BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Pengertian dari objek penelitian menurut Sugiyono (2012:38), adalah sebagai berikut:

> "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".

Adapun pengertian objek penelitian menurut Umar Husein (2005:303) adalah sebagai berikut :

> "Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu".

Sesuai dengan pengertian diatas bahwa objek penelitian adalah sesuatu yang akan diteliti dan dipelajari. Objek dalam peneitian ini adalah orientasi kewirausahaan ,inovasi produk dan keunggulan bersaing. Penelitian ini dilakukan dengan memilih responden para pengusaha UKM Pakaian Anak Pagarsih, Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data penelitiannya.

Menurut Sugiyono (2012:2) pengertian metode penelitian adalah sebagai berikut:

> "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu:.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui pengaruh atau hubungan yang signifikan antara varaibel yang diteliti sehingga mengasilkan ksimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Pengertian metode deskriptif menurut Sugioyono (2012:29) sebagai berikut:

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

Metode deskriptif ini digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah satu sampai lima. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada sesuai dengan tujuan penelitian di objek penelitian yaitu

bagaimana Orientasi Kewirausahaan, Inovasi produk dan Keunggulan Bersaing yang dilakukan oleh UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung. Sehingga data dapat dikumpulkan, dianalisis dan ditarik kesimpulan dengan teori-teori yang telah dipelajari untuk kemudian ditarik kesimpulan.

Sedangkan metode verifikatif menurut Mahsuri (2009:45) sebagai berikut:

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

Metode penelitian verifikatif digunakan untuk menghitung seberapa besar pengaruh variabel independen ke variabel dependen yaitu pengaruh Orientasi Kewirausahaan ke Keunggulan Bersaing di UKM Pakaian Anak Pagarsih, pengaruh Inovasi Produk ke Keunggulan Bersaing di UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung dan juga pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk ke Keunggulan Bersaing di UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung.

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.

Desain penelitian menurut Umi Narimawati (2008:21) adalah sebagai berikut:

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

Desain penelitian menurut Indrianto Nur dan Supomo Bambang (2002:249) adalah sebagai berikut :

"Desain Penelitian adalah rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemiliha, pengumpulan, dan analisis data."

Dari uraian di atas tersebut maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh penulis dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data.

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 instrumen 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:

   a. Bagaimana Orientasi Kewirausahaan yang ada di UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung
   b. Bagaimana Inovasi Produk yang ada di UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung
   c. Bagaimana Keunggulan Bersaing yang dilakukan oleh UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung
   d. Berapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunnggulan Bersaing di UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung baik secara parsial dan simultan.

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

   Untuk menjawab hipotesis penelitian ini yang terdapat dalam rumusan masalah maka diperlukan sumber data teoritis 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 Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk 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 UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung 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.

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

Tabel 3.1

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelititan	**Metode yang Digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung	*Cross Sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung	*Cross Sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung	*Cross Sectional*
T-4	*Verificative*	*Explanatory Survey*	UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung	*Cross Sectional*
T-5	*Verificative*	*Explanatory Survey*	UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung	*Cross Sectional*

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 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X_1) dan (X_2)

   Variebel independen yaitu variabel bebas yang biasa juga mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini Orientasi Kewirausahaan (X_1) dan Inovasi Produk (X_2).

   Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk, data-data diperoleh dari hasil wawancara dan kuesioner kepada para pengusaha di UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung.

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	Indikator	Ukuran	No kuesioner	Skala
Orientasi Kewirausahaan (x1)	Menurut Suryanita (2006) menjelaskan bahwa Orientasi Kewirausahaan merupakan sebagai spearhead (pelopor) untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.	-Keinovatifan	-Tingkat penggunaan metode/cara baru	1	**ORDINAL**
			-Tingkat mendukung kreativitas karyawan	2	
		-Pengambilan Resiko	-Tingkat pengambilan peluang yang beresiko	3	
			-Tingkat pengambilan resiko untuk mendapatkan keuntungan yang besar	4	
		-Keproaktifan	-Tingkat keaktifan mencari ide	5	
			-Tingkat keaktifan memasarkan produk baru	6	
			-Tingkat keaktifan dalam mengikuti apa yg ada dipasar	7	
Inovasi Produk (x2)	menurut Crawford dan De Benedetto (2000: 9) dalam Putu et al. (2013:66) Inovasi produk adalah	-Perluasan Produk	-Tingkat pengembangan produk	8	
			-Tingkat menyesuaikan	9	

	inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsionil/kegunaannya".	-Peniruan Produk	dengan keinginan konsumen -Tingkat memodifikasi produk pesaing	10	**ORDINAL**
			-Tingkat meniru produk pesaing	11	
		-Produk baru	-Tingkat frekuensi mengeluarkan produk baru	12	
			-Tingkat desain produk baru yang mengikuti tren	13	
Keunggulan Bersaiang (y)	Menurut Prakosa (2005) Keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Strategi yang didesain bertujuan untuk mencapai keunggulan bersaing yang terus menerus agar perusahaan dapat terus menjadi pemimpin pasar.	-Keunikan Produk	-Tingkat ciri khas produk	14	**ORDINAL**
			-Tingkat kemodisan produk	15	
			-Tingkat desain produk yang susah ditiru pesaing	16	
		-Kualitas Produk	-Tingkat daya tahan produk	17	
			-Tingkat bahan produk yang digunakan	18	
			-meningkatkan kualitas produk	19	
		-Harga Bersaing	-Tingkat harga yang lebih murah dari	20	

			pesaing -Tingkat besarnya biaya produksi yang dikeluarkan -Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat produk	 21 22	

Pengertian skala ordinal menurut Sugiyono (2009:98) sebagai berikut:

"Skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, tetapi juga menyatakan peringkat *construct* yang diukur."

Berdasarkan pengertian diatas, maka skala yang digunakan adalah skala ordinal dengan tujuan untuk memberikan informasi berupa nilai pada jawaban. Variabel-variabel tersebut diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner berskala ordinal yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala likert.

Skala likert menurut Sugiyono (2009:86) adalah sebagai berikut:

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

Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuisioner yang diajukan untuk pernyataan positif adalah sebagai berikut

Tabel 3.3

Pilihan Jawaban Kuesioner Positif

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono,2011

Sedangkan atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajaukan untuk pernyataan negatif adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4

Pilihan Jawaban Kuesioner Negatif

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	1
Setuju	2
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	5

Sumber: Sugiyono,2011

3.2.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Sugiyono (2009:139) menyatakan sebagai berikut:

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

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini adalah para pengusaha UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung.

Menurut Sugiyono (2009:141) data primer sebagai berikut:

> “Sumber sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan”.

Sedangkan data sekunder diperoleh dari data jumlah pengusaha yang terdapat di UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung yang telah di olah oleh kelurahan Jamika kecamatan Bojongloa.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, maka peneliti melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan, yaitu:

1. Populasi

Pengertian populasi menurut Umi Narimawati (2008:72), adalah:

"Populasi adalah objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai informasi yang ditetapkan oleh peneliti, sebagai unit analisis penelitian".

Unit analisis dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha di UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung, sehingga populasi untuk penelitian ini adalah 26 pengusaha.

2. Sampel

Pengertian sampel menurut Umi Narimawati (2008:77), adalah:

"Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi unit pengamatan dalam penelitian".

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah 26 responden dari jumlah populasi yang berjumlah 26 pengusaha.

Menurut Sugiyono (2013:122-123) sampel jenuh adalah sebagai berikut:

"Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel".

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan daya yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Lapangan (*Field Research*), yang dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan sekunder (data yang diambil langsung dari pihak-pihak terkait).

Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*) yaitu untuk memperoleh data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.
2. Studi Lapangan (*Field Research*) yaitu dengan mencari dan memperoleh data dari perusahaan yang penulis teliti dengan cara :
    a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung dilapangan.
    b. Wawancara, yaitu dengan mengadakan tanya jawab pihak-pihak yang mempunyai kaitan langsung dengan objek yang diteliti.
    c. Kuesioner, yaitu alat penelitian berupa daftar pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Disini peneliti menggunakan skala Likert.

Agar peneliti dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya maka harus dilakukan tahapan analisis dan pengujian hipotesis. Untuk melakukan sebuah analisis data dan pengujian hipotesis, terlebih dahulu peneliti akan menentukan

metode apa yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dan merancang metode untuk menguji sebuah hipotesis.

Untuk mengetahui kuesioner apakah valid dan realibel maka diperlukan uji validitas dan raelibitas, sehingga diperoleh item-item pertanyaan yang layak untuk digunakan sebagai alat ukur mengumpulan data penelitian.

3.2.4.1 Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data menurut Sugiyono (2009:121) menjelaskan mengenai validitas adalah sebagai berikut :

> "Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid.Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak 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 orientasi kewirausahaan (X1) dan inovasi produk (X2).

Tabel 3.5

Standar penilaian untuk Validitas

	Validity
Good	0,50
Acceptable	0,40
Marginal	0,30
Poor	0,20

Sumber : Barker et al, 2002:70

Secara teknis valid tidaknya suatu butir pernyataan dinilai berdasarkan kedekatan jawaban responden pada pernyataan tersebut dengan jawaban responden pada pernyataan lainnya. Nilai jawaban responden diukur menggunakan koefisien korelasi, yaitu melalui nilai korelasi setiap butir pernyataan dengan total butir pernyatan lainnya. Butir pernyataan dinyatakan valid jika memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,30.

Seperti dilakukan pengujian lebih lanjut, semua item pernyataan dalam kuesioner harus diuji keabsahannya untuk menentukan valid tidaknya suatu item. Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam kuesioner. Validitas suatu data tercapai jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diungkapkan. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi pearson product moment. Untuk mempercepat dan mempermudah penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer dengan menggunakan software *SPSS 18.0 for windows*

dengan metode korelasi untuk mencari koefisien korelasi antar variabel dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Berikut disajikan hasil uji validitas semua pernyataan yang ada pada tiga variabel dengan menggunakan metode *Persons Product Moment:*

Tabel 3.6

Hasil Uji Validitas Variabel Orientasi Kewirausahaan (X1)

Variabel	Pertanyaan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN (X1)	p1	0,579	0,3	valid
	p2	0,812	0,3	valid
	p3	0,807	0,3	valid
	p4	0,830	0,3	valid
	p5	0,810	0,3	valid
	p6	0,864	0,3	valid
	p7	0,890	0,3	valid

Dari tabel diatas, diperoleh informasi bahwa seluruh pernyataan yang diajukan untuk variabel orientasi kewirausahaan memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis (0,3) maka seluruh pernyataan tersebut dikatakan valid.

Sehingga dapat dikatakan bahwa item kuesioner orientasi kewirausahaan valid dan dapat digunakan untuk mengukur vriabel yang diteliti.

Tabel 3.7

Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X2)

Variabel	Pertanyaan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
INOVASI PRODUK (X2)	p8	0,550	0,3	valid
	p9	0,811	0,3	valid
	p10	0,703	0,3	valid
	p11	0,840	0,3	valid
	p12	0,834	0,3	valid
	p13	0,857	0,3	valid

Dari tabel diatas, diperoleh informasi bahwa seluruh pernyataan yang diajukan untuk variabel inovasi produk memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis (0,3) maka seluruh pernyataan tersebut dikatakan valid. Sehingga dapat dikatakan bahwa item kuesioner inovasi produk valid dan dapat digunakan untuk mengukur vriabel yang diteliti.

Tabel 3.8

Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

Variabel	Pertanyaan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
KEUNGGULAN BERSAING (Y)	p14	0,934	0,3	valid
	p15	0,409	0,3	valid
	p16	0,554	0,3	valid
	p17	0,765	0,3	valid
	p18	0,682	0,3	valid
	p19	0,574	0,3	valid
	p20	0,392	0,3	valid
	p21	0,737	0,3	valid
	p22	0,958	0,3	valid

Dari tabel diatas, diperoleh informasi bahwa seluruh pernyataan yang diajukan untuk variabel keunggulan bersaing memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis (0,3) maka seluruh pernyataan tersebut dikatakan valid. Sehingga dapat dikatakan bahwa item kuesioner keunggulan bersaing valid dan dapat digunakan untuk mengukur vriabel yang diteliti.

3.2.4.2 Uji Realibitas

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.

$$\frac{2\,r_b}{1 + r_b}$$

Umi Narimawati(2010:44)

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

$$r1 = \frac{2rb}{1+rb}$$

Sumber : Umi Narimawati (2010:44)

Dimana:

Γ1 = reliabilitas internal seluruh item

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

Tabel 3.9

Standar Penilaian Untuk Reabilitas

	Reability
Good	0,80
Acceptable	0,70

Marginal	0,60
Pool	0,50

Sumber : Barker et al, (2002:70)

Selain valid instrument penelitian juga harus memiliki keandalan, keandalan instrument penelitiam menunjukan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah.

Berikut disajikan hasil uji reliabilitas menggunakan *metode Split Half Method:*

Tabel 3.10

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,869	0,7	reliabel
Inovasi Produk (X2)	0,845	0,7	reliabel
Keunggulan Bersaing (Y)	0,740	0,7	reliabel

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien reliabilitas untuk variabel orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan keunggulan bersaing memiliki nilai koefisien reliabilitas >0,7, sebagai nilai batas instrumen penelitian dikatakan dapat digunakan. Hasil Uji reliabilitas semu pernyataan variabel dan

reliabel, yang berarti bahwa data penelitian penerapan semua variabel dari instrumen yang digunakan layak digunakan mengetahui dan menguji permasalahan yang diteliti.

3.2.4.3 Uji MSI

Sehubungan dengan penelitian ini yang menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, sedangkan syarat analisis dengan verifikatif uji statistik menggunakan korelasi pearson minimal berskala interval, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan Method of Successive Interval (Harun Al Rasyid, 1994:131).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban

5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaanberikut:

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

Umi Narimawati (2010:47)

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Adapun di dalam proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan program *software* MSI.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Menurut Umi Narimawati (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 data Deskriptif dan Verifikatif

A. Analisis Deskriptif

Dalam pelaksanaan, penelitian ini menggunakan jenis atau alat bentuk penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian Deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan UKM Pakaian Anak Pagarsih berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana masing masing variabel penelitian. Metode kualitatif yaitu metode pengolahan data yang menjelaskan pengaruh dan hubungan yang dinyatakan dengan kalimat. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat faktor penyebab. Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

a. Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan dalam lima alternatif jawaban dengan menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban.

b. Dihitung total skor setiap variabel / subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua responden.

c. Dihitung skor setiap variabel/subvariabel = rata-rata dari total skor.

d. Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakan statistik deskriftif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik.

e. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut:

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

(Sumber: Narimawati Umi, 2010:45)

Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi. Analisis deskriptif dilakukan mengacu kepada setiap indikator yang ada pada setiap variabel yang diteliti dengan berpedoman pada tabel berikut:

Tabel 3.11

Kriteria Pengklasifikasi Presentase Skor Tanggapan Responden

% Skor	Kriteria
20.00%-36.00%	Sangat Buruk/Sangat Rendah
36.01%-52.00%	Buruk/Rendah
52.01%-68.00%	Cukup Baik/Sedang
68.01%-84.00%	Baik/Tinggi
84.00%-100%	Sangat Baik/Sangat Tinggi

(Umi Narimawati (2007:85)

B. Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif adalah metode yang digunakan untuk memilih metode penelitian, menyusun instrument penelitian, mengumpulkan data dan menganalisanya. Analisis verifikastif mentik beratkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian.

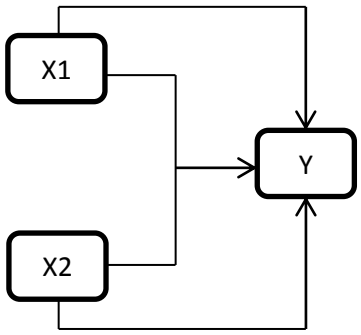
Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "Methode of Successive Interval" sedarmayanti (2002:101) Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

3.2.5.3 Analisis Regresi Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Regresi berganda berguna untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan antara dua buah variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (Y).

Menurut Jonathan Sarwono (2006:79) pengertian regresi linear berganda adalah:

> "Regresi linier berganda mengestimasi besarnya koefisien-koefisien yang dihasilkan dari persamaan yang bersifat linier yang melibatkan dua varia bel bebas untuk digunakan sebagai alat prediksi besarnya nilai variabel tergantung". Model analisis Regresi Berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 3.1

Model Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel bebas adalah Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Inovasi Produk (X2), sedangkan variabel terikat adalah Keunggulan Bersaing (Y). Menurut riduwan (2007:152) Berikut ini rumus regresi linear berganda:

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

Dimana:

Y= Variabel Y (Keputusan Pembelian)

α = Konstanta persamaan regresi

β1 = Koefisien regresi variabel X1

β2 = Koefisien regresi variabel X2

X1= Variabel X1 (Orientasi Kewirausahaan)

X2 = Variabel X2 (Inovasi Produk)

A.Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengethaui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Modal 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 kdan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2011,181).

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

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

B.Uji Multikolinieritas

Suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinieritas bila terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibatnya model tersebut mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Frisch dalam Mandala, 2001: 268-270). Jika terdapat korelasi yang kuat diantara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah:

- Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir
- 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 Multikolinieritas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Menurut Gujarati (2005: 362), jika nilai VIF-nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.

C.Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penafsiran 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 Spearmen* yaitu dengan mengkolerasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolute dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

Selain itu, dengan menggunakan program SPSS, heteroskedastisitas juga bisa dilihat dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai tambah prediksi variabel yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID, jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

1.Analisis Korelasi

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

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

Dimana : -1≤ r ≤+1

r = koefisien korelasi

x = variabel orientasi kewirausahaan dan variabel pasar

y = variabel keunggulan bersaing

n = jumlah franchisor

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

Tabel 3.12

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 : Syahri Alhusin, 2003 : 157

2.Analisis Koefesien Determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukan oleh besarnya koefisien determinan (R^2). Semakin besar nilainya maka

menunjukan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$.

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

d : Koefisien determinasi

r : Koefesien Korelasi

3.2.5.4 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah pengaruh Variabel Orientasi Kewirausahaan dan Variabel Inovasi Produk terhadap Variabel Keunggulan Bersaing. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan di uji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

a. Pengujian Secara Parsial

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

- Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$t_{hitung}(x1,2) = \frac{\boldsymbol{b}\ 1,2}{se\ (b1,2)}$$

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

- Hipotesis

H_{01}. $\beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel Orientasi Kewirausahaan terhadap Variabel Keunggulan Bersaing.

H_{a1}. $\beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel Orientasi Kewirausahaan terhadap Variabel Keunggulan Bersaing.

H_{02}. $\beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel Inovasi Produk terhadap Variabel Keunggulan Bersaing.

H_{a2}. $\beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel Inovasi Produk terhadap Variabel Keunggulan Bersaing.

- Kriteria Pengujian

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

  Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria peneerimaan 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.

b. Pengujian Secara Simultan

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

a) Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F\ hitung = \frac{Jk_{regresi}/K}{Jk_{residu} / \{n - (k + 1)\}}$$

Dimana:

Jkresidu = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah variabel bebas

N = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat.Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada tabel *Analisis of Variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft.Jika nilai $F_{hitung} > F_{krisis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat ditolask 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 atau dikenal dengan rumus Pearson.

b) Hipotesis

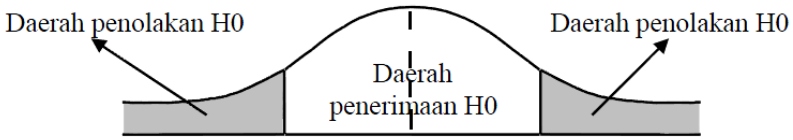
$H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.

$H_a : \beta_1\beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.

c) Kriteria pengujian

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

Apabila pada pengujian secara simultan H_0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah yxi 0. Untuk mengetahui pxyi yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.



Sumber : Sugiyono (2009:185)

Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0