BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang akan dikaji adalah diferensiasi produk, harga dan keunggulan bersaing. Data yang digunakan oleh penulis adalah data hasil survey yang dilakukan penulis kepada pemilik dan konsumen bisnis kerajinan kulit Toko Cha di Sukaregang Garut, secara lebih khusus objek yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah Diferensiasi Produk dan Harga sebagai variabel independen dan Keunggulan Bersaing sebagai variabel dependen pada bisnis kerajinan kulit Toko Cha di Sukaregang Garut.

3.2 Metode Penelitian

Dalam meneliti sesuatu, diperlukan penelitian yang hati-hati, teratur, dan terus menerus. Untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah penelitian, penelitian harus dilakukan dengan menggunakan metode penelitian.

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

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Sugiyono dalam Umi Narimawati dkk (2010:29) mengatakan bahwa:

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

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

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

Metode verifikatif juga digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Dengan metode ini dapat diketahui berapa besarnya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen, serta besarnya arah hubungan yang terjadi.

3.2.1 Desain Penelitian

Moh. Nazir dalam Umi Narimawati dkk (2010:30) menjelaskan mengenai desain penelitian:

"Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian."

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

semua pihak yang terkait dalam proses penelitian karena langkah-langkah dalam melakukan penelitian mengacu pada desain penelitian yang telah dibuat.

Langkah-langkah desain penelitian menurut Umi Narimawati dkk (2010:30) adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi.
3. Menetapkan rumusan masalah.
4. Menetapkan tujuan penelitian.
5. Menetapkan hipotesis penelitian berdasarkan fenomena dan dukungan teori.
6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan.
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel, dan teknik pengumpulan data.
8. Melakukan analisis data.
9. Melakukan pelaporan hasil penelitian.

3.2.2 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2009:38) menjelaskan definisi mengenai variabel penelitian:

"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 kemudian ditarik kesimpulannya."

Operasionalisasi variabel dimaksudkan untuk memperjelas variabel-variabel yang diteliti beserta pengukuran-pengukurannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian, yaitu:

1. Variabel bebas (*Independent variable*)

   Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), Sugiyono (2009:39). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas, yaitu diferensiasi produk (X1) dan harga (X2).

2. Variabel terikat (*Dependent variable*)

   Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, Sugiyono (2009:39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keunggulan bersaing (Y).

   Untuk memperjelas variabel-variabel yang terdapat didalam penelitian, berikut ini adalah tabel operasionalisasi variabel:

Tabel 3.1

Operasional Variabel

Variabel	**Konsep Variabel**	**Indikator**	**Ukuran**	**Skala**
Diferensiasi Produk (Variabel "X1")	Diferensiasi produk adalah sebagai proses	1. Bentuk	-Tingkat kemenarikan desain -Tingkat pilihan	Ordinal

	penambahan serangkaian perbedaan yang penting dan bernilai,guna membedakan tawaran perusahaan itu dari tawaran pesaing" (Kotler, 2007:10)	2. Keistimewaan (*feature*)	-Tingkat keragaman asesoris pada produk TokoCha -Tingkat kemenarikan asesoris pada produk Toko Cha	Ordinal
		3.Kinerja	-Tingkat Mutu kinerja produk -Tingkat kesesuaian harga	Ordinal
		4.Kesesuaian	-Tingkat standarisasi -Tingkat kualitas bahan	Ordinal
		5. Daya tahan	-Tingkat ketahanan -Tingkat	Ordinal

			kekuatan	
		6. Keandalan	-Tingkat keandalan dkenyamanan	Ordinal
		7. Gaya	-Tingkat kesesuaian gaya -Tingkat kesesuaian selera	Ordinal
		8. Rancangan	-Tingkat kesesuaian rancangan -Tingkat kesesuaian bentuk	Ordinal
Harga (Variabel "X2")	Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau	1. Keterjangka-uan harga	- Tingkat keterjangkauan harga	Ordinal
		2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	-Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas	Ordinal

	jasa. Kotler dan Amstrong (2001)		produk	
		3. Daya saing harga	Tingkat daya saing harga	Ordinal
		4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat produk	Ordinal
Keunggulan Bersaing (Variabel "Y")	Keunggulan bersaing yang dapat digunakan perusahaan yaitu harga, pangsa pasar, merk, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan jalur	1. Pangsa Pasar	- Tingkat banyaknya Pembeli kerajinan kulit toko cha di Sukaregang, Kabupaten Garut	Ordinal
		2. Merk	- Tingkat kesan konsumen terhadap merk produk perusahaan	Ordinal

	distribusi (Agustinus Sri Wahyudi, 1996:61)		- Tingkat kepuasan konsumen terhadap merk produk perusahaan	
		3. Kualitas 4. Produk	-Tingkat kualitas bahan baku yang digunakan -Tingkat daya tahan produk	Ordinal
		5. Kepuasan Konsumen	-Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang diberikan - Tingkat penyaranan kepada teman/ saudara konsumen untuk membeli produk kerajinan kulit Toko Cha	Ordinal

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Penulis melakukan penelitian ini untuk mendapatkan data mengenai objek penelitian yang akan diteliti, data tersebut dapat dikelompokkan kedalam dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. **Data Primer**

   Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2009:137). Penulis menggunakan data primer karena penulis mengumpulkan sendiri data-data yang dibutuhkan yang bersumber langsung dari obyek pertama yang diteliti. Dalam penelitian ini, data primer meliputi informasi mengenai diferensiasi produk dan harga yang diperoleh dari konsumen.

2. **Data Sekunder**

   Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2009:137). Penulis menggunakan data sekunder karena peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain. Dalam penelitian ini, data sekunder di dapat melalui artikel, tulisan-tulisan dari internet.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Unit pengamatan dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang ke kerajinan kulit Toko Cha di Sukaregang Garut.

1. **Populasi**

   Tahap awal yang dilakukan peneliti dalam pemilihan sampel adalah dengan mengetahui populasinya. Menurut Sugiyono (2009:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

   Populasi dari penelitian ini adalah adalah konsumen yang datang ke kerajinan kulit Toko Cha di Sukaregang Garut yaitu sebanyak 50orang..

3.2.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2007:73) menjelaskan bahwa :

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

Dalam penelitian ini yang dijadikan sampel adalah konsumen yang datang ke kerajinan kulit Toko Cha.

Teknik sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan Rancangan Sampel sensus bahwa suatu teknik pengambilan sampel yang secara menyeluruh

memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dan dalam penelitian ini yang dijadikan sampel adalah konsumen yang datang ke kerajinan kulit Toko cha yang berjumlah 30 orang .

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka untuk memperoleh data, penulis menggunakan teknik pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

1. **Observasi**

   Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2009:145) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, dan lain-lain. Observasi yang dilakukan adalah dengan melakukan pengamatan secara langsung tentang hal-hal yang berhubungan dengan variabel penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan.

2. **Wawancara**

   Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan

masalah yang dibahas, (Umi Narimawati dkk, 2010:40). Penulis melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkait untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Informasi tersebut berupa hal yang berkaitan dengan deferendiasi produk dan harga serta keunggulan bersaing. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada konsumen kerajinan kulit Toko Cha di Sukaregang Kabupaten Garut.

3. **Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab, berupa daftar pertanyaan yang dibuat dengan metode pertanyaan terstruktur (tertutup dan terbuka) kepada 30 responden tentang variabel deferensiasi produk, harga dan keunggulan bersaing.

4. **Dokumentasi**

Dokumentasi ini merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen seperti literatur dan buku-buku untuk mendapatkan landasan teori, jurnal, dan informasi mengenai penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini, masalah yang diteliti adalah deferensiasi produk dan harga serta keunggulan bersaing.

3.2.4.1 Uji Validitas

Cooper dalam Umi Narimawati dkk (2010:42) mengemukakan definisi mengenai validitas:

"Validity is a characteristic of measurement concerned with the extent that a test measures what the researcher actually wishes to measure."

Berdasarkan definisi diatas, validitas adalah suatu karakteristik dari ukuran yang terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur.

Apabila nilai koefisien korelasi pernyataan-pernyataan yang diuji lebih besar dari 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut merupakan konstruksi yang valid.Hal ini berarti, instrumen penelitian tersebut memiliki derajat ketepatan dalam mengukur variabel penelitian, dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. tetapi apabila r_s lebih kecil dari 0,30, maka item tersebut dinyatakan tidak valid, dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis berikutnya atau instrumen tersebut dihilangkan dari pengukuran variabel. Pengujian validitas dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dengan menelaah nilai *Pearson correlation*. Setelah ditemukan bahwa pernyataan-pernyataan (butir) yang digunakan penelitian ini valid, maka selanjutnya pernyataan yang dinyatakan valid diuji reliabilitasnya.

Tabel 3.2
Hasil uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	Koef. Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
DIFERENSIASI PRODUK	D1	0.550	0.3	Valid
	D2	0.726	0.3	Valid
	D3	0.562	0.3	Valid
	D4	0.648	0.3	Valid
	D5	0.624	0.3	Valid
	D6	0.705	0.3	Valid
	D7	0.591	0.3	Valid
	D8	0.726	0.3	Valid
	D9	0.515	0.3	Valid
	D10	0.541	0.3	Valid
	D11	0.725	0.3	Valid
	D12	0.706	0.3	Valid
	D13	0.447	0.3	Valid
	D14	0.644	0.3	Valid
HARGA	H1	0.532	0.3	Valid
	H2	0.674	0.3	Valid
	H3	0.682	0.3	Valid
	H4	0.752	0.3	Valid
KEUNGGULAN BERSAING	K1	0.899	0.3	Valid
	K2	0.757	0.3	Valid
	K3	0.881	0.3	Valid
	K4	0.792	0.3	Valid
	K5	0.805	0.3	Valid
	K6	0.711	0.3	Valid
	K7	0.757	0.3	Valid

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai koefisien validitas lebih besar dari titik kritis (0,300) dinyatakan valid. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koesioner tentang diferensiasi produk dan harga terhadap keunggulan bersaing sudah memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Realibilitas adalah tingkat kepercayaan hasil pengeluaran yang dilakukan untuk mengetahui derajat kepandaian ketelitian azas keakuratan yang ditunjukan pada instrumen pengukuran.

Menurut *Coope*r (2006:716) reliabilitas adalah : *"Reliability is a characteristic of measurenment concerned with acuracy, precision, and consistency".*

Berdasarkan definisi diatas, maka reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistenan.

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.

Dengan menggunakan metode *software* pengolahan data yang bernama *(SPSS 19.0 for Windows)* Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method* (*Spearman–Brown Correlation*).

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

Tabel 3.3
Hasil Uji Reliabilitas Diferensiasi Produk (variabel X1), Harga(variabel X2) dan Keunggulan Bersaing (variabel Y)

Variabel	Koef reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
DIFERENSIASI PRODUK	0.916	0.7	Reliabel
HARGA	0.737	0.7	Reliabel
KEUNGGULAN BERSAING	0.868	0.7	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, diketehui bahwa seluruh item pernyataan hasil uji reliabilitas memiliki nilai koefisien reliabilitas masing-masing sebesar 0.916, 0.737, dan 0,868 lebih besar dari titik kritis (0,700) maka dinyatakan reliabel.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kuesioner tentang diferensiasi produk dan harga terhadap keunggulan bersaing sudah memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 3.4

Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

criteria	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; 70

3.2.4.3 Uji MSI

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 pengukurannya menjadi skala interval melalui "Method Of Succesive Interval" (Hays dalam Umi Narimawati dkk, 2010:47), dengan rumus sebagai berikut:

1. Mengolah data ordinal menjadi interval dengan interval berurutan untuk variabel bebas terikat. Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut:

a. Mengambil data ordinal hasil kuesioner.

b. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.

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

d. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.

e. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Of Succesive Interval.*

$$\textit{Means Of Interval} = \frac{(\textit{Density at Lower} \text{ Limit}) - (\textit{Density at Upper} \text{ Limit})}{(\textit{Area Under Upper} \text{ Limit}) - (\textit{Area Under Lower} \text{Limit})}$$

Means Of Interval : Rata-rata interval

Density at Lower Limit : Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit : Kepadatan batas atas

Area Under Upper Limit : Daerah dibawah batas atas

Area Under Lower Limit : Daerah dibawah batas bawah

f. Menentukan nilai transformasi (nilai skala untuk interval) dengan menggunakan rumus:

$$\text{Nilai Transformasi} = \text{Nilai Skala} + \left|\text{Nilai Skala}_{\text{Minimum}}\right| + 1$$

2. Menentukan struktur hubungan antar variabel berdasarkan padadiagram pemikiran.

Didalam melakukan analisis jalur harus dijelaskan hubungan antar variabel secara diagram jalur yang bentuknya ditentukan oleh proporsi teoritik yang berasal dari kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian (Nirwana SK Sitepu dalam Umi Narimawati dkk, (2010:48).

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan dan hipotesis yang dikemukakan, maka untuk mengetahui pengaruh antara diferensiasi produk dan harga terhadap keunggulan bersaing. Maka digunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur mengkaji hubungan sebab akibat yang bersifat struktural dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan mempertimbangkan keterkaitan antar variabel independen (Umi Narimawati dkk, 2010:48).

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel-variabel penelitian. Analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan uji statistik.

1. **Analisis Deskriptif (Kualitatif)**

   Analisis deskripif adalah analisis yang digunakan untuk menguji variabel yang bersifat kualitatif. Analisis ini digunakan untuk melihat variabel faktor penyebab.

   Analisis deskriptif 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. Untuk itu dibuat kriteria pengklasifikasian yang mengacu pada ketentuan-ketentuan yang dikemukakan oleh Husein Umar (2004:164) dimana rentang skor diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$Rs = \frac{n(m-1)}{m}$$

Sumber: Husein Umar (2004:164)

Keterangan:

Rs = Rentang Skor

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

Teknik pengolahan data hasil kuesioner menggunakan skala likert dimana alternatif jawaban bernilai 5 sampai dengan 1. Pemberian nilai (skor) dilakukan atas jawaban pertanyaan pada kuesioner mengenai diferensiasi produk dan harga serta keunggulan bersaing. Karena data berskala ordinal, maka selanjutnya nilai (skor) dari alternatif jawaban dijumlahkan untuk setiap responden. Jawaban responden kemudian diberi skor menggunakan skala likert.

Pengkategorian tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian sesuai dengan pernyataan. Untuk menentukan kategori sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik, terlebih dahulu harus ditentukan nilai intervalnya, yaitu sebagai berikut:

a. Skor minimun dalam persentase

= Skor minimum/skor maksimum x 100%

= 1/5 x 100% = 20%

b. Skor maksimun dalam persentase

= Skor maksimum/skor maksimum x 100%

= 5/5 x 100% = 100%

c. Interval dalam persentase

= Skor maksimum – skor minimum

= 100% - 20% = 80%

d. Jarak interval dalam persentase

= Interval/jenjang

= 80% / 5 = 16%

Sehingga pengkategorian skor jawaban atas tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Skor	**Kriteria**
20% - 36 %	Sangat tidak setuju
36% - 52%	Tidak setuju
52% - 68%	Ragu-ragu
68% - 84%	Setuju
84% - 100%	Sangat setuju

2. **Analisis Verifikatif (Kuantitatif)**

Analisis verifikatif adalah metode yang digunakan untuk memilih metode penelitian, menyusun instrumen penelitian, mengumpulkan data dan menganalisanya. Analisis verifikatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis verifikatif pada penelitian ini terdiri dari analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi berganda, analisis korelasi Pearson Product Moment, dan analisis koefisien determinasi.

a. **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 diferensiasi produk (X1) dan harga (X2), sedangkan variabel terikat adalah keunggulan bersaing (Y). Berikut ini rumus regresi linear berganda:

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

Dimana:

Y = Variabel Y (keunggulan bersaing)

α = Konstanta persamaan regresi

β1 = Koefisien regresi variabel X1

β2 = Koefisien regresi variabel X2

X1 = Variabel X1 (diferensiasi produk)

X2 = Variabel X2 (harga)

b. **Analisis Koefisien Korelasi Berganda**

Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X1 (diferensiasi produk) dan X2 (harga) dengan variabel Y (keunggulan bersaing) secara bersamaan.

Untuk memahami bagaimana menerapkan korelasi berganda pada penelitian, berikut ini adalah rumus korelasi berganda:

$$R_{X_1X_2Y} = \sqrt{\frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

Dimana:

R_{X1X2Y} = Korelasi berganda antara variabel X1 dan X2 denganY

X1 = Variabel X1 (diferensiasi produk)

X2 = Variabel X2 (harga)

Y = Variabel Y (keunggulan bersaing)

b1, b2 = Koefisien regresi masing-masing variabel

c. **Analisis Korelasi Pearson Product Moment**

Untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel dalam pengaruh diferensiasi produk dan harga terhadap keunggulan bersaing digunakan analisis korelasi dan jenis korelasi yang digunakan adalah korelasi Pearson Product Moment yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$rXY = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber : Sugiyono (2009:183)

Dimana:

rXY = Koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y

X = Variabel independen

Y = Variabel dependen

n = Jumlah sampel

Nilai r berkisar antara -1,00 sampai dengan 1,00. Jika dalam perhitungan ternyata diperoleh harga r yang lebih besar dari +1 atau lebih kecil dari -1, hal tersebut mengindikasikan adanya kekeliruan dalam perhitungan.

Apabila nilai r negatif berarti terdapat korelasi yang negatif atau hubungan yang berlawanan arah antara variabel X dengan variabel Y. Sedangkan bila nilai r positif berarti terdapat hubungan yang positif atau hubungan yang searah antara variabel X dengan variabel Y. Interpretasi harga koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai r > 0, artinya terjadi hubungan linear positif. Semakin besar nilai variabel X, semakin besar pula nilai variabel Y dan sebaliknya.
b. Jika nilai r < 0, artinya terjadi hubungan linear negatif. Semakin kecil nilai variabel X, semakin besar pula nilai variabel Y dan sebaliknya.
c. Jika nilai r = 0, artinya tidak ada hubungan sama sekali antara variabel X dan variabel Y.

d. Jika nilai r = 1 atau r = -1, artinya telah terjadi hubungan linear sempurna, yaitu berupa garis lurus. Untuk r yang semakin mengarah ke 0, garis semakin tidak lurus.

Tabel 3.6
Interprestasi 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 (2009:184)

d. **Analisis Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti, maka dihitung koefisien determinasi (Kd) dengan asumsi dasar faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan atau tetap.

Nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (r^2). Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka menunjukan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Dalam hal ini, terdapat dua analisis koefisien yang dilakukan, yaitu analisis

koefisien determinasi berganda dan analisis koefisien korelasi parsial.

1. **Analisis Koefisien Determinasi Berganda**

   Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X1 (diferensiasi produk) dan variabel X2 (harga) terhadap variabel Y (keunggulan bersaing) secara simultan. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi berganda, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

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

   Keterangan:

   Kd = Nilai koefisien determinasi

   r = Koefisien korelasi Product Moment

2. **Analisis Koefisien Determinasi Parsial**

   Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X1 (diferensiasi produk) dan variabel X2 (harga) terhadap variabel Y (keunggulan bersaing) secara parsial. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi parsial, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$Kd = \beta \times \text{Zero order} \times 100\%$$

Keterangan:

β = Beta (nilai *standardized coefficients*)

Zero order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana:

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah

Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan atas jawaban sementara mengenai sesuatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris, untuk mengetahui apakah pernyataan itu dapat diterima atau tidak. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar pengaruh diferensiasi produk (X1) dan harga (X2) terhadap keunggulan bersaing (Y). Pengujian hipotesis dilakukan melalui dua tahap, yaitu pengujian hipotesis secara simultan dan parsial.

1. **Pengujian Hipotesis Secara Simultan/Total (Uji – F)**

   Uji F ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Merumuskan Hipotesis

H_0 ; $\rho = 0$, berarti diferensiasi produk dan harga tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

H_1 ; $\rho \neq 0$, saluran diferensiasi produk dan harga berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

b. Menentukan tingkat signifikan yaitu $\alpha = 5\%$, untuk menentukan nilai F_{Tabel} sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.

c. Menghitung nilai F_{Hitung} untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien signifikan atau tidak dengan rumus:

$$F = \frac{\frac{R^2}{K}}{\frac{(1-R^2)}{n-K-1}}$$

Dimana:

R^2 = Koefisien determinasi

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

d. Hasil F_{Hitung} dibandingkan dengan F_{Tabel}, sebagai berikut:

Jika nilai $F_{Hitung} \geq F_{Tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya adapengaruh antara variabel X1 dan variabel X2 terhadap variabel Y.

Jika nilai $F_{Hitung} \leq F_{Tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel X1 dan variabel X2 terhadap variabel Y.

- **Kriteria pengujian**

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

  Menurut Guilford (1956:480), bahwa tafsiran koefisien korelasi variabel dalam penelitian dapat dikategorikan sebagai berikut:

  Taksiran koefisien korelasi yang dikategorikan menurut metode Guilford adalah sebagai berikut :

Tabel 3.7

Kategori Korelasi Metode Guilford

Besarnya Pengaruh	Bentuk Hubungan
0,00 – 0,20	Sangat longgar, dapat diabaikan
0,21 – 0,40	Rendah
0,41 – 0,60	Moderat / Cukup
0,61 – 0,80	**Erat**
0,81 – 1,00	Sangat erat

Apabila pada pengujian secara simultan H_0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho yxi \neq 0$. Untuk mengetahui

ρyxi yang tidak sama dengan nol , maka dilakukan pengujian secara parsial.

2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji – t)

Uji t ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Merumuskan Hipotesis

H_{01} ; $\rho = 0$, diferensiasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

H_{11} ; $\rho \neq 0$, diferensiasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

H_{02} ; $\rho = 0$, harga tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

H_{12} ; $\rho \neq 0$, harga berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

b. Menentukan tingkat signifikan yaitu $\alpha = 5\%$, untukmenentukan nilai t_{Tabel} sebagai batas penerimaan dan penolakan hipotesis.
c. Menghitung nilai t_{Hitung} untuk mengetahui apakah variabel korelasi signifikan atau tidak dengan
d. Hasil t_{Hitung} dibandingkan dengan t_{Tabel}, sebagai berikut:

e. Jika nilai $t_{Hitung} \geq t_{Tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh antara variabel X1 dan variabel X2 terhadap variabel Y.

f. Jika nilai $t_{Hitung} \leq t_{Tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel X1 dan variabel X2 terhadap variabel Y.

rumus:

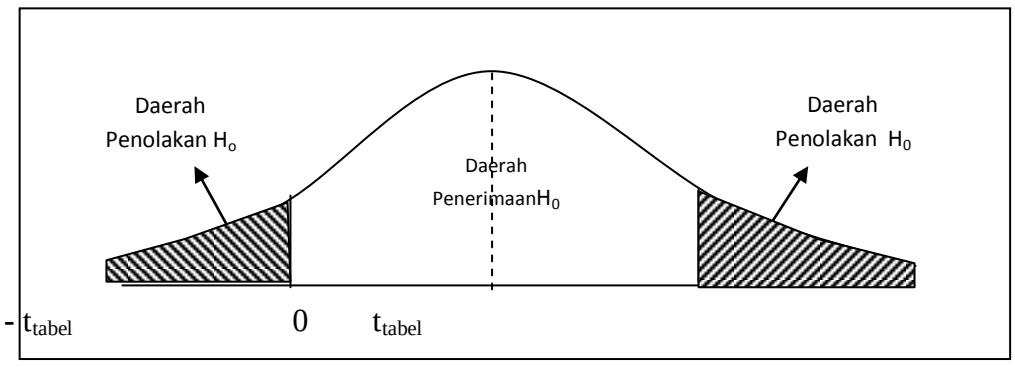
$$t_{hitung} = r\frac{\sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

r = Korelasi parsial yang ditemukan

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel bebas



Gambar 3.1
Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

3. Penarikan Kesimpulan Hipotesis

Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan pengujian hipotesis dan pengujian yang telah ditetapkan dengan didukung teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Untuk mengetahui penerimaan dan penolakan tersebut menggunakan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.