BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Pengertian dari objek penelitian menurut **Sugiyono (2009:38)** adalah sebagai berikut:

Objek penelitian merupakan Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut **Husein Umar (2005:303)** pengertian objek penelitian adalah sebagai berikut:

Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, juga di mana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu.

Sesuai dengan pengertian diatas bahwa pengertian objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah. Objek dalam Penelitian ini adalah desain produk, lokasi usaha dan keunggulan bersaing. Penelitian di lakukan pada konsumen toko tas Baleno.

3.2 Metode Penelitian

Pengertian dari metode penelitian menurut **Sugiyono (2013:2)** adalah sebagai berikut:

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didsarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis.

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui pengaruh atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Pengertian metode deskriptif menurut **Sugiyono (2011:147)** adalah sebagai berikut:

Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah satu sampai empat. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data dapat dikumpulkan, dianalisis, dan ditarik kesimpulan dengan teori-teori yang telah dipelajari, untuk kemudian ditarik kesimpulan.

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

Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan.

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis.

Desain penelitian menurut **Umi Narimawati (2008)** adalah sebagai berikut:

Desain Penelitian adalah Suatu Rencana Struktur, dan Strategi untuk menjawab permasalahan, yang mengoptimasi validitas.

Definisi dari desain penelitian menurut **Moh. Nazir (2003:11)** adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian, mulai tahap persiapan sampai tahap penyusunan laporan.

Meninjau definisi desain penelitian yang telah dilakukan oleh **Umi Narimawati dan Moh. Nazir** diatas , penulis berasumsi desain penelitian merupakan semua proses yang dilakukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian, maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan penelitian mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan dengan cara memilih, mengumpulkan dan menganalisis data yang diteliti pada waktu tertentu.

Menurut **Sugiyono (2009:13)** penjelaskan proses penelitian disampaikan 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 penjelasan proses penelitian diatas maka proses penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sumber Masalah

Peneliti melakukan *survey* awal untuk menentukan fenomena yang terjadi untuk dijadikan sebagai dasar penelitian.

2. Rumusan Masalah

Penelitian ini merumuskan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana desain produk pada perusahaan toko tas Baleno menurut pandangan konsumen.
2. Bagaimana desain usaha pada toko tas Baleno Kabupaten Garut.
3. Bagaimanakah keunggulan bersaing pada toko tas Baleno di Kabupaten Garut.
4. Seberapa besar pengaruh desain produk terhadap keunggulan bersaing pada toko tas Baleno Kabupaten Garut.

5. Seberapa besar pengaruh lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing pada toko tas Baleno Kabupaten Garut

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

Untuk menjawab hipotesis penelitian ini yang terdapat dalam rumusan masalah maka diperlukan sumber data yang relevan atau dalam penelitian sebelumnya dengan tema yang sama untuk digunakan dalam menjawab pertanyaan sementara.

4. Pengajuan Hipotesis

Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (*factual*) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat dalam penelitian ini adalah desain produk dan lokasi usaha berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

5. Metodologi Penelitian

Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif.

6. Menyusun Instrument Penelitian

Instrument ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrument pada penelitian ini berbentuk data yang didapatkan dari data yang diterima dari perusahaan toko tas Baleno Kabupaten Garut yang termasuk kedalam penelitian.

Teknik yang digunakan untuk menggunakan data-data kualitatif yang diperoleh menjadi urutan data kuantitatif adalah dengan menggunakan *Skala*

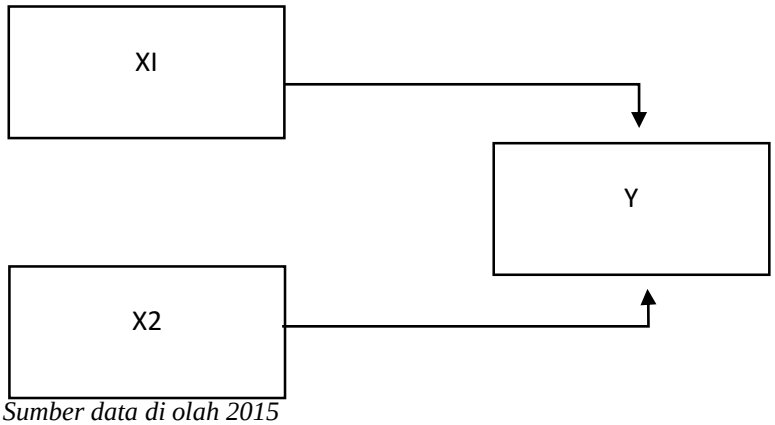
Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

7. **Kesimpulan**

Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan. Dari penjelasan mengenai desain penilitian di atas dapat di gambarkan sekema disain dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

Gambar 3.1

Desain Penelitian



Sumber data di olah 2015

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat digambarkan desain dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *survey*	Konsumen toko tas baleno kab. garut	*Cross sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Konsumen toko tas baleno kab. garut	*Cross sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Konsumen toko tas baleno kab. garut	*Cross sectional*
T - 4 T-5	*Verifikatif*	*Explanatory Survey*	Konsumen toko tas baleno kab. garut	*Cross sectional*

(Sumber: Umi Narimawati, 2008)

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut **Umi Narimawati (2008:30)** pengertian operasional variabel adalah sebagai berikut:

Operasionalisasi Variabel adalah proses penguraian variabel penelitian ke dalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasionalisasi dilakukan bila dasar konsep dan indikator masing-masing variabel sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis faktor.

Sesuai dengan judul penelitian yang diungkapkan oleh penulis yaitu desain produk dan lokasi usah terhadap keunggulan bersaing pada toko tas Baleno di

Kabupaten Garut, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X1) dan (X2)

Variebel independen yaitu variabel bebas yang biasa juga mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah desain produk (X1) dan lokasi usaha (X2).

Desain produk dan lokasi usaha ditentukan dengan skala ordinal, data-data diperoleh dari hasil wawancara kepada konsumen dan melalui kuesioner.

2. Variabel Dependen (Y)

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

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

Tabel 3.2

Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Desain produk (X1)	Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. **Kotler dan Keller (2005) dalam Mahmud (2014 :3)**	Ciri-ciri Kinerja Mutu Kesesuaian Tahan Lama Tahan Uji Kemudahan Perbaikan Model	• Ciri khas produk perusahaan • Kualits kinerja produk perushaan • Desain produk sesuai setandar konsumen • Karakteristik produk bagi konsumen • Daya tahan produk setelah pembelian • Produk rentan keruskan • Perbaikan produk yang gagal • Kesan terhadap produk	Ordinal
Lokasi usaha (X2)	Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk	Akses Visibilitas	• Tngkat lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi umum • Tingkat lokasi	Ordinal

	menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. **Fandy Tjiptono (2002:92)**	Lalu lintas Tempat parkir Ekspansi Lingkungan Persaingan Peraturan pemerintah	atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal • Tingkat banyaknya orang yang lalu-lalang • Tingkat Kepadatan dan kemacetan lalu lintas. • Tingkat ketersedian tempat parkir • Tingkat tersedianya tempat yang cukup luas • Tingkat daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan • Tingkat lokasi pesaing • Tingkat Peraturan pemerintah	
Keunggulan bersaing (Y)	keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja	Keunikan produk	• Tingkat nilai seni produk bagi konsumen • Tingkat selera pelanggan terhadap produk	Ordinal

	pemasaran untuk menghadapi persaingan **porter (1990) dalam heri setiawan (2012 : 14)**	Kualitas produk Harga bersaing	• Tinggkat kualitas produk bagi konsumen • Tingkat kesesuaan harga produk bagi konsumen	

Sumber : Data di olah 2015

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, dalam hal ini adalah pemilik unit usaha toko tas Baleno Kabupaten Garut.

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.

Populasi dalam penelitian ini adalah rata – rata konsumen pada toko tas Baleno Kabupaten Garut dari tahun januari 2014 sampai agustus 2015 kurang lebih 230 konsumen. Karena jumlah total populasi tidak terjangkau secara keseluruhan oleh penulis, maka dalam hal ini penulis melakukan penarikan sampel dengan menggunakan metode *Random Sampling.*

B. Sampel

Menurut **Sugiyono (2010:119)** sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik penarikan *random sampling* berdasarkan jumlah rata – rata konsumen toko tas Baleno dari tahun 2014 sampai 2015.

Pengertian *Random sampling* menurut **Sugiyono (2010:217)** adalah teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri – sendiri atau bersama – sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih.

Metode penarikan sampel yang digunakan mengacu kepada pendekatan slovin **Umi Narimawati (2010:38)** pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan yang ditoleransi (1%,5%,10%)

$$n = \frac{230}{1 + 230(0,1)^2}$$

$$n = \frac{230}{3,3} \qquad n = \quad 69,69$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 69,69 responden yang merupakan konsumen pada toko tas Baleno . Karena jumlah responden mengandung angka desimal, maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 70 responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah penelitian lapangan dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung dan melakukan penyebaran kuisioner pada konsumen toko tas Baleno Kabupaten Garut 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. Pada kesempatan kali ini yang menjadi obyek observasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen toko tas Baleno Kabupaten Garut.

2. 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.. Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara kepada konsumen toko tas Baleno Kabupaten Garut.

3. 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.

Responden dalam penyebaran kuesioner pada penelitian kali ini adalah konsumen toko tas Baleno Kabupaten Garut sebanyak 70 responden. 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 , Desain Produk dan Lokasi Usaha.

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)

3.2.4.1 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 dalampelaksanaan uji coba instrument

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

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

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*.

3.2.4.1.1 Hasil Uji Validitas

Setelah di lakukannya perhitungan verifikatif, maka dapat di ketahui hasil uji validitas dari variable yang di teliti. Berikut adalah hasil uji validitas dari masing – masing variable dalam penelitian ini.

a. Hasil uji validitas variable desain produk

Berikut adalah hasil uji validitas variable desain produk dari pengolahan data spss versi 20.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	21,2429	7,810	,445	,586
VAR00002	21,0571	8,200	,323	,628
VAR00003	21,4429	7,960	,500	,572
VAR00004	21,4429	8,163	,485	,579
VAR00005	20,9714	8,492	,345	,618
VAR00006	20,8143	9,487	,186	,659
VAR00007	21,3143	8,914	,255	,645

Sumber data di olah 2015

Berdasarkan hasil output di atas, dapat di ketahui bahwa nilai *cronbach's alfha if item deleted* melebihi nilai r kritis sebesar 0,300 yang mana dari hal tersebut dapat di ketahui bahwa seluruh pernyataan dalam variable ini di nyatakan valid.

b. Hasil uji validitas variable lokasi usaha

Berikut adalah hasil uji validitas variable lokasi usaha dari pengolahan data spss versi 20.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	24,6429	15,624	,086	,788
VAR00002	24,5000	12,978	,480	,721
VAR00003	24,5143	12,398	,541	,708
VAR00004	24,6143	13,864	,444	,728
VAR00005	24,3857	12,182	,645	,688
VAR00006	24,3429	14,258	,420	,733
VAR00007	24,3714	11,512	,691	,674
VAR00008	24,5286	14,253	,311	,751

Sumber data di olah 2015

Berdasarkan hasil output di atas, dapat di ketahui bahwa nilai *cronbach's alfha if item deleted* melebihi nilai r kritis sebesar 0,300 yang mana dari hal tersebut dapat di ketahui bahwa seluruh pernyataan dalam variable ini di nyatakan valid.

c. Hasil uji validitas variable keunggulan bersaing

Berikut adalah hasil uji validitas variable keunggulan bersaing dari pengolahan data spss versi 20.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	10,2571	3,005	,395	,409
VAR00002	10,4143	2,913	,317	,469
VAR00003	10,5286	2,688	,361	,429
VAR00004	10,6714	3,325	,229	,538

Sumber data di olah 2015

Berdasarkan hasil output di atas, dapat di ketahui bahwa nilai *cronbach's alfha if item deleted* melebihi nilai r kritis sebesar 0,300 yang mana dari hal

tersebut dapat di ketahui bahwa seluruh pernyataan dalam variable ini di nyatakan 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. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reabilitas adalah metode.

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

Setelah di lakukannya perhitungan verifikatif, maka dapat di ketahui hasil uji reliabilitas dari variable yang di teliti. Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari masing – masing variable dalam penelitian ini.

Hasil Uji Reliabilitas

Desain Produk	Lokasi Usaha	Keunggulan Bersaing

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,750	7

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,753	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,736	4

Sumber data di olah 2015

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah di lakukan, dapat di ketahui nilai *cronbach's alpha* bernilai lebih dari nilai realibilitas terendah yang bisa di terima, yaitu sebesar 0,700. Fakta dapat di simpulkan bahwa setiap butir pernytaan dari ketiga variable dapat dikatakan reliable.

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 3.8 sebagai berikut :

Tabel 3.4
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 Desain Produk dan lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing. Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen toko tas Baleno Kabupaten Garut, 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 dan desain produk dan lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing. Persamaan liner berganda adalah :

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

$\hat{Y}$ = nilai taksiran untuk variabel keunggulan bersaing
a = konstanta
b_i = koefisien regresi
X_1 = desain produk
X_2 = lokasi produk

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

r = koefisien korelasi

x =*Desain Produk,lokasi produk*

y = keunggulan bersaing

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.5 dibawah ini :

Tabel 3.5
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 Desain Produk dan Lokasi Usaha terhadapa keunggulan bersaing. 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 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

$H_{0.1.}$ $\beta_1 = 0$, Desain Produk tidak memiliki pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada toko tas Baleno Kabupaten Garut

$H_{1.1.}$ $\beta_1 \neq 0$, Desain Produk memiliki pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada toko tas Baleno Kabupaten Garut

$H_{0.2.}$ $\beta_2 = 0$, Lokasi Usaha tidak memiliki pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada toko tas Baleno Kabupaten Garut.

$H_{1.2.}$ $\beta_2 \neq 0$, Lokasi Usaha memiliki pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada toko tas Baleno Kabupaten Garut.

c. Kriteria pengujian

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

Kriteria Penarikan Pengujian:

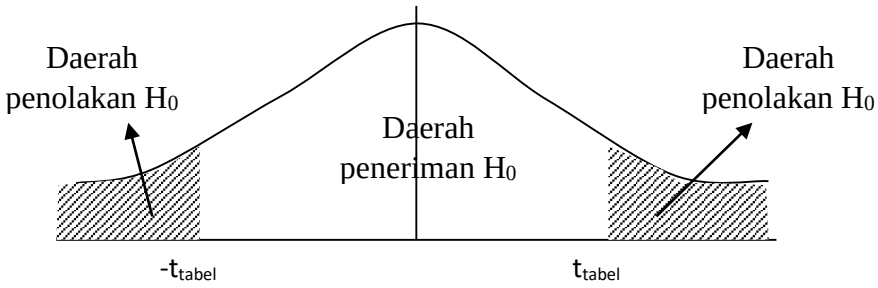
Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0,01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

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

Gambar 3.2
Daerah penerimaan dan penolakan Ho



Sumber : **Suharismi Arikuntoro (2012:161)**