BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2006:13) mendefinisikan objek penelitian adalah sebagai berikut:

> "Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu)."

Sedangkan menurut I Made Wirartha (2006:39) pengertian objek penelitan adalah : "Objek penelitian (variabel penelitian) adalah karakteristik tertentu yang mempunyai nilai, skor atau ukuran yang berbeda untuk unit atau individu yang berbeda atau merupakan konsep yang diberi lebih dari satu nilai."

Berdasarkan pernyataan di atas dapat dikatakan bahwa objek penelitian adalah semua hal yang yang dapat menunjang untuk menentukan sasaran yang ingin dicapai yang berupa data yang digunakan untuk suatu hal tertentu.

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Objek dari penelitian ini adalah sentra industri kaos suci bandung. Objek penelitian yang digunakan penulis dalam memenuhi tugas akhir ini adalah Strategi keunggulan bersaing melalui Orientasi Pasar dan Jiwa kewirausahaan. Penelitian ini dilakukan di sentra industri kaos suci bandung.

Alasan penulis memilih sentra industri kaos suci bandung adalah untuk mengetahui strategi perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lain, serta

untuk menilai Strategi keunggulan bersaing melalui Orientasi Pasar dan Jiwa kewirausahaan dan di sentra industri kaos suci Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Objek penelitian merupakan permasalahan yang akan diteliti penulis dalam menyelesaikan sebuah penelitian.

Pengertian objek penelitian menurut I Made Wirartha (2006:39) adalah "Objek penelitian (variable penelitian) adalah karakteristik tertentu yang mempunyai nilai, skor atau ukuran yang berbeda untuk unit atau individu yang berbeda atau merupakan konsep yang diberi lebih dari satu nilai." .

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa objek penelitian adalah semua hal yang yang dapat menunjang untuk menentukan semua hal yang dibutuhkan oleh penulis tentang permasalahan yang menyangkut variabel dalam menunjang penulis dalam menyelesaikan suatu penelitian. Dan yang menjadi objek penelitian yang digunakan penulis adalah Orientasi Pasar sebagai variabel *independent (X1)* dan Jiwa kewirausahaan sebagai variabel *independent* (X2) serta Keunggulan bersaing sebagai variabel *dependent* (Y)

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 (2006:18), 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 pada perusahaan, yang menjadi sumber masalah adalah. Orientasi pasar dan Jiwa Kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.

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). Telah 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 Orientasi Pasar, dan Jiwa kewirausahaan (variabel X) terhadap Keunggulan bersaing (variabel Y) 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*	*Sentra Industri kaos suci Bandung*	*Cross Sectional*
T – 2	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	*Sentra Industri kaos suci Bandung*	*Cross Sectional*
T – 3	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	*Sentra Industri kaos suci Bandung*	*Cross Sectional*
T – 4-5	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive dan eksplanatory Survey*	*Sentra Industri kaos suci Bandung*	*Cross Sectional*

(Sumber: Umi Narimawati, 2008)

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian penulis yaitu Strategi keunggulan bersaing melalui Orientasi Pasar dan Jiwa Kewirausahaan,dengan variabel-variabel yang diteliti dapat menjadi 2, yaitu :

1. Variabel bebas/Independent (Variabel X)

   Sugiyono (2008: 39) mendefinisikan tentang variabel bebas sebagai berikut :

   > "Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat)". Dalam hal ini variabel bebas yang berkaitan dengan masalah yang diteliti adalah, Orientasi Pasar dan Jiwa kewirausahaan.

2. Variabel tidak bebas/dependent (Variabel Y)

   Sugiyono (2008: 40) mendefinisikan variabel terikat sebagai berikut:

   > "Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas". Dalam hal ini

variabel yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti adalah ???.

Selengkapnya dapat dijelaskan dengan menggunakan tabel operasionalisasi variabel dibawah ini :

Tabel 3.2

Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	No Kuesioner	Skala
Orientasi pasar (X2) Craven and Piercy, (2009) Orientasi pasar adalah perspektif komersial yang membuat pelanggan sebagai titik fokus dari total operasi perusahaan	• Orientasi Pelanggan	• Tingkat pelanggan untuk memuaskan keinginan	1	Ordinal
	• Orientasi Pesaing	• Tingkat kekuatan pesaing dan strategi yang dikembangkan	2	
	• koordinasi antar fungsi	• Tingkat koordinasimencapai tujuan dalam menciptakan nilai pelanggan	3	
Jiwa Kewirausahaan (X2) Jiwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses Suryana(2003)	• Percaya diri - Keyakinan	• Tingkat percaya diri untuk mencapai target	4	Ordinal
	• Berinisiatif - Ide baru	• Tingkat Inisiatif tinggi	5	
	• Motif berprestasi -Kepuasan produk	• Tingkat motif berprestasi dalam bentuk melakukan sesuatu	6	
	• Memiliki jiwa kepemimpinan -Berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan	• Tingkat keberanian pemilik usaha dalam menghadapi sesuatu walaupun penuh resiko	7	

	• Suka tantangan - Kualitas	• Tingkat variasi pekerjaan dan perubahan	8	
Keunggulan Bersaing (Y) Keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan. Bharadwaj et al dalam Sensi Tribuana Dewi (2005;133).	• Keunikan Produk	• Tingkat ke-khas-an Produk	9	Ordinal
	• Kualitas Produk	• Tingkat bahan yang digunakan	10	
	• Harga Saing - Harga	• Tingkat harga yang kesesuaian	11	

Sumber : data yang diolah 2015

3.2.3 Metode Penarikan Sampel

3.2.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang bukan hanya orang tetapi juga benda – benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek.

Definisi populasi menurut Nazir adalah :

"Kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri yang telah ditetapkan" (Nazir ,1998 :32).

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Pemilik usahanya Sentra Industri kaos Suci di Bandung sebanyak 457 Pemilik usaha.

3.2.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Adapun definisi sampel menurut Sugiyono adalah :

> ”Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi, meskipun jumlah sampel relatif kecil tetapi harus dapat mewakili ciri-ciri dan sifat-sifat keseluruhan populasi”.(Sugiyono ,2003 : 74)

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah metode sampling, yaitu suatu metode yang memilih sebagian dari populasi untuk dijadikan data yang akan diolah untuk penelitian.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling *probability sampling*, yaitu teknik sampling yang memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Untuk mengetahui populasinya, maka digunakan teknik sampling *simple random sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Rumus yang digunakan adalah pendapat Slovin yang dikutip dari Drs.HuseinUmar (2003:146)yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana : n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persentase kelonggaran

Dari jumlah populasi (N) yang terdiri dari 457 orang, maka jumlah sampel penelitian (n) atau responden yang harus diambil berdasarkan dengan tingkat persentase kelonggaran sebesar 5% adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{457}{1 + (457 \text{ x} 0{,}01)^2} = = 82$$

Jadi untuk menghindari kebiasan dalam penyebaran angket, maka dipilih 82 orang untuk menjadi responden.

3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

3.2.4.1 Jenis Data

Data yang digunakan oleh peneliti ada dua jenis, yaitu :

1. Data primer, yaitu merupakan data informasi yang diperoleh pengamatan langsung pada pelanggan yang menjadi objek penelitian.
2. Data sekunder, yaitu merupakan data yang diperoleh dari perusahaan, buku-buku, laporan-laporan ilmiah.

3.2.4.2 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah :

1. Studi Pustaka (*Library Research*)

   Yaitu mengumpulkan data dan mempelajari atau membaca pendapat para ahli yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti untuk memperoleh landasan teori – teori yang dapat menunjang penelitian. Sehingga penelitian yang dilaksanakan mempunyai landasan teori yang kuat dan menunjang.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

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

   a. Observasi

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

   b. Wawancara

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

c. Dokumentasi

Yaitu mengumpulkan dan menganalisa data – data penting tentang orientasi pasar, jiwa kewirausahaan, dan strategi keunggulan bersaing

3.2.5 Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis

Pada dasarnya rancangan analisis data yang digunakan terdiri dari dua bagian yaitu analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2006:13), data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar. Sementara untuk data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (skoring). Analisis kualitatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah satu, dua dan tiga, yaitu mengenai Orientasi Pasar, dan Jiwa Kewirausahaan serta Keunggulan Bersaing dengan cara mengelompokan data, ditabulasikan, kemudian diberikan penjelasan. Sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang keempat, yaitu untuk mengetahui seberapa besar Strategi keunggulan bersaing melalui Orientasi Pasar dan Jiwa Kewirausahaan Sentra Industri Kaos suci di kawasan bandung.

Untuk mengungkap aspek-aspek atau variabel-variabel yang diteliti, diperlukan suatu alat ukur atau skala tes yang valid dan dapat diandalkan, agar kesimpulan penelitian tidak akan keliru dan memberikan gambaran yang tidak jauh berbeda dengan keadaan yang sebenarnya. Suatu instrumen ukur yang tidak

valid dan tidak reliabel akan memberikan informasi yang tidak akurat mengenai keadaan subjek atau individu yang dikenai tes tersebut. Untuk itu perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap alat ukur penelitian ini, yaitu kuesioner.

Sugiyono (2004:110) menyatakan bahwa dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

Pengujian validitas dan reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

3.2.5.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur, atau sejauh mana alat ukur yang digunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat test, maka alat tersebut semakin mengenai pada sasarannya.

Menurut Cooper (2006:720) validitas adalah "*Validity is a characteristic of measuraenment concerned with the extend that a test measures what the researcher actually wishes to measure*".

Berdasarkan definisi diatas, maka validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat test (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Suatu alat ukur disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur.

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesahihan setiap item pernyataan dalam mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing pertanyaan yang ditujukan kepada responden dengan total skor untuk seluruh item. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah korelasi *person product moment*.

Menurut Masrun dalam Sugiyono (2009:134), item yang mempunyai korelasi yang positif dengan *kriterium* (skor total) serta korelasi yang tinggi menunjukan item tersebut mempunyi validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r = 0,3

Berdasarkan dari pernyataan tersebut maka hal ini dilakukan untuk mengetahui pernyataan kuesioner mana yang valid dan mana yang tidak valid, dengan mengkonsultasikan data tersebut dengan tingkat signifikan r_{kritis} = 0,300

apabila alat ukur tersebut berada < 0,300 (tidak valid). Pengujian statistik mengacu pada kriteria :

- $r_{hitung} < r_{kritis}$ maka tidak valid
- $r_{hitung} > r_{kritis}$ maka valid

peneliti. Berikut hasil uji validitas dari tiap variabel dalam penelitian ini

3.2.5.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel Orientasi Pasar

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

Tabel 3.3

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	17,5854	7,900	,411	,692
VAR00002	18,1220	7,442	,544	,652
VAR00003	17,8171	7,336	,475	,673
VAR00004	17,7073	7,642	,407	,695
VAR00005	18,0976	7,373	,572	,644
VAR00006	17,6220	8,682	,311	,717

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.

3.2.5.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Jiwa Kewirausahaan

Berikut adalah hasil uji validitas mengenai variabel jiwa kewirausahaan dalam penelitian ini

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Variabel Jiwa Kewirausahaan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	29,1463	12,003	,324	,725
VAR00002	28,8049	11,270	,509	,688
VAR00003	29,4756	12,030	,343	,720
VAR00004	28,8902	12,864	,312	,722
VAR00005	28,7927	11,080	,539	,682
VAR00006	29,4268	12,346	,310	,725
VAR00007	28,7927	11,870	,461	,699
VAR00008	28,8415	12,876	,309	,723

Sumber: Data Diolah 2015

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

3.2.5.1.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing

Berikut adalah hasil uji validitas mengenai variabel keunggulan bersaing dalam penelitian ini

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing
Item total Statistics

	Scale Mean if item Deleted	Scele Variance if item deleted	Corrected item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if item Deleted
VAR00001	17.5976	10.935	.393	.858
VAR00001	17.4634	9.807	.571	.827
VAR00001	17.4268	9.359	. .687	.803
VAR00001	17.5122	9.586	.702	.801
VAR00001	17.4268	9.359	.687	.803
VAR00001	17.5122	9.586	.702	.801

Sumber: Data Diolah 2015

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

3.2.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Saifuddin Azwar (1999:158), tinggi rendahnya reliabilitas, secara empiris ditunjukan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas (*alpha cronbach*). Walaupun secara teori besarnya koefisien reliabilitas berkisar antara 0,00 – 1,00 , tetapi pada kenyataannya koefisien reliabilitas sebesar 1,00 tidak

pernah dicapai dalam suatu pengukuran karena manusia sebagai subjek pengukuran psikologis merupakan sumber kekeliruan yang potensial.

Koefisien korelasi dapat bertanda positif (+) atau negatif (-), tetapi dalam pengukuran reliabilitas, koefisien reliabilitas yang besarnya kurang dari nol (0,00) tidak ada artinya karena interpretasi reliabilitas selalu mengacu pada koefisien reliabilitas yang positif. Untuk menghitung koefisien reliabilitas digunakan rumus *Alpha Cronbach* :

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k-1)r}$$

Dimana :

α = koefisien reliabilitas

r = rata-rata korelasi antara faktor pembentuk sub variabel

k = jumlah faktor yang membentuk sub variabel

Untuk menghitungnya menggunakan bantuan SPSS 21 *for windows*, bila koefisien reliabilitas telah dihitung, setelah itu dibuat hipotesis :

Ho : Instrument penelitian tidak reliabel

Ha : Instrument penelitian reliabel

Dengan ketentuan : Jika r Alpha > r tabel maka Ho ditolak

Jika r Alpha < r tabel maka Ho diterima.

3.2.5.2.1 Hasil Uji Reliabilitas

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

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	r_{kritis}
Orientasi Pasar (X_1)	**Reliability Statistics** Cronbach's Alpha: ,719 — N of Items: 6	0,700
Jiwa Kewirausahaan (X_2)	**Reliability Statistics** Cronbach's Alpha: ,732 — N of Items: 8	0,700
Keunggulan Bersaing (Y)	**Reliability Statistics** Cronbach's Alpha: ,842 — N of Items: 6	0,700

Sumber : Data Diolah 2015

3.2.6 Rancangan Analisis dan Perancangan Hipotesis

3.2.6.1 Rancangan Analisis

3.2.6.1.1 Analisis Deskriftif/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 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, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

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

Sumber: Umi Narimawati (2007:84)

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 3.5 sebagai berikut

Tabel 3.7

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 (2007:84)

3.2.6.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh 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"* (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. **Transformasi Data Ordinal Menjadi 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*

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

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 Strategi keunggulan bersaing melalui antara Orientasi Pasar dan Jiwa Kewirausahaan dalam hal ini adalah karyawan di digunakan analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

2. 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:

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

Dimana :

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 Orientsi Pasar (X1) dan Jiwa kewirausahaan (X2), sedangkan variabel dependen adalah Keunggulan Bersaing (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta\ 2X2 + e$$

Dimana:

Y = Keunggulan Bersaing

α = Konstanta dari persamaan regresi

β1 = Koefisien regresi dari variable X1, Orientasi Pasar

β2 = Koefisien regresi dari variable X2, Jiwa kewirausahaan

X1 = Orientasi Pasar

X2 = Jiwa Kewirausahaan

3. 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 Multikolinier

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 Heteroskedastisitas

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).

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan deret waktu dalam model regresi atau dengan kata lain *error* dari observasi yang satu dipengaruhi oleh error dari observasi yang sebelumnya. Akibat dari adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak efisien, artinya tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan koefisien regresi menjadi tidak stabil. Untuk menguji ada tidaknya

autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik Durbin-Watson (D-W). Kriteria uji: bandingkan nilai D-W dengan nilai d dari tabel Durbin-Watson:

a. jika D-W < $d_L$atau D-W > 4 – dL, kesimpulannya pada data terdapat autokorelasi.
b. Jika dU < D-W < 4 – dU, kesimpulannya pada data tidak terdapat autokorelasi.
c. Tidak ada kesimpulan jika dL ≤ D-W ≤dU atau 4 – dU ≤ D-W ≤ 4-dL.

Apabila hasil uji *Durbin-Watson* tidak dapat disimpulkan apakah terdapat *autokorelasi* atau tidak maka dilanjutkan dengan *runs test.*

4. Analisis Korelasi

Menurut Sujana (1989) dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:49) pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:

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

Dimana: -1 ≤ *r* ≤ +1

r = koefisien korelasi

x = Orientasi Pasar , Jiwa Kewirausahaan

y = Keunggulan Bersaing

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.6 dibawah ini.

Tabel 3.8

Tingkat Keeratan Korelasi

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, 2003 : 157

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

3.2.6.2 Pengujian Hipotesis

H1 :< 68 : Orientasi pasar Sentra Industri kaos suci Bandung belum tepat

H2 :> 68 : Jiwa Kewirausahaan Sentra industri kaos suci Bandung sudah kuat

H3 :>68 : Strategi keunggulan bersaing di sentra industri kaos suci Bandunng sudah kuat

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Orientasi Pasar dan Jiwa Kewirausahaan terhadap Sentra Industri kaos suci di kawasan Bandung . 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 :

   $$thitung(x_1,2)=b_1,2/se(b_1,2)$$

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

   b. Hipotesis

   $H_{01.}$ $\beta = 0$, Tidak terdapat Pengaruh Orientasi terhadap Keunggulan bersaing karyawan di Sentral Industri Kaos .

   $H_{11.}$ $\beta \neq 0$, Terdapat Pengaruh Orentasi Pasar terhadap Keunggulan bersaing Sentral Industri Kaos.

H_{02}. $\beta = 0$, Tidak terdapat Pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing Sentral Industri Kaos.

H_{12}. $\beta \neq 0$,Terdapat pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Sentral Industri Kaos.

c. Kriteria pengujian

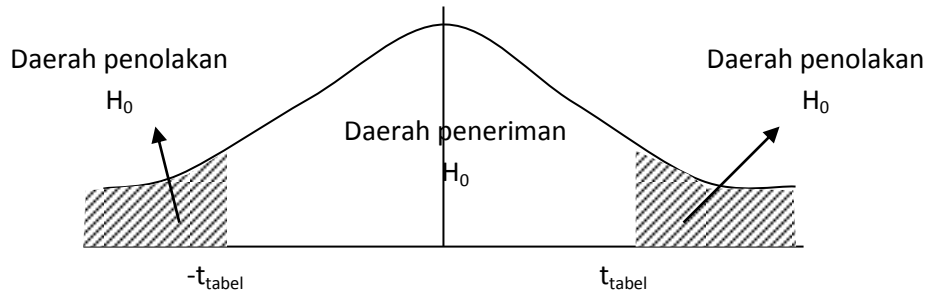
H_0 ditolak apabila $t_{hitung} <$ dari t_{tabel}($\alpha = 0,05$)

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

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

b) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha 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 3.1
Daerah penerimaan dan penolakan Ho