BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek Penelitian menurut Husein Umar (2005:303) mengemukakan bahwa:

"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".

Objek penelitian adalah sasaran ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah pengaruh penerapan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing pada produk *speedy* PT. TELKOM divisi regional III Jabar dan Banten.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Sugiyono (2009:3) mendefinisikan bahwa :

"Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Dalam melakukan penelitian penulis menggunakan metode penulisan studi kasus dan metode deskriptif dan verifikatif, menurut Sugiyono (2005 : 21) mendefinisikan bahwa :

‘’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 merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara dua variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian, dimana data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah dipelajari sehingga data tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan.

Sedangkan metode verifikatif 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.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel X terhadap Y yang diteliti. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

3.2.1. Desain Penelitian

Metode penelitian adalah suatu teknik atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan serta mencatat data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun karya ilmiah dan kemudian menganalisa faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan sehingga nantinya akan didapat suatu kebenaran atas data yang diperoleh.

Penelitian ini dilakukan dengan melihat pengaruh penerapan strategi diferensiasi pada produk *speedy* dengan keunggulan bersaing yang didapat dari penyebaran kuesioner kepada para responden. Untuk itu penelitian ini menggunakan metode *Survey Explanatory*. Menurut Husein Umar (2002:76) *Survey Explanatory* yaitu, ”*Survey* yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel memulai pengujian hipotesis. *Survey* dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data”.

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini juga menggunakan jenis penelitian Deskriptif dan Verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data-data dilapangan.

Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2005:11) adalah :

> Penelitian yang dilaksanakan terhadap veriabel mandiri, yaitu membuat perbandingan atau menghubungkan variabel lain. Dalam pemahaman lain, penelitian deskriptif merupakan bentuk penelitian yang menggabungkan kejadian sesungguhnya dilapangan tentang objek yang akan diteliti sehingga dapat dicapai suatu kesimpulan sementara.

Adapun penelitian deskriptif ini dilaksanakan untuk mengetahui gambaran sesungguhnya tentang pengaruh penerapan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing pada produk *speedy* PT. Telkom divisi regional III Jabar dan Banten.

Penelitian verifikatif adalah merupakan pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif melalui suatu perhitungan statistik sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Adapun objek yang diuji dalam penelitian ini adalah pengaruh penerapan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing pada produk *speedy* PT. Telkom divisi regional III Jabar dan Banten.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Sebelum mengadakan penilaian dalam penelitian, penulis harus menentukan operasional variabel, hal ini agar dapat mempermudah dalam melakukan penelitian. Menurut Sugiyono (2004:38) mengemukakan bahwa variabel adalah:
"Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti yang dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya".

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 penerapan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing pada produk *speedy* PT. Telkom divisi regional III Jabar dan Banten maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. *Variabel Independent* (X) atau variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbul atau berubahnya variabel terikat (Dependent Variabel) Pada penelitian yang menjadi variabel bebas (Variabel X) adalah strategi diferensiasi.
2. *Variabel Dependent* (Y) atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Independent Varibel) dependent variabel (Variabel Y) dalam penelitian ini adalah keunggulan bersaing.

Operasionalisasi Variabel dalam penelitian ini tentang peranan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing akan dijelaskan dalam bentuk tabel seperti dibawah ini:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Variabel "X" (Strategi Diferensiasi)	Strategi diferensiasi menitikberatkan pada membangun persepsi pembeli akan keunggulan kualitas, desain produk, teknologi, jaringan distribusi, imej, berat, bahan atau pelayanan. (Agustinus Sri Wahyudi, 1996:83)	1. Keunggulan Kualitas	- Tingkat kecepatan *internet access* yang diberikan - Tingkat koneksi internet dengan kecepatan tinggi	Ordinal
		2. Imej	- Tingkat kesan konsumen terhadap produk - Tingkat citra konsumen terhadap produk	
		3. Desain Produk	- Tingkat ciri khas produk yang diberikan - Desain gambar/ warna produk yang diberikan	
		4. Teknologi	- Tingkat kecepatan jaringan yang diberikan - Tingkat kecepatan men-*download*/ mengunduh yang	

			diberikan	
		5. Jaringan Distribusi	- Tingkat banyaknya produk yang dijual melalui *outlet-outlet*/ toko-toko terdekat - Tingkat banyaknya lokasi kantor cabang pemasangan/ *service center* speedy	
		6. Berat	- Tingkat kesesuaian ukuran&berat terhadap produk yang ditawarkan - Tingkat keringanan/ lebih kecil terhadap produk yang ditawarkan	
		7. Pelayanan	- Tingkat kualitas pelayanan yang diberikan - Tingkat jaminan garansi yang diberikan	
Variabel "Y" (Keunggulan Bersaing)	Keunggulan bersaing yang dapat digunakan perusahaan yaitu harga, pangsa pasar, merk, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan jalur distribusi (Agustinus Sri Wahyudi, 1996:61)	1. Harga	- Tingkat harga paket *chat* yang ditawarkan - Tingkat harga paket *executive*/ BIZ yang ditawarkan	Ordinal
		2. Pangsa Pasar	- Tingkat frekuensi pangsa pasar yang dilakukan perusahaan - Tingkat banyaknya pengguna speedy di lingkungan tempat tinggal konsumen	
		3. Merk	- Tingkat kesan konsumen terhadap merk produk perusahaan - Tingkat kepuasan konsumen terhadap merk produk perusahaan	
		4. Kualitas Produk	- Tingkat kecepatan dalam meng-*upload*/ mengunggah yang diberikan - Tingkat kecepatan untuk *browsing* maupun *chatting* yang diberikan	

		5. Kepuasan Konsumen	- Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang diberikan - Tingkat penyaranan kepada teman/ saudara konsumen untuk membeli produk speedy	
		6. Jalur Distribusi	- Tingkat kemudahan dalam mendapatkan produk melalui *outlet-outlet*/ toko-toko terdekat - Tingkat pemajangan produk melalui *outlet-outlet*/ toko-toko	

3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2007: 193) menjelaskan mengenai data primer bahwa:

"Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data".

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti baik dari pribadi (responden) maupun dari suatu instansi yang mengolah data untuk keperluan penelitian, seperti dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan ataupun dengan cara menyebarkan kuesioner.

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan penulis untuk memperoleh data serta informasi yang diperlukan adalah sebagai berikut :

a. Observasi (Pengamatan Langsung)

Yaitu teknik yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti untuk mengetahui kegiatan perusahaan yang sesungguhnya. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan.

b. Wawancara (*Interview*)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Penulis mengadakan hubungan langsung dengan pihak-pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Dalam teknik wawancara ini, penulis mengadakan tanya jawab kepada sumber yang dapat memberikan data atau informasi. Informasi itu berupa yang berkaitan dengan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing.

c. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik. Kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditunjukkan kepada responden yang berhubungan dalam penelitian ini. Hasil dari kuesioner ini yaitu berupa data-data mengenai strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing. Sebelum kuesioner digunakan untuk pengumpulan data yang sebenarnya, terlebih dahulu dilakukan uji coba kepada responden yang

memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik populasi penelitian. Uji coba dilakukan untuk mengetahui tingkat kesahihan (validitas) dan kekonsistenan (reliabilitas) alat ukur penelitian, sehingga diperoleh *item-item* pertanyaan-pertanyaan yang layak untuk digunakan sebagai alat ukur untuk pengumpulan data penelitian.

d. Dokumentasi

Pengumpulan data dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan. Adapun dokumen-dokumen yang menggambarkan sejarah PT. TELKOM divisi Regional III JABAR dan BANTEN dokumen yang menerangkan struktur organisasi dan deskripsi kerja pada PT. TELKOM divisi Regional III JABAR dan BANTEN.

3.2.3.2. Teknik Penentuan Data

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2009:117) menyatakan bahwa pengertian populasi adalah sebagai berikut :

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

Dari pengertian diatas tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah yang memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen pada bulan Maret yang melakukan pembelian atau pemasangan *Speedy* pada PT. Telkom Divisi Regional III Jabar dan Banten kurang lebih 2.097 orang konsumen.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2009:118) menjelaskan pengertian mengenai sampel, yaitu sebagai berikut :

"Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut."

Kesimpulan dari pengertian sampel yaitu sebagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan memungkinkan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Karena dengan menggunakan sampel dari populasi tersebut sudah dapat mewakili data yang ada pada populasi, dan membantu penulis dalam melakukan perhitungan.

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *random sampling* anggota populasi yang dibutuhkan secara acak tanpa menggunakan starta yang ada dalam anggota populasi dengan kata lain populasi dianggap homogen, dengan jumlah kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%. Yang harus diambil berdasarkan uji statistik berdasarkan rumus Slovin (Umar, 2002:146) adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan yag diambil dalam sampling ini sebesar 10%)

Dengan menggunakan rumus tersebut, maka ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{2000}{(1+2000(0,1^2))}$$

$$n = \frac{2000}{(1+2000(0,01))}$$

$$n = \frac{2097}{21}$$

n = 99,857143

Jadi dapat diketahui dari perhitungan untuk ukuran sampel dengan tingkat kesalahan sebesar 10% adalah sebanyak 99,857143 responden dengan demikian dibulatkan menjadi 100 responden.

3.2.4. Teknik Pengumpulan Data

3.2.4.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2009:173) tentang validitas adalah :

“Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Jadi suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Sedangkan uji validitas adalah test/ pengujian yang dilakukan oleh peneliti terhadap data yang diperoleh untuk mendapatkan hasil data yang valid. Maka validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat test (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur.

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n\sum x_i{}^2 - (\sum x_i)^2\}\{n\sum y_i{}^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Sumber : Sugiyono, 2009 : 183

Tabel 3.2
Standar Penilaian Untuk Validitas

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

(Sumber: Barker et al, 2002:70)

Seperti telah dijelaskan pada metodologi penelitian bahwa untuk menguji valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor total ≥ 0,30 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid dan apabila < 0,30 berarti data tersebut

dapat dikatakan tidak valid. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan rumus korelasi *pearson product moment* (r).

Secara teknis valid tidaknya suatu butir pernyataan dinilai berdasarkan kedekatan jawaban responden pada pernyataan tersebut dengan jawaban responden pada pernyataan lainnya. Nilai kedekatan jawaban responden diukur menggunakan koefisien korelasi, yaitu melalui nilai korelasi setiap butir pernyataan dengan total butir pernyataan lainnya. Butir pernyataan dinyatakan valid jika memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,30. Berdasarkan hasil pengolahan data yang terkumpul, diperoleh nilai indeks validitas masing-masing butir pernyataan sebagai berikut.

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas Variabel X (Strategi Diferensiasi)

No. Instrumen	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
1	0,637	0,30	Valid
2	0,581	0,30	Valid
3	0,621	0,30	Valid
4	0,585	0,30	Valid
5	0,626	0,30	Valid
6	0,657	0,30	Valid
7	0,657	0,30	Valid
8	0,389	0,30	Valid
9	0,571	0,30	Valid
`0	0,534	0,30	Valid
11	0,662	0,30	Valid
12	0,613	0,30	Valid

13	0,629	0,30	Valid
14	0,503	0,30	Valid

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas Variabel Y (Keunggulan Bersaing)

No. Instrumen	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
15	0,333	0,30	Valid
16	0,677	0,30	Valid
17	0,784	0,30	Valid
18	0,792	0,30	Valid
19	0,689	0,30	Valid
20	0,541	0,30	Valid
21	0,607	0,30	Valid
22	0,394	0,30	Valid
23	0,434	0,30	Valid
24	0,665	0,30	Valid
25	0,616	0,30	Valid
26	0,604	0,30	Valid

Berdasarkan tabel 3.3 dan tabel 3.4 maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen pernyataan strategi diferensiasi (Variabel X) dan keunggulan bersaing (Variabel Y), melalui hasil uji validitas dapat dilihat semua instrumen penelitian memilki indeks validitas lebih besar dari nilai kritis, artinya semua item pernyataan yang digunakan pada penelitian ini valid untuk mengukur variabelnya masing-masing.

3.2.4.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2009 : 173) tentang reliabilitas adalah :

"Instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama".

Suatu alat ukur disebut reliabel 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. Dalam hal ini relatif sama berarti tetap adanya toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil beberapa kali pengukuran.

Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian menggunakan rumus *Alpha-Cronbach*, yaitu melalui variasi skor butir pernyataan dengan variasi total skor keseluruhan butir pernyataan.

$$r_i = \frac{k}{k-1}\{1 - \frac{\sum {s_1}^2}{{s_t}^2}\}$$

(Sumber : Sugiyono, 2007 : 365)

Dimana:

k = mean kuadrat antara subyek

$\sum {s_1}^2$ = mean kuadrat kesalahan

${s_t}^2$ = varians total

Tabel 3.5
Kriteria Reliabilitas

r_i	**Keterangan**
<0,20	Tidak ada
0,20 - <0,40	Rendah
0,40 - <0,70	Sedang
0,70 – <0,90	Tinggi
0,90 – <1,00	Tinggi Sekali
1,00	Sempurna

(*Sumber : Sugiono 2003:278*)

Perhitungan validitas dan reliabilitas menggunakan SPSS 13. SPSS atau merupakan program aplikasi yang digunakan untuk melakukan penghitungan statistik dengan menggunakan komputer. Kelebihan dari program ini adalah kita dapat melakukan lebih cepat semua penghitungan statistik dari yang mulai sederhana hingga rumit sekalipun.

Tabel 3.6
Nilai Reliabilitas Alat Ukur Penelitian

Variabel	**Koefisien Reliabilitas**	**Titik Kritis**	**Kesimpulan**
Strategi Diferensiasi	0,854	0.700	Reliabel
Keunggulan Bersaing	0,832	0.700	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien reriabilitas variabel penelitian menunjukkan nilai koefisien reliabilitas diatas nilai titik kritis (0,700). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian sudah reliabel dan dapat dipergunakan dalam penelitian lebih lanjut untuk pengujian hipotesis.

3.2.5. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.2.5.1. Rancangan Analisis

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Dalam pelaksanaan, penelitian ini menggunakan jenis atau alat bentuk penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan.

1. Penelitian Deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana pengaruh penerapan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing pada produk *speedy* PT. TELKOM divisi regional III JABAR dan BANTEN.
2. Penelitian verifikatif adalah penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Penelitian ini digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel dependent (X) yaitu strategi diferensiasi dan variabel independent (Y) keunggulan bersaing. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Peneliti melakukan analisis terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif.

1. Metode Deskriptif Analisis

Metode deskriptif analisis bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual tentang fakta-fakta yang ada. Metode deskriptif akan dijelaskan sebagai berikut :

Hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan (kuesioner/ angket) strategi diferensiasi (variabel X), dan keunggulan bersaing (variabel Y). Setiap *item* dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/ nilai yang berbeda.

Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (*item* positif) atau tidak mendukung pernyataan (*item* negatif).

Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pernyataan positif dan negatif adalah sebagai berikut:

Tabel 3.7

Skala Likert

Jawaban Responden	Skor Positif	Skor Negatif
Sangat Setuju/selalu/positif	5	1
Setuju/sering/positif	4	2
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3	3
Tidak Setuju/hampir tidak pernah/negatif/	2	4
Sangat Tidak Setuju/tidak pernah	1	5

(Sumber : Sugiyono, 2008:108)

Dari setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel bebas dan variabel terikat), diukur dengan menggunakan skala *likert*.

Pengertian skala *likert* menurut Sugiyono (2008:107) adalah sebagai berikut:

"Skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi atau sekolompok orang tentang fenomena sosial".

Untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai dengan klasifikasi bobot/ nilai yang diberikan, sedangkan skor ideal diperoleh melalui prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikali jumlah responden.

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \text{ X } 100\%$$

(Sumber: Umi Narimawati, 2007:85)

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 tersebut dikonfirmasikan dengan kriteria yang telah ditetapkan, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.8
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

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

(Sumber: Umi Narimawati, 2007:84-85)

2. Metode Analisis Kuantitatif

Metode kuantitatif adalah metode pengolahan data berbentuk angka. Metode kuantitatif dalam penelitian ini adalah:

a. Analisis Regresi

Untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel X terhadap variabel Y, maka dilakukan analisis statistik dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Menurut Sugiyono (2006:204) analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Hubungan antara dua variabel ini digambarkan dengan sebuah model matematik yang disebut model regresi yang dirumuskan sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + bX}$$

Dimana:
Y = Keunggulan bersaing
a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)
b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka

peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Strategi diferensiasi

Adapun formulasi yang digunakan untuk mencari nilai a dan b masing-masing sebagai berikut:

$$a = \frac{\left(\sum y\right)\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum xy\right)}{n\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)^2}$$

$$b = \frac{n\left(\sum xy\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum y\right)}{n\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)^2}$$

Dimana:
a = Koefisien *Intercept*
b = Koefisien Regresi

b. Analisis Korelasi (*Pearson*)

Analisa terhadap data-data yang telah dikumpulkan untuk menyatakan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, maka digunakan korelasi. Menurut Jonathan Sarwono (2006:37) bahwa :

"Korelasi digunakan untuk melihat kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas dan tergantung".

Untuk menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson* (Sugiyono, 2006:182), yaitu:

$$r = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{\sqrt{\left\{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2\right\}\left\{n\sum Y_i^2 - \left(\sum Y_i\right)^2\right\}}}$$

Keterangan:

r = Nilai Korelasi *Pearson*

$\sum X_i$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

$\sum Y_i$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

$\sum X_i Y_i$ = Jumlah dari Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

$\sum Y^2$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan

Sebagai dasar pengukuran, penulis menggunakan suatu angka-angka sebagai berikut :

Tabel 3.9
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Sumber: Sugiyono, 2008:250)

c. Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinasi atau disingkat Kd, yang diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya. Sehingga koefisien ini berguna untuk mengetahui besarnya kontribusi pengaruh penerapan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

(Sumber: Jonathan, 2006:72)

Keterangan :

Kd = Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien *korelasi*

Pedoman bagi interpretasi koefisien determinasi adalah sebagi berikut:

Tabel 3.10
Interpretasi Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0% - 4%	Rendah/ lemah sekali
5% - 16%	Rendah tapi pasti
17% - 48%	Cukup kuat
49% - 81%	Kuat
82% - 100%	Sangat kuat

3.2.5.2. Uji Hipotesis

Penetapan hipotesis yang akan di uji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya hubungan antara variabel X (variabel independen) dan variabel Y (variabel dependen), yaitu dengan menggunakan hipotesis nol (Ho) dan hipotesis alternatif (Ha). Hipoteis nol merupakan hipotesis yang menyatakan pengaruh variabel X terhadap variabel Y tidak signifikan, sedangkan hipotesis alternatif merupakan hipotesis yang menyatakan pengaruh variabel X terhadap variabel Y signifikan. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan di uji berdasarkan rumus hipotesis :

$H_{0 : P} = 0$ Berarti tidak ada pengaruh antara strategi diferensiasi dengan keunggulan bersaing.

$H_{a : P \neq 0}$ Berarti terdapat pengaruh antara strategi diferensiasi dengan keunggulan bersaing.

1. Guna menguji signifikansi korelasi *Rank Spearman*, maka digunakan uji t dengan rumus sebagai berikut :

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

(Sumber: Sugiyono, 2008:184)

Keterangan :

t : nilai uji t

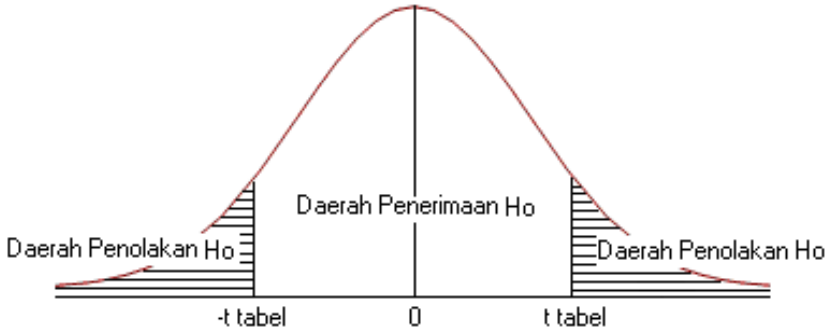
r : koefisien *Korelasi*

n : jumlah sampel

2 Membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} dengan kriteria :

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

$t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak



Gambar 3.1
Uji Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipótesis