BAB III
OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam Penelitian ini penulis mengambil judul penelitian yaitu, **"Pengaruh Inovasi Produk Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Bisnis Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung " .**

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.

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.

Menurut Husein Umar (2003:303) menjelaskan pengertian objek penelitian adalah " Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dana kapan penelitian akan dilakukan. Biasa juga ditambah hal-hal lain jika dianggap perlu".

Dalam Penelitian ini penulis akan membahas apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari inovasi produk (X1) dan kreativitas (X2) terhadap kinerja bisnis (Y)

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2011:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif.Metode penelitian merupakan suatu cara penulis dalam menganalisis data. Pengertian dari Metode Penelitian adalah penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan. Pengertian dari Metode Analisis Deskriptif adalah sebagai berikut:

Menurut Sugiyono (2005:21) :

" Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas".

Sedangkan penelitian verifikatif menurut **Masyhuri (2008:45)** adalah "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"

Menurut Sugiyono (2012:9), menerangkan bahwa :

> Metode Kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositive, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisa bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekan makna dari pada generalisasi.

Tujuan dari metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kualitatif adalah membuat suatu uraian secara sistematis mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat

dari objek yang diteliti kemudian menggabungkan hubungan antara variabel yang terlibat didalamnya.

Berdasarkan konsep diatas, maka dapat disimpulkan bahwa metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kualitatif merupakan metode yang bertujuan menggambarkan benar tidaknya fakta-fakta yang ada serta menjelaskan tentang hubungan antar variabel yang diselidiki dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasi data.

3.2.1. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian.

Menurut Umi Narimawati (2010:30) desain penelitian adalah :

"Semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam pengertian yang lebih sempit, desain penelitian hanya mengenai penggumpulan dan analisis data saja."

Menurut Moh. Nazir dalam buku Metode Penelitian (2005:84) bahwa : "Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian." Sedangkan menurut Sugiyono (2006:18), menjelaskan proses penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Sumber masalah
2. Rumusan masalah
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Pengajuan hipótesis
5. Metode penelitian
6. Menyusun instrumen penelitian
7. kesimpulan

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan desain penelitian yang lebih luas, yang mencangkup proses-proses berikut ini:

1. Mencari dan menetapkan fenomena yang terjadi.
2. Menetapkan judul dari fenomena yang didapat, sehingga dapat diketahui apa yang akan diteliti kemudian menentukan identifikasi masalah dalam penelitian.
3. Menetapkan masalah-masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini.
4. Menganalisis dan mengambil sampel untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh *citra merek* dan kualitas produk Terhadap minat beli
5. Melakukan pembahasan terhadap masalah melalui data dan informasi yang diperoleh kemudian data tersebut diolah dan dianalisis.
6. Melaporkan hasil dari penelitian, termasuk proses penelitian, diskusi serta interprestasi data.
7. Menyimpulkan penelitian, sehingga akan diperoleh penyelesaian dan jawaban atas identifikasi masalah dan penelitian.

Tabel 3.1

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *survey*	Pegawai toko distro Kawasan Trunojoyo Bandung	*Cross sectional*
T-2	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Pegawai toko distro Kawasan Trunojoyo Bandung	*Cross sectional*
T-3	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Pegawai toko distro Kawasan Trunojoyo Bandung	*Cross sectional*
T-4	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Pegawai toko distro Kawasan Trunojoyo Bandung	*Cross sectional*

3.2.2. Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai pengaruh inovasi produk dan kreativitas terhadap kinerja bisnis, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

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

X1 = inovasi produk

X2 = kreativitas

Sugiyono (2008: 39) mendevinisikan 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 kinerja bisnis.

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

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."

Penelitian ini akan menjelaskan tentang orienasi pasar dan kreativitas terhadap kinerja bisnis. Selengkapnya mengenai operasionalisasi variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3.2

Operasional Variabel

VARIABEL	KONSEP	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	SUMBER
Inovasi produk (X1)	Menurut Nelly dkk (2008:16) yang berpendapat bahwa "inovasi produk menunjukkan pada pengembangan produk dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran, inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk".	• Penemuan. • Pengembangan • Duplikasi. • Sinetesis.	1. tingkat Penemuan 2. tingkat Pengembangan 3. tingkat Proses 4. tingkat Duplikasi 5. tingkat Sinetesis	Ordinal Ordinal Ordinal	Pegawai Pegawai Pegawai
kreativitas (X-2)	. Kreativitas merupakan daya menciptakan sesuatu yang menuntut pemusatan perhatian, kemauan, kerja	- ide baru -inovasi	-tingkat penciptaan -tingkat inovasi -tingkat	-Ordinal -Ordinal	-Pegawai -Pegawai

	keras dan ketekunan. Kreativitas juga didefinisikan sebagai sebuah proses pemikiran intelektual yang membutuhkan sebuah kesepakatan hebat atas usaha-usaha kognitif (Shalley, 1999) dalam (Murwatiningsih 2012:50)	- proses kreativitas	kreativitas	-ordinal	
Kinerja bisnis (Y)	Voss dan Voss (2000) kinerja bisnis didefinisikan sebagai usaha pengukuran tingkat kinerja meliputi omzet penjualan, jumlah pembeli, keuntungan dan pertumbuhan penjualan. Kinerja organisasi atau sering disebut juga sebagai kinerja bisnis atau perusahaan merupakan indikator tingkat kesuksesan dalam mencapai tujuan perusahaan. Kinerja perusahaan yang baik menunjukkan kesuksesan dan efisiensi perilaku	- pertumbuhan pelanggan -pertumbuhan penjualan -keberhasilan produk	-tungkat pelanggan -Tingkat penjualan -Tingkat keberhasilan	-Ordinal -Ordinal -Ordinal	-Pegawai -Pegawai -Pegawai

	perusahaan				

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 sekunder, karena data yang diambil langsung dari objek penelitian dan sudah teruji kebenarannya. Data sekunder adalah data yang di peroleh dari sumber-sumber lain atau literature yang berkaitan dengan permasalahan yang di ajukan penelitian .

Menurut Sugiyono (2012:137) mengungkapkan bahwa :

“Sumber sekunder adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.”

Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber pada literatur dan buku-buku perpustakaan atau data-data dari perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Berdasarkan definisi di atas dapat kita simpulkan bahwa data primer merupakan data pendukung dari suatu persoalan yang diteliti, sebagai alat untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan, untuk mengetahui kondisi-kondisi yang terjadi selama kurun waktu tertentu dan data primer diperoleh

dengan mengadakan peneltian dan kuesioner, tidak jarang juga dapat dijadikan solusi dalam penanganan permasalahan yang diteliti.

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

Menurut Sugiyono (2012:115) "populasi merupakan wilyah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.".

Berdasarkan pengertian di atas, populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada satu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian. Pemilihan jumlah populasi ini dirasakan cukup mewakili untuk memberikan data yang diperlukan dalam penelitian.

Adapun tabel populasi dari penelitian ini adalah 600 karyawan dari 28 outlet distro yang tertera seperti pada tabel berikut :

Tabel 3.3

Distro Pada Kawasan Trunojoyo

No	Nama Distro	No	Nama Distro
1	Ouval RSCH	15	Cosmic
2	Black ID	16	Rockmen Inside
3	Atticus	17	Rockmen House #1
4	Diery Distro	18	Invictus
5	Blankwear	19	Flashy
6	Apparel Store	20	Focuso Land Clothing
7	Evil	21	Gummo
8	Wadezig	22	Bloods
9	Kick Denim	23	Flo Trunojoyo
10	Machbet	24	Blackjack
11	Dloops	25	Beat Box
12	Bloods Concept store	26	Tamommi
13	EAT347	27	Proshop X Wear
14	Screamous	28	Oink The Piggest Company

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 Sugiyono (2009:116), sampel adalah :

“Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”

Teknik yang di ambil dalam penelitian dilakukan dengan teknik *stratified sampling* dimana teknik penentuan sampel berdasarkan responden yang ditemui berdasarkan klasifikasi terkait dan ditentukan siapa yang ditujunya, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Minimal
N = Jumlah populasi
e = Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang ditelorir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini sebesar 10%)

$$n = \frac{600}{1 + 600(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{600}{7}$$

n = 85,7 = 85 (peneliti menggunakan 85 orang sebagai responden)

Berdasarkan penelitian diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian kepada 85 pengusaha dan karyawan yang mengetahui dengan spesifik bagaimana perkembangan distro mereka pada distro Kawasan Trunojoyo Bandung, namun dikarenakan adanya lima outlet yang cukup untuk mewakili semua outlet distro sehingga dijabarkan lagi dengan pengklasifikasian menggunakan rumus.

Menurut Arikunto (2006), strata sampel adalah wakil semua unit strata yang ada dalam populasi, kemudian faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan sampel yaitu derajat keseragaman, sifat khusus populasi.

Teori tersebut membantu penulis menyimpulkan alasan mengapa penulis mengambil distro ini sebagai perwakilan, karena kelima distro diatas adalah yang terbesar di kawasan Trunojoyo serta merupakan outlet yang paling lama telah berdiri sehingga dirasa kelima distro ini cukup mewakili, melihat dari faktor-

faktor yang telah di tentukan sebelumnya, seperti besarnya outlet, tahun berdiri, jangkauan pasar. Sehingga penulis menggunakan rumus cluster stratified sampling.

$$n = \frac{X}{N} \times N_1$$

Sunber : Arikunto Suharsimi. 2005

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang diinginkan setiap strata

N :Jumlah seluruh populasi

X : Jumlah populasi pada setiap strata

N1 : Sampel

Berdasarkan rumus didapatkan hasil seperti berikut ini :

Tabel 3.4

Populasi Responden yang Mewakili Distro Pada Kawasan Trunojoyo

No	Nama Distro	Jumlah Karyawan	Sample per Distro
1	Ouval RSCH	25	$n_i = \frac{25}{600} \times 85 = 3.54 = 4$
2	Evil	26	$n_i = \frac{26}{600} \times 85 = 3.68 = 4$
3	EAT347	30	$n_i = \frac{30}{600} \times 85 = 4.25 = 4$
4	Screamous	27	$n_i = \frac{27}{600} \times 85 = 3.83 = 4$
5	Rockmen Inside	21	$n_i = \frac{21}{600} \times 85 = 2.98 = 3$
Total		**128**	**19**

Total = 600 orang dari 28 Toko – 128 Dari 5 Toko

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis untuk memperoleh data serta informasi yang diperlukan adalah 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 toko distro Kawasan Trunojoyo Bandung serta para Pegawai yang bekerja.

2. Kuesioner

   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 inovasi produk dan kreativitas produk terhadap kinerja bisnis Bandung. 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 orienasi pasar dan kreativitas produk terhadap kinerja bisnis Dalam

teknik wawancara ini, penulis mengadakan tanya jawab kepada sumber yang dapat memberikan data atau informasi. Informasi itu berupa apa saja yang berkaitan dengan orienasi pasar dan kreativitas produk terhadap kinerja bisnis. Adapun sumber informasi dalam penelitian ini adalah pihak manajer perusahaan.

4. Dokumentasi

   Merupakan proses pengumpulan data dengan mempelajari, menganalisa, dan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan berkaitan dengan pengaruh inovasi produk dan kreativitas produk terhadap kinerja bisnis.

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.

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:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{[\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}][\sum Y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}]}}$$

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 signifikasi 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 17 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 17 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

Berikut adalah hasil validitas setiap variabel :

Tabel 3.5

Hasil Validitas Variabel

Nomor	Pernyataan	X1	X2	Y	Nilai Kritis	Keterangan
1	Pernyataan 1	.763**	.790**	.856**	0,4	Valid
2	Pernyataan 2	.796**	.467**	.867**	0,4	Valid
3	Pernyataan 3	.790**	.720**	.704**	0,4	Valid
4	Pernyataan 4	.783**	.764**	-	0,4	Valid
5	Pernyataan 5	.838**	.678**	-	0,4	Valid
6	Pernyataan 6	.775**	.724**	-	0,4	Valid
7	Pernyataan 7	.647**	-	-	0,4	Valid
8	Pernyataan 8	.675**	-	-	0,4	Valid

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrumen. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method* (*Spearman–Brown Correlation*) Tehnik Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi

menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap–ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

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

$$r_1 = \frac{2r_b}{1+r_b}$$

Keterangan :
r_1 = reliabilitas internal seluruh item
r_b = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

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

1. Jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5 % maka instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan
2. Jika t_{hitung} kurang dari $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat digunakan.

Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS.

Sekumpulan butir pertanyaan dalam kuesioner dapat diterima jika memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,7.

Tabel 3.6

E stándar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

Kriteria	Reliability	Validity
Good	0,80	0,50
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

Sumber: Barker et al, 2002:7

Berikut adalah hasil reliabilitas masing-masing variabel :

Tabel 3.7

Hasil Reliabilitas Varibel

Nomor	X1	X2	Y	Nilai Kritis	Keterangan
1	.783	.773	.831	0,7	Valid

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyususun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil pengumpulan data dengan mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyususn kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, serta membuat kesimpulan. Rancangan analisis ini menggunakan analisis data deskriptif dan verifikatif.

Pada penelitian ini digunakan melalui metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang pengaruh inovasi produk dan kreativitas produk terhadap kinerja bisnis. Rancangan analisis penelitian ini terdiri:

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 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 3.8

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 - 36.00	Tidak Baik
2	36.01 - 52.00	Kurang Baik
3	52.01 - 68.00	Cukup
4	68.01 - 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2010:46)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*. Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. MSI (*Method of Succesive Interval*)

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

a) Ambil data ordinal hasil kuesioner

b) Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya

c) Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.

d) Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.

e) Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*

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

Dimana:

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

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

Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha. Dalam hal ini adalah Pegawai Distro di Kawasan Trunojoyo Bandung digunakan analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

2. **Analisis Jalur/** ***Path Analysis***

Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya, baik langsung maupun tidak langsung. Rancangan analisis ini untuk menjawab rumusan penelitian 2, 3, 4, dan 5. Besarnya pengaruh dari suatu variabel independen ke variabel dependen disebut sebagai koefisien jalur (P_{yx}).

Untuk menentukan berapa besarnya pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya diperlukan persyaratan :

- Hubungan antara variabel harus merupakan hubungan linier dan aditif
- Semua variabel residu tidak mempunyai korelasi satu sama lain
- Pola hubungan antara variabel adalah rekursif
- Skala pengukuran baik pada variabel penyebab maupun pada variabel akibat sekurang-kurangnya interval

Apabila persyaratan di atas dipenuhi, maka koefisien jalur dapat dihitung dengan langkah kerja sebagai berikut :

- Menggambarkan diagram jalur untuk hubungan antara variabel secara lengkap. Diagram jalur ini mencerminkan hipotesis konseptual yang diajukan, sehingga tampak jelas variabel mana yang merupakan variabel penyebab dan variabel akibat.
- Menghitung besarnya pengaruh antara suatu variabel penyebab dengan variabel akibat. Perhitungan ini didasarkan pada substruktur antara sebuah variabel penyebab dengan sebuah variabel akibat.
- Berdasarkan data yang ada dilakukan perhitungan koefisien korelasi sederhana dengan menggunakan rumus

$$r_{YX_j} = \frac{n\sum_{h=1}^{n} X_{jh}Y_h - \sum_{h=1}^{n} X_{jh}\sum_{h=1}^{n} Y_h}{\sqrt{\{n\sum_{h=1}^{n} X^2{}_{jh} - (\sum_{h=1}^{n} X_{jh})^2\}\{n\sum_{h=1}^{n} Y^2{}_h - (\sum_{h=1}^{n} Y_h)^2\}}}$$

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah (X_1) dan (X_2), sedangkan variabel dependen adalah (Y).

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

r = koefisien korelasi

x = X1 dan X2

z = Y

n = jumlah responden

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:

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

Dimana: -1 ≤ *r* ≤ +1

r = koefisien korelasi

x = inovasi produk,kreativitas

z = kinerja bisnisi

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.7 dibawah ini :

Tabel 3.9

Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: Sugiyono (2012 : 184)

4. Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk

mengestimasi variable terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari R^2 = SS_{reg}/SS_{tot} .

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

Dimana:

d : Koefisien determinasi

r : Koefisien Korelasi

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah pengaruh inovasi produk dan kreativitas produk terhadap kinerja bisnis. 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 Simultan.**

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

   a. Rumus uji F yang digunakan adalah :

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

Dimana :

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

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

Menurut Sugiyono 2009:183, menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson*.

b. Hipotesis

H_0 ; $\rho_1=\rho_2= 0$, Tidak terdapat Pengaruh inovasi produk dan kreativitas Terhadap kinerja bisnis pada toko distro Kawasan Trunojoyo di Bandung

H_1 ; $\rho_1 \neq \rho_2 \neq 0$, terdapat terdapat Pengaruh inovasi produk dan kreativitas Terhadap kinerja bisnis pada toko distro Kawasan Trunojoyo di Bandung

c. Kriteria pengujian

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

H_0 ditolak apabila F_{hitung}> dari F_{tabel} (α = 0,05)

2. Pengujian Secara Parsial

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

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

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

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

Dimana:

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

b. Hipotesis

$H_{0.}$ $\rho_1 = 0$, Tidak terdapat Pengaruh inovasi produk Terhadap kinerja bisnis pada Pegawai toko distro Kawasan Trunojoyo di Bandung

H_1. $\rho_1 \neq 0$, terdapat Pengaruh inovasi produk Terhadap kinerja bisnis pada Pegawai toko distro Kawasan Trunojoyo di Bandung

Ho. $\rho_2 = 0$, Tidak terdapat Pengaruh kreativitas Terhadap kinerja bisnis pada Pegawai toko distro Kawasan Trunojoyo di Bandung.

H_1. $\rho_2 \neq 0$, terdapat Pengaruh kreativitas Terhadap kinerja bisnis pada Pegawai toko distro Kawasan Trunojoyo di Bandung.

c. Kriteria pengujian

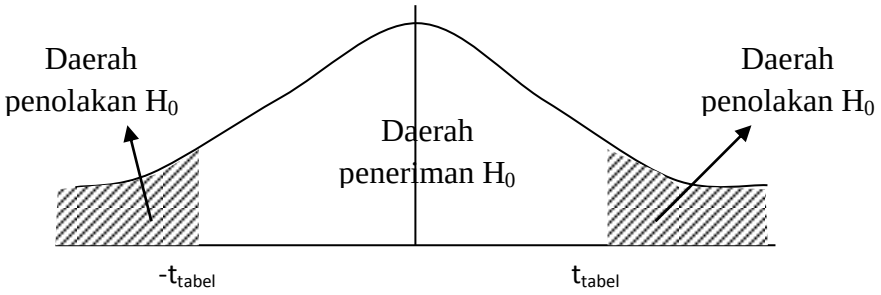
H_0 ditolak apabila $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} ($\alpha = 0{,}05$)

Kriteria Penarikan Pengujian:

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

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 : Suharismi Arikuntoro (2012:161)

Gambar 3.1

Daerah Penerimaan Dan Penolakan Ho