BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Pengertian objek penelitian yang dikemukakan oleh Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2007:56), menyatakan bahwa objek penelitian adalah sebagai berikut:

Objek 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.

Menurut Sugiyono (2012:38) menyatakan bahwa : 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 kutipan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa objek penelitian merupakan hal yang mendasari suatu penelitian berdasarkan studi dan kondisi yang sama dari tujuan penelitian ini. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data–data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut yang berjudul : **"Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keungulan Bersaing Pada Donat Madu Cihanjuang ".**

Di dalam penelitian ini, penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel yang akan diteliti di dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Independent (variabel bebas), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel Independent (variabel X1) dalam penelitian ini adalah diferensiasi produk dan (variabel X2) inovasi produk.
2. Variabel dependent (variabel tidak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel independent. Variabel dependent (variabel Y) dalam penelitian ini adalah keunggulan bersaing.

Diferensiasi produk dan inovasi produk merupakan faktor penyebab, sedangkan keunggulan bersaing faktor akibat. Objek penelitian ini dilakukan pada donat madu cihanjuang.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya.

Menurut Sugiyono (2010:2) mengemukakan metode penelitian bahwa "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu."

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal (sebab akibat) dengan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti.

Sebagaimana dikemukakan Sangadji & Sopiah (2010:30) penelitian asosiatif (hubungan) adalah:

Suatu penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan Penelitian asosiatif adalah melihat apakah ada pengaruh dan seberapa

besar pengaruh dari sebab akibat atau dari variabel independen dan dependen penelitian.

Menurut Sugiyono (2010:18) “penelitian kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti lebih bersifat sebab akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen (bebas) dan dependen (terikat)”.

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dalam penelitian akan digunakan telaah statistika yang cocok, untuk itu dalam analisis menggunakan Analisis regresi berganda.

3.2.1 Desain Penelitian

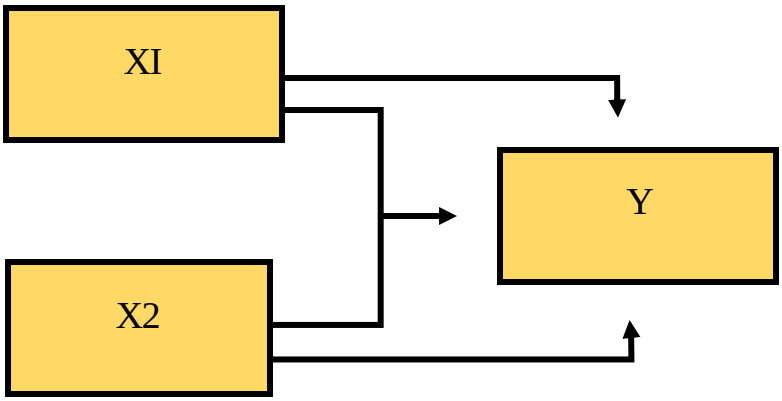
Sebelum melakukan penelitian sangatlah perlu kita melakukan suatu perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan sistematis.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:288) desain penelitian adalah “rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan dan analisis data”.

Langkah-langkah desain penelitian menurut adalah :

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi.
3. Menetapkan rumusan masalah.

4. Menetapkan tujuan penelitian.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori.
6. Menetapkan konsep variable penelitian yang digunakan.
7. Menetapkan sumber data,teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data.
8. Melakukan analisis data.
9. Melakukan pelaporan hasil penelitian



Gambar 3. 1

Desain Penelitian

Tabel 3. 1
Desain Penelitian

Tujuan penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	**Metode Yang Digunakan**	**Unit Analisi**	**Time Horizon**
T-1	Descrpitive	Dsecriptive & Survey	Perusahaan Donat Madu Cihanjuang	Cross Sectional
T-2	Descrpitive	Dsecriptive & Survey	Perusahaan Donat Madu Cihanjuang	Cross Sectional
T-3	Descrpitive	Dsecriptive & Survey	Perusahaan Donat Madu Cihanjuang	Cross Sectional
T-4	Descrpitive & Verifikatif	Dsecriptive & Survey	Perusahaan Donat Madu Cihanjuang	Cross Sectional

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional dalam penelitian ini adalah Variabel Bebas/Independent dan Variabel tergantung/Dependent**.** Penjelasan variabel penelitian menurut Sugiyono (2009:38):

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

Operasional variabel adalah langkah yang harus dilakukan sebelum mengadakan penilaian dan penelitian, hal ini dapat mempermudah dalam melakukan penelitian. Operasional variable ini

diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variable-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan sesuai dengan judul penelitian mengenai Pengaruh diferensiasi produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Maka variable-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel Bebas / Independent (Variabel X) yaitu :

   X1 = Diferensiasi produk

   X2 = Inovasi produk

Sugiyono (2008: 39) mendefinisikan tentang variabel bebas, Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat).

b. Variabel Terikat / Dependent (Variabel Y) yaitu Keunggulan bersaing.

Sugiyono (2008: 40) mendefinisikan variabel terikat, Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Penelitian ini akan menjelaskan tentang diferensiasi produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Selengkapnya mengenai operasionalisasi variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3. 2
Oprasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No kuisioner
Diferensiasi produk (XI)	Menurut Kotler dan Keller (2009: 8-10) Strategi diferensiasi produk dapat dilakukan berdasarkan kriteria yang di tentukan	1.Bentuk. • ukuran, model	Ukuran dan model produk bagi konsumen	O R D I N A L	1
		• struktur fisik	Fisik produk yang memuaskan konsumen		2
		2.Keistimewaan. • biaya yang lebih tinggi	Biaya atas keistimewaan produk		3
		• biaya lebih murah	Harga produk yang lebih murah bagi konsumen		4
		3.Mutu kinerja. • Karakteristik dasar produk	Kepuasan konsumen atas Karakteristik produk		5

		• Hargai yang sesuai dengan mutu	Harga produk sesuai dengan mutu		6
		4.Mutu kesesuaian. • tingkat kesesuaian	Kesesuaian produksi dengan permintaan		7
		• spesifikasi sasaran	Produk yang sesuai sasaran konsumen		8
		5.Daya tahan. • Usia oprasi produk	Usia ketahanan produk menurut konsumen		9
		6.keandalan. • produk tidak akan rusak atau gagal	Kemungkinan produk gagal atau rusak		10 11
		7.mudah di perbaiki. • Kemudahan untuk di perbaiki	Kemudahaan untuk pergantian		

			produk yang rusak		12
		8. gaya • Penampilan	Penampilan produk menurut konsumen		13
		• perasaan	Perasaan yang di timbulkan setelah melakukan pembelian		14
		9. Rancangan • totalitas keistimewaan	Keistimewaan produk secara menyeluruh		15
		• fungsi suatu produk	Fungsi produk yang memenuhi kebutuhan konsumen		
Inovasi produk (X2)	Gailbraith (1973); Schon (1967) dalam Lukas dan Ferrell (2000:240), mendefinisikan inovasi produk sebagai proses dari	1. Perluasan Produk • produk yang masih familiar bagi organisasi	Produk sering dihasilkan organisasi	O R D I N A L	16

	penggunaan teknologi baru ke dalam suatu produk sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah.				
		2. Peniruan Produk • produk yang dianggap baru bagi pasar	Produk yang belum pernah di buat perusahaan lain		17
		3. Produk Baru • Produk di anggap baru oleh bisnis maupun perusahaan	Produk belum pernah di jumpai oleh konsumen		18
Keunggulan Bersaing (Y)	Porter (1990) dalam Aris Mardiyono (2012:55) menyebutkan bahwa keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif	1. Keunikan produk • Nilai seni	Nilai seni yang tinggi pada produk	ORDINAL	19
		• Selera pelanggan	Keunikan dapat di terima pelanggan		20
		2. Kualitas produk • Kualitas desain	Desain yang menimbulkan minat beli pelanggan		21

	dalam pasarnya.	3. Harga bersaing • Kesesuaian harga produk di pasar	Harga produk bersaing dengan perusahaan lain		22

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

Dalam penelitian ini terdapat sumber data dan teknik penetuan data, berikut ini adalah penjelasannya.

3.2.3.1 Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, karena data yang diambil langsung dari objek penelitian dan sudah teruji kebenarannya.

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, dalam hal ini adalah donat madu cihanjuang.

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

Adapun teknik penentuan data terbagi menjadi dua bagian, yaitu populasi dan sampel. Pengertian dari populasi dan sampel itu sendiri adalah sebagai berikut:

1. Populasi

Populasi merupakan objek atau subjek yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2012:297) tentang pengertian populasi yaitu:

"Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulan."

Berdasarkan pengertian di atas, populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada satu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah 375 konsumen dalam satu bulan di donat madu cihanjuang.

2. Sampel

Untuk membuktikan kebenaran jawaban yang masih sementara (hipotesis), maka peneliti melakukan pengumpulan data pada obyek tertentu. Karena obyek dalam populasi terlalu luas maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Menurut sugiono (2009:116) sampel adalah ”bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut”.

Teknik yang diambil dalam penelitian ini dengan insidental dimana teknik penentu sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Adapun yang menjadi sampel yang digunakan untuk pengukuran kuesioner adalah konsumen donat madu cihanjuang. Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel (n) Husein Umar (2004:78) menentukan sampel digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

(Husein Umar,2011:78)

Keterangan :

n = Sampel yang diperlukan

N = populasi yang ada

e = Tingkat kesalahan yang ditoleril atau diinginkan (10%)

berdasarkan rumusa diatas, amaka dapat diketahui sampel yang akan diambil dalam penelitian ini melalui perhitungan berikut :

$$n = \frac{375}{1 + 375(0.1)^2}$$

n = 78.94, Jadi berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan menjadi 80 konsumen donat madu Cihanjuang Bandung

Dengan menggunakan metode deskriptif, maka minimal tingkat kesalahan dalam penentuan anggota sampel yang harus diambil adalah 10% dari jumlah populasi yang diketahui. Jadi dapat diketahui dari perhitungan untuk ukuran sample dengan tingkat kesalahan sebesar 10% adalah sebanyak 78.94 responden dan dibulatkan menjadi 80 responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis untuk memperoleh data serta informasi yang diperlukan adalah sebagai berikut : Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

1. Pengamatan (Observation)

   Merupakan teknik yang menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan. Observasi dalam penelitian ini akan dilaksanakan di donat madu cihanjuang serta para konsumen yang berbelanja.

2. Kuisioner

   Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakuakan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis berbentuk formulir kepada seseorang atau sekumpulan orang (responden) untuk

mendapatkan jawaban, tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Peneliti memberikan kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan yang terkait dengan diferensiasi produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah di beri skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik.

3. Wawancara (Interview)

   Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung secara lisan dengan pihak-pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan khususnya yang menyangkut pengaruh diferensiasi produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing Dalam teknik wawancara ini, penulis mengadakan tanya jawab kepada sumber yang dapat memberikan data atau informasi. Informasi itu berupa apa saja yang berkaitan dengan pengaruh diferensiasi produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Adapun sumber informasi dalam penelitian ini adalah pemilik donat madu cihanjuang.

4. Dokumentasi

   Merupakan proses pengumpulan data dengan mempelajari, menganalisa, dan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan berkaitan dengan pengaruh pengaruh diferensiasi produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

3.2.4.1 Uji Validitas

Uji validitas ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana alat ukur, dalam ini kuesioner mengukur apa yang hendak di ukur atau sejauh mana alat ukur yang di gunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat test, maka alat tersebut semakin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukan apa yang seharusnya di ukur.

Dari definisi diatas validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (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. Uji validitas dalam penelitian ini yaitu untuk menggambarkan variabel diferensiasi produk (X), inovasi produk (X), dan keungulan bersaing (Y).

Tabel 3. 3

Standar Penelitian Untuk Validitas

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

Sumber : Barker et al, 2002:70

Menurut Sugiyono (2012:268) validitas adalah Instrument yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pertanyaan dengan skor total. Adapun rumus dari korelasi pearson adalah sebagai berikut:

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

(Sumber: Umi Narimawati 2010: 42)

Keterangan:

r = Koefisien 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 t (taraf signifikasi5%). Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Dimana:

n = ukuran sampel

r = Koefisien korelasi pearson

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2012:122) definisi reliabilitas adalah sebagai berikut:

"derajat konsistensi/keajengan data dalam interval waktu tertentu".

Berdasarkan pengertian di atas maka reliabilitas dapat dikemukakan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Suatu alat disebut reliabel apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek sama sekali diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Dalam hal ini relatif sama berarti tetap adanya toleransi perbedaan-perbedaan kecil di antara hasil beberapa kali pengukuran. Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten.

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 dikelompokan dalam kelompok I dan kelompok II.
b. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehungga terdapat skot total untuk kelompok I dan kelompok II.
c. Korelasikan skor total kelompok I dan skor kelompok II.

$$\frac{2\,Γb}{1 + Γb}$$

Sumber Umi Narimawati (2010:44)

d. Hitung angka realibitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Γ1 = \frac{2\,Γ_b}{1 + Γ_b}$$

Sumber: Umi Narimawati (2010:44)

Dimana

Γ1 = reliabilitas internal seluruh item

Γ*b* = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

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

1. Jika thitung lebih dari atau sama dengan t0,05 dengan taraf signifikan 5 % maka instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan
2. Jika thitung kurang dari t0,05 dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat digunakan.

Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Split Half* untuk menguji keandalan dari alat ukur. Variabel akan dikatakan reliabel apabila variabel tersebut memiliki nilai *Split Half* lebih besar dari 0,7.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Menurut Narimawati umi (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 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.

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

Sumber: Narimawati Umi, 2010:45)

Keterangan:

a. Skor actual 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. 4

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

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/Sangat Tinggi

Sumber : Umi Narimawati (2010:46)

4.2.5.3 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

Dimana:

$$\text{Scale Value} = \frac{(Dencity\ at\ Lower\ Limit) - (dencity\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Bellow\ Lower\ Limit)}$$

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 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 diferensiasi produk dan inovasi produk Terhadap keunggulan bersaing. Dalam hal ini adalah konsumen donat madu cihanjuang digunakan analisis regresi Berganda (Multiple Regression).

2. Analisis Regresi 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 pengaruh diferensiasi produk dan inovasi produk untuk mencapai keunggulan bersaing. persamaan liner berganda adalah :

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

Dimana :

Y = variabel dependen

X_1, X_2 = variabel independen

A = konstanta

β_1, β_2 = koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen diferensiasi produk (X1) dan inovasi produk (X2), sedangkan variabel dependen adalah keunggulan bersaing (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya:

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

Dimana :

Y = variabel dependen

A = konstanta dari persamaan regresi

β_1 = koefisien regresi dari variabel X1

β_2 = koefisien regresi dari variabel X2

X_1 = diferensiasi produk

X_2 = inovasi produk

ε = faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

Untuk memperoleh hasil lebih akurat pada analisis berganda maka dilakukan pengujian asumi 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. Berberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda *(multiple linier regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti.

A. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2011:181).

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas *(Asymtotic Significance)*, yaitu :

a. Jika probabilitas >0,06 maka distribusi dari populasi adalah normal.
b. Jika probabilitas <0,05 maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

B. Uji Multikolineritas

Menuruh Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinearitas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempuran diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibatnya model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Mandala,2001:268-270 dalam Ervan Agus Purmanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, 20011:198). Jiaka terdapat kolerasi yang kuat diantara sesame 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 sesame variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefesien regresi semakin besra, yang mengakibatkan standar error nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoloniearitas 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 Heteroskedaastisitas

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

3. 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:

$$r = n\frac{(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum Xi2) - (\sum Xi)2\} - \{n(\sum yi2) - (\sum yi)2\}}}$$

Dimana : -1 ≤ r ≤ +1

r = koefisien korelasi

x = diferensiasi produk, inovasi produk

z = keunggulan bersaing

n = jumlah responden

4. Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R2). 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 R2 = SSreg/SStot .

Kd = r^2 x 100 %

Dimana:

d : Koefisien determinasi

r : Koefisien Korelasi

4.2.5.4 Pengujian Hipotesis

Sebelum membuat kesimpulan, terlebih dahulu penulis harus melakukan pengujian hipotesis. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris dan dengan pengujian tersebut maka akan diperoleh suatu keputusan untuk menolak atau menerima suatu hipotesis.

Untuk menguji hipotesis tersebut, maka penulis menggunakan uji statistik berupa uji simultan (Uji F), uji parsial (Uji T),dan uji koefisien determinasi majemuk(R2).

1. Pengujian Secara Simultan

Pengujian hipotesis secara keseluruhan merupakan penggabungan variabel X terhadap variabel terikat Y untuk diketahui seberapa besar pengaruhnya.

Pengujian dapat dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

A. Mencari F hitung dengan formula sebagai berikut :

$$fh = \frac{R^2 / K}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

(Sugiono,2009:257)

Keterangan :

Fh : Nilai F hitung

R^2 : Koefisien korelasi ganda

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah anggota sampel

B. Setelah diperoleh F hitung, selanjutnya bandingkan dengan F tabel berdasarkan besarnya α dan df dimana besarnya ditentukan oleh numerator (k-1) dan df untuk denominator (n-k).

C. Ho: β1, β2 = 0, artinya tidak terdapat pengaruh antara Diferensiasi Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing.

Ha :β1, β2 ≠ 0, artinya terdapat pengaruh antara Diferensiasi Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing.

D. Kriteria Uji F

- Jika hitung $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika hitung $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 di terima dan H_a di tolak.

2. Pengujian Secara Parsial

Untuk merancang hipotesis dalam penelitian ini maka dilakukan Uji Signifikansi Koefisien Korelasi dengan menggunakan rumus t hitung (t_{hitung}) hitung

$$t_{hitung} = \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

(Sugiono,2009:250)

Keterangan :

t_{hitung} = Nilai t

r = Koefisien korelasi Rank Spearman

n = Jumlah anggota sampel

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

a. Ho: β1= 0, artinya tidak terdapat pengaruh antara Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing .

   H*a* :β1 ≠ 0, artinya terdapat pengaruh diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing.

b. Ho: β2= 0, artinya tidak terdapat pengaruh antara Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing.

   H*a* :β2 ≠ 0, artinya terdapat pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing.

c. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

   Jika hitung $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

   Jika hitung $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 di terima dan H_a di tolak.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis dilakukan pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji dua pihak.

d. Menggambarkan Daerah Penerimaan Hipotesis.

Untuk menggambarkan daerah penerimaan dan penolakan terhadap sebuah hipotesis dapat digambarkan dengan uji dua pihak daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.



Sumber : Suharismi Arikuntoro (2012:161)

Gambar 3. 2
Daerah Penerimaan Dan Penolakan Ho.