data Sekunder

Sugiyono (2010:139) mendefinisikan sumber data sekunder adalah sumber sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

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

A. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:117) Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini

populasinya adalah seluruh karyawan Blank Wear Bandung yaitu sejumlah 52 karyawan

B. Sampel

Menurut Sugiyono (2010:119) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik sampling sensus kepada 52 orang karyawan, dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini kurang dari 100 responden. Menurut Arikunto (2010:134) Apabila populasi penelitian berjumlah kurang dari 100 maka sampel yang diambil adalah semuanya dari populasi

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah penelitian lapangan dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung dan melakukan penyebaran kuisioner pada karyawan distro Blank Wear Bandung yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

1. Observasi

Menurut Nasution dalam Sugiyono (2010 :310) menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan hanya bisa bekerja melalui data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Observasi yang dilakukan adalah dengan melakukan pengamatan secara langsung tentang hal-hal yang bersangkutan dengan variabel penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan.

2. Kuesioner

Sugiyono (2010 : 142) berpendapat bahwa angket atau kuisioner adalah teknik pengumpulkan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan ataupernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik pengolahan data hasil kuesioner menggunakan skala likert dimana alternatif jawaban bernilai 5 sampai dengan 1. Kuesioner berisi daftar pernyataan yang ditujukan kepada responden mengenai Kreatifitas, Orientasi Pasar, serta Kinerja Perusahaan. Berikut ini merupakan skala Likert yang terdapat pada Tabel 3.3

Tabel 3.3
Skala likert

Jawaban	Skala Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2010:144)

3. Wawancara

Wawancara menurut Estenberg dalam Sugiyono (2010 : 317) adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010:130) Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk

mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian.Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing- masing pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\left(\sum XY\right) - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{\sqrt{\left(N\left(\sum X^2\right) - \left(\sum X\right)^2\left(N\left(\sum Y^2\right) - \left(\sum Y\right)^2\right)\right)}}$$

Keterangan:

r = nilai koefesien korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Uji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji (taraf signifikansi 5%). Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut:

$$\boldsymbol{t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} : db = n - 2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

r = Koefisien Korelasi Pearson

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi adalah sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi α=0,05
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Berikut hasil uji validitas dari tiap variabel dalam penelitian ini

3.2.4.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kreativitas

Berikut adalah hasil uji validitas mengenai variabel kreativitas dalam penelitian ini

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel Kreativitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	36,3269	22,420	,426	,758
VAR00002	36,0769	22,935	,368	,766
VAR00003	36,7885	23,229	,459	,754
VAR00004	36,5577	22,212	,478	,751
VAR00005	36,3462	22,819	,525	,747
VAR00006	36,0000	24,157	,343	,767
VAR00007	35,9808	23,078	,505	,750
VAR00008	35,9615	23,763	,320	,771
VAR00009	36,3462	23,290	,349	,768
VAR00010	35,9231	23,994	,396	,761
VAR00011	36,3462	22,192	,571	,741

Sumber: Data Diolah 2015

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha If Item Deleted* variabel kreativitas melebihi titik r_{kritis} yaitu sebesar 0,300. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner dalam variabel ini valid.

3.2.4.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Orientasi Pasar

Berikut adalah hasil uji validitas mengenai variabel orientasi pasar dalam penelitian ini

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Orientasi Pasar

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	17,3462	3,995	,672	,489
VAR00002	17,0385	5,567	,124	,706
VAR00003	17,6731	4,695	,478	,576
VAR00004	17,9808	5,353	,227	,665
VAR00005	17,2692	4,357	,605	,527
VAR00006	17,0192	5,392	,267	,648

Sumber: Data Diolah 2015

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha If Item Deleted* variabel orientasi pasar melebihi titik r_{kritis} yaitu sebesar 0,300. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner dalam variabel ini valid.

3.2.4.1.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Perusahaan

Berikut adalah hasil uji validitas mengenai variabel Kinerja Perusahaan dalam penelitian ini

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Perusahaan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	17,7500	8,544	,548	,671
VAR00002	17,5385	8,685	,392	,716
VAR00003	17,1923	7,845	,585	,655
VAR00004	16,8462	9,309	,441	,702
VAR00005	17,4423	7,820	,478	,693
VAR00006	17,4615	9,351	,381	,716

Sumber: Data Diolah 2015

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha If Item Deleted* variabel Kinerja Perusahaan melebihi titik r_{kritis} yaitu sebesar 0,300. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner dalam variabel ini valid.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menyatakan bahwa apabila instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Menurut Sugiyono (2010:132) reliabilitas adalah derajat konsistensi/keajengan data dalam interval waktu tertentu. Pengujian reliabilitas kuesioner pada penelitian ini penulis menggunakan metode *Alpha Cronbach* (α) menurut Sugiyono (2010:177) dengan rumus sebagai berikut:

$$R = \alpha = R = \frac{N}{N-1}\left(\frac{S^2(1-\Sigma S_i^{\,2}}{S^2}\right)$$

Keterangan :

α = Koefisien Reliabilitas *Alpha Cronbach*

S^2 = Varians skor keseluruhan

S_i^2 = Varians masing-masing item

3.2.4.2.1 Hasil Uji Reliabilitas

Berikut adalah hasil uji realibilitas yang dilhitung dengan software SPSS dari setiap variabel dalam penelitian ini

Tabel 3.7

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	r_{kritis}
Kreativitas (X_1)	**Reliability Statistics** Cronbach's Alpha: ,775 — N of Items: 11	0,700
Orientasi Pasar (X_2)	**Reliability Statistics** Cronbach's Alpha: ,753 — N of Items: 6	0,700
Kinerja Perusahaan (Y)	**Reliability Statistics** Cronbach's Alpha: ,731 — N of Items: 6	0,700

Sumber : Data Diolah 2015

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

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 kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam 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 (kuantitafif).

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif (Kualitatif)

Analisis Deskriptif/ kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik. Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat 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, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

$$\% \text{ Skor Aktual} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

a. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas 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 3.4 sebagai berikut

Tabel 3.8
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 (2010:46)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of*

Successive Interval. Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. MSI (*Method of Succesive Interval*)

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut:

a) Ambil data ordinal hasil kuesioner
b) Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
c) Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
d) Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
e) Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*

$$\text{Means of Interval} = \frac{\textit{Density at Lower limit} - \textit{Density at Upper Limit}}{\textit{Area at Below Density Upper Limit} - \textit{Area at Below Lower Limitt}}$$

Dimana:

Means of Interval = Rata-Rata Interval
Density at Lower Limit = Kepadatan batas bawah
Density at Upper Limit = Kepadatan atas bawah
Area Under Upper Limit = Daerah di bawah batas atas
Area Under 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

Untuk mengetahui pengaruh Kreatifitas dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan,yang mana menggunakan mtode analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

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:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Model regresi

yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan suatu situasi dimana beberapa atau semua variabel bebas berkorelasi kuat. Jika terdapat korelasi yang kuat di antara 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 multikoliniearitas 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 Heteroskedastitas

Menurut Gujarati (2005:406), 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 menyesatkan, 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. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Asep Suryana Natawiria dan Riduwan (2010:88) analisis regresi berganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana,kegunaanya yaitu untuk meramalkan nilai variable terikat (Y) apabila variable bebas minimal 2 atau lebih.

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan dari variabel dalam penelitian ini, yaitu pengaruh kreativitas dan orientasi pasar untuk mencapai kinerja perusahaan. Persamaan liner berganda adalah :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

$\hat{Y}$ = nilai taksiran untuk variabel Kinerja Perusahaan
a = konstanta
b_i = koefisien regresi
X_1 = Kreatifitas
X_2 = Orientasi Pasar
ε = kesalahan residual (error)

4. **Analisis Korelasi**

Menurut Sugiyono (2009:183), pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variable 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 ≤ *r* ≤ +1

r = koefisien korelasi

x = *Kreatifitas, Orientasi pasar ,*

y = Kinerja Perusahaan

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.9 dibawah ini

Tabel 3.9
Tingkat Keeratan Korelasi

-1 ≤ r ≤ +1	**Tingkat Keeratan**
0,80 – 1,00	Korelasi sangat kuat atau sempurna
0,60 – 0,79	Korelasi kuat
0,40 – 0,59	Korelasi sedang
0,20 – 0,39	Korelasi rendah
0,00 – 0,19	Tidak ada korelasi atau korelasi lemah

Sumber : Sugiyono (2009:193)

5. Analisis Koefisien Determinasi

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

$$Kd = r^2 \, x100\,\%$$

Dimana:

d : Koefisien determinasi
r : Koefisien Korelasi

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah pengaruh Kreatifitas dan Orientasi pasar terhadap Kinerja Perusahaan. 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 :

3.2.5.2.1 Pengujian Secara Simultan.

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

a. Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F_{hitung} = \frac{JK_{\text{Re}gresi} / k}{JK_{(\text{Re}sidu)} / \{n-(k+1)\}}$$

Dimana :

JK_{residu} = Koefisien Korelasi Ganda
K = Jumlah variabel bebas
n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable bebas secara bersama–sama dapat berperan atas variable terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan anatara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika nilai $F_{hitung} > F_{kritis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sugiyono (2009:183), 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

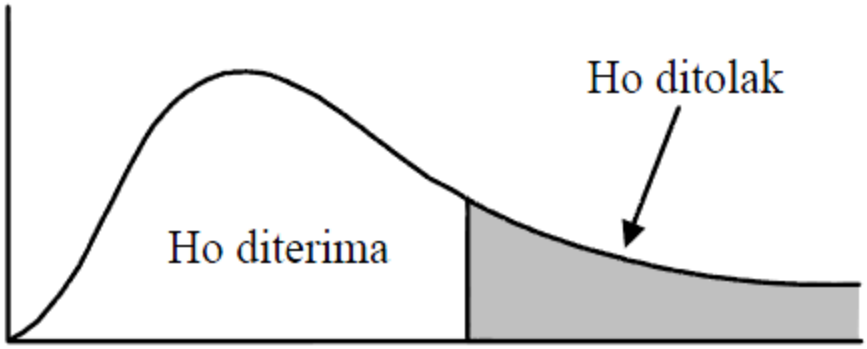
H_0 ; $\beta_1.\beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Kreatifitas dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan

H_1 ; $\beta_1.\beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Kreatifitas dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan.

c. Kriteria pengujian

Jika terdapat nilai koefisien jalur variable independen tidak sama dengan nol,maka Ho ditolak dan sebaliknnya apabila semua koefisien jalur sama dengan nol,maka Ho diterima

H_0 ditolak apabila F_{hitung}> dari F_{tabel} (α = 0,05) . Dibawah ini merupakan gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1



Sumber : Suharismi Arikuntoro (2012:161)

Gambar 3.2
Daerah penerimaan dan penolakan Ho Secara Simultan

3.2.5.2.2. Pengujian Secara Parsial

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

a. **Rumus uji t yang digunakan adalah :**

$$t1 = r_{x1y}\sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_{x1y}^{2})}}$$

$$t2 = r_{x2y}\sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_{x2y}^{2})}}$$

Dimana:

r = korelasi parsial yang ditentukan
n = jumlah sampel
t = t_{hitung}

b. Hipotesis

$H_{0.1.}$ $\beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Kreatifitas terhadap Kinerja Perusahaan.

$H_{1.1.}$ $\beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh Kreatifitas terhadap Kinerja Perusahaan..

$H_{0.2.}$ $\beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan.

$H_{1.2.}$ $\beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan

c. Kriteria pengujian

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

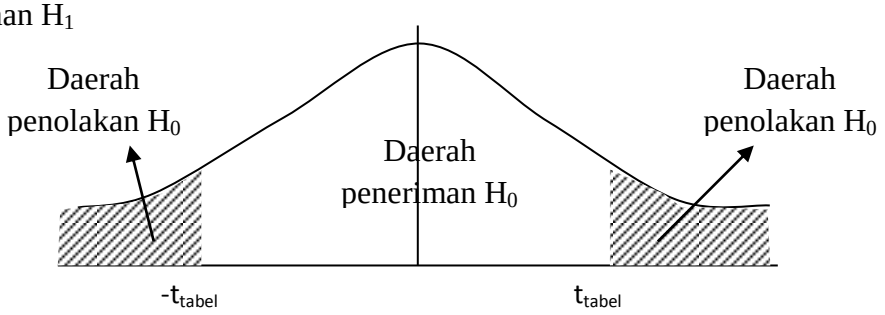
Kriteria Penarikan Pengujian:

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

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

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

Dibawah ini merupakan gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1



Sumber : Suharismi Arikuntoro (2012:161)

Gambar 3.3
Daerah penerimaan dan penolakan Ho Secara Parsial