BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi.

Adapun pendapat Husein Umar (2005:303) menjelaskan pengertian objek penelitian, "Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian di lakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika di anggap perlu".

Dalam penyusunan proposal usulan penelitian ini objek yang menjadi sasaran pengamatan penyusunan adalah kreativitas sebagai variable bebas (variable x1) dan inovasi sebagai variable bebas (variable x2) sementara objek penelitian yang merupakan variabel terikat (Variabel Y) adalah keunggulan bersaing.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu (Umi Narimawati, 2008 :127). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriftif dan verifikatif. Menurut Sugiono (2005 :21), "Metode deskriftif adalah metode yang digunakan

untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk kesimpulan yang lebih luas".

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2008 :45) yaitu memeriksa benar tidaknya apa bila di jelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah di laksanakan di tempat lain dengan masalah yang serupa dengan kehidupan".

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam penulisan ini, desain penulisan yang penulis teliti adalah mengenai "Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pepeew ". Setelah data di peroleh maka data itu akan diolah dan dianalisis.

Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2005 : 21), "Penelitian yang dilaksanakan terhadap variabel mandiri, yaitu membuat bandingan atau menghubungkan variabel lain. Dalam pemahaman lain, penelitian deskriptif merupakan bentuk penelitian yang menggabungkan kejadian sesungguhnya di lapangan tentang objek yang akan di teliti sehingga dapat di capai sesuatu kesimpulan sementara".

Adapun penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui gambaran sesungguhnya tentang kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing pada Pepeew.

Sementara itu penelitian verifikatif adalah merupakan pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif melalui suatu penghitungan statistik sehingga di dapat hasil pembuiktian yang membuktikan bahwa hipotesis dapat

ditolak atau diterima. Adapun objek yang di uji dalam penelitian ini adalah kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing.

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

Operasional variable adalah langkah yang harus dilakukan sebelum mengadakan penilaian dan penelitian, hal ini dapat mempermudah dalam melakukan penelitian. Operasional variable ini diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variable-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan sesuai dengan judul penelitian

mengenai pengaruh kreativias dan inovasi terhadap keunggulan bersaing. Maka variable-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah :

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

   X1 = Kreativitas

   X2 = Inovasi

   Sugiyono (2008: 39) mendevinisikan tentang variabel bebas, "Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat)".

b. Variabel Terikat / *Dependent* (Variabel Y) yaitu keunggulan bersaing.

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

Penelitian ini akan menjelaskan tentang kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing. Selengkapnya mengenai operasionalisasi variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel .3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
X1= Kreativitas	"Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat	• Terbuka terhadap pengalaman • pengamatan • keingingan dan toleransi pada ambiguitas • kemandirian • memerlukan	Tingkat keterbukaan Tingkat ketelitian Tingkat rasa ingin tahu Tingkat mandiri Tingkat rasa ingin tahu	• Ordinal

	masalah dan peluang (Suryana, 2003)	dan menerima otonomi • percaya diri • tidak sedang tunduk pada siapapun • bersedia mengambil resiko	Tingkat percaya diri Tingkat kebebasan Tingkat percaya diri	
X2= Inovasi	"Inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran." (Nelly,dkk, 2008)	• Pengembangan produk • Pengenalan produk baru	Tingkat ketertarikan Tingkat ketertarikan	• Ordinal
Y= Keunggulan Bersaing	"Keunggulan bersaing berkaitan dengan cara bagaimana perusahaan memilih dan benar-benar dapat melaksanakan strategi generik ke dalam praktik" (Porter, 1994).	• Cost leadership • Diferensiasi produk • Fokus	Tingkat cost leadership Tingkat diferensiasi Tingkat focus terhadap produk yang dijual	• Ordinal

3.2.3. Sumber dan Teknik penentuan data

3.2.3.1 Sumber Data

Jenis data yang digunakan peneliti dalam penelitian mengenai ”Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pepeew” adalah data sekunder dan primer.

1. Data Primer

   Sugiyono (2009: 137) mendefinisikan tentang sumber primer 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 konsumen yang berbelanja.

2. Data Sekunder

   Sugiyono (2009:139) mendefinisikan tentang sumber sekunder 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”.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif analisis karena penelitian ini berkaitan dengan pendapat atau opini individu akan kinerja manajemen perusahaan. Objek penelitian dalam studi kasus ini dititikberatkan

pada masalah faktor kreativitas dan inovasi dimana pengambilan data dilakukan secara observasi langsung pada divisi pemasaran serta penyebaran kuesioner pada masyarakat secara langsung pandangan responden, pengambilan data ini dirasakan cukup mewakili untuk kebutuhan pengolahan data yang akan dilakukan peneliti.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

1. **Populasi**

   Menurut Sugiyono (2009 : 80) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah jumlah konsumen yang datang membeli dari bulan Februari-April kurang lebih berjumlah 174 orang. Pemilihan jumlah populasi ini dirasakan cukup mewakili untuk memberikan data yang diperlukan dalam penelitian.

2. **Sampel**

   Sugiyono (2009 : 118), menjelaskan pengertian sampel, yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Kesimpulan dari pengertian tersebut adalah sebagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh sampel tersebut. Apabila populasinya besar dan memungkinkan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan waktu dan dana, maka peneliti

dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Karena sempel tersebut dapat mewakili data yang ada dan membantu penulis dalam melakukan penghitungan.

Teknik sampel yang digunakan 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%. Untuk mengambil jumlah sampel, penulis menggunakan rumus Slovin yang dikutip oleh Husein Umar (2001:78), yaitu 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 yang diambil dalam sampling ini sebesar 10%).

Dengan menggunakan rumus tersebut maka dapat dihitung:

$$n = \frac{174}{1+174\,(0,1)^2} \Rightarrow n = \frac{174}{1+174\,(0,01))} \Rightarrow n = \frac{174}{2,74} \Rightarrow n = 63,51$$

Dengan menggunakan metode deskriptif, maka minimal tingkat kesalahan dalam penentuan anggota sampel yang harus diambil adalah 10% dari jumlah populasi yang diketahui. Jadi dapat diketahui dari perhitungan untuk ukuran sample dengan

tingkat kesalahan sebesar 10% adalah sebanyak 63,51 atau dibulatkan menjadi 64 responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

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

1. Pengamatan (*Observation*)

   Merupakan teknik yang menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan. Observasi dalam penelitian ini akan dilaksanakan di Pepeew serta para konsumen yang berbelanja.

2. Kuesioner

   Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakuakan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis berbentuk formulir kepada seseorang atau sekumpulan orang (responden) untuk mendapatkan jawaban, tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Peneliti memberikan kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan yang terkait dengan kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing pada Pepeew. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah di beri skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik.

3. Wawancara (*Interview*)

   Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung secara lisan dengan pihak-pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan khususnya yang menyangkut pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing. Dalam teknik wawancara ini, penulis mengadakan tanya jawab kepada sumber yang dapat memberikan data atau informasi. Informasi itu berupa apa saja yang berkaitan dengan kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing. Adapun sumber informasi dalam penelitian ini adalah pihak marketing perusahaan.

4. Dokumentasi

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

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2009 : 173) valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang seharusnya diukur. Suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadin pada objek yang di teliti.

Uji validitas adalah test atau pengujian yang dilakukan oleh peneliti terhadap data yang di peroleh untuk menetapkan hasil data. 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 di ukur.

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesahihan setiap *item* pernyataan dalam mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing pertanyaan yang ditujukan kepada responden dengan total skor untuk seluruh *item*. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah korelasi *Person Product Moment*.

Menurut Jonathan Sarwono (2006: 37) korelasi digunakan untuk melihat kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas dan tergantung.

Analisis *Korelasi Product Moment* digunakan untuk mengukur kuat atau lemahnya hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing yang ada pada Pepeew. Rumus dari analisis

Korelasi Product Moment adalah:

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

Keterangan:

r = Nilai Korelasi Pearson

ΣX = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

ΣY = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

ΣXY = Jumlah dari Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

ΣX^n = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

ΣY^n = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan

Apabila r lebih besar atau sama dengan 0,30, maka item tersebut dinyatakan 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.

3.2.4.2 Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2009 : 173) tentang reliabilitas adalah instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Suatu alat ukur disebut reliable apabila dalam beberapa kali pelaksanakan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam subjek memang belum berubah. Dalam hal ini relatife sama, berarti tetap adanya toleransi terhadap perbedaan-perbedaan

kecil diantara hasil beberapa kali pengukuran. Pengujian ini dilakukan terhadap butir pertanyaan yang termasuk dalam kategori *valid.*

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

Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap–ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

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

$$\acute{r}1 = \frac{2\acute{r}_b}{1 + \acute{r}_b}$$

Sugiono (2005 : 122)

Keterangan :

$\Gamma 1$ = reliabilitas internal seluruh item

Γ_b = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

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

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

Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS. Sekumpulan butir pertanyaan dalam kuesioner dapat diterima jika memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,7.

Tabel 3.2

Standar Penilaian Untuk Reliabiltas

	Reliability
Good	0,80
Acceptable	0,70
Marginal	0,60
Poor	0,50

(Barker et al, 2002 : 70).

3.2.4.3 MSI (*Method of Successive Interval*)

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.

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

Dimana:

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 pada diagram 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).

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Berdasarkan pertimbangan dalam tujuan penelitian, maka metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif dan verivikatif. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini mengandung dua jenis atau alat untuk penelitian yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan.

1. Penelitian kualitatif atau deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian di analisis untuk memperoleh suatu kesimpulan. Sugiyono (2008 :14**)** menyatakan bahwa penelitian kualitatif :

> ”Merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi”.

Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana peranan kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing pada Pepeew.

2. Penelitian kuantitatif atau verifikatif adalah penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan satistik. Menurut Sugiyono (2008: 13) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah :

   “Merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Penelitian ini digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variable dependent (X1 dan X2) yaitu kreativitas dan inovasi juga variable independent (Y) yaitu keunggulan bersaing. Verivikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak. Peneliti melakukan analisis terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan metode kualitatif (deskriptif) dan kuantitatif (verivikatif).

1. Analisis Kualitatif (Deskriptif)

Metode ini nertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual tentang fakta-fakta yang ada. Metodenya akan dijelaskan sebagai berikut :

Hasil pengoprasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-petanyaan (kuesioner/angket). Dimana kreativitas dan inovasi (varianel X1, X2) dan

keunggulan bersaing (variabel Y). Setiap item dari kuisioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda.

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 kuesioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3

Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono, 2008

Dari setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kedua fariabel diatas (variabel bebas dan variabel terikat).

Dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala Likert. Pengertian skala *likert* menurut Sugiyono (2008: 107), “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”.

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

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

Sumber: Umi Narimawati, 2008

Keterangan:

n : jumlah sampel

m : jumlah alternatif jawaban tiap *item* (5 alternatif)

Selanjutnya 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 klasifikasi bobot yang diberikan (1, 2, 3, 4, 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden, misalnya untuk terdiri dari 13 *item* kuesioner dengan jumlah **100** responden, maka akan diperoleh kriteria sebagai berikut:

Skor aktual : Jawaban seluruh responden (**100**) responden atas 13 kuesioner yang diajukan .

Skor Ideal : Skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan sekor tertinggi yakni 13 x 5 x **100**

Apabila digambarkan dengan rumus, maka akan tampak seperti di bawah ini:

$$\%\ skor = \frac{Skor\ actual}{Skor\ ideal} \times 100\%$$

Sumber: Umi Narimawati, 2008

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

Tabel 3.4

Kriteria Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

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

Sumber: Umi Narimawati, 2008

Metode kuantitatif adalah metode pengolahan data dalam berbentuk angka.

Sugiyono (2008: 13) menjelaskan metode kuantitatif adalah :

> **"**Merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

Metode kuantitatif adalah metode pengolahan data dalam berbentuk angka.

Sugiyono (2008: 13) menjelaskan metode kuantitatif adalah :

> **"**Merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

2. Analisis Kuantitatif (Verifikatif)

Metode kuantitatif adalah metode pengolahan data dalam berbentuk angka.

Sugiyono (2008: 13) menjelaskan metode kuantitatif adalah :

> **"**Merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

Adapun langkah-langkah analisis kuantitatif yang diuraikan diatas adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian mengenai ada tidaknya npelanggaran asumsi-asumsi klasik yang merupakan dasar dalam model regresi linear berganda. Hal ini dilakukan sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis. Pengujian asumsi klasi meliputi:

a. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikan)koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

Menurut Singgih Santoso (2002:393), dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance)*, yaitu :

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

Pengujian secara visual dapat juga dilakukan dengan metode gambar normal *Probability Plots* dalam program SPSS. Dasar pengambilan keputusan:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disumpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Singgih Santoso, 2002:322).

Selain itu uji normalitas digunakan untuk mgentahui bahwa data yang diambil berasal dari populasi berdistribusi normal. Uji yang digunakan untuk menguji kenormalan adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Berdasarkan sampel ini akan diuji hipotesis nol bahwa sampel tersebut berasal dari populasi berdistribusi normal melawan hipotesis tandingan bahwa populasi berdistribusi tidak normal.

b. Uji Asumsi Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan suatu situasi dimana beberapa atau semua variabel bebas berkorelasi kuat. Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah :

- 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 errornya semakin bersar pula. Cara yang digunakan untuk

mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflatation Factors (VIF)*,

$$\text{VIF} = \frac{1}{1-R_1^2}$$

(Gujarati, 2003:351)

Dimana R_1^2 adalah koefisien determinasi yang diperoleh dengan meregresikan salah satu variabel bebas X1 terhadap variabel bebas lainnya. Jika nilai VIF nya kurang dari 10 maka dalam data tidak Multikolinieritas.

c. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak egisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi.

Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji-rank Spearman yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual *(error)* ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (variasi dari residual tidak homogen) (Gujarati, 2003:406).

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan deret waktu dalam model regresi atau dengan

kata lain *error* dari observasi yang satu dipengaruhi oleh error dari observasi yang sebelumnya. Akibat dari adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak effisien, artinya tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan keofisien regresi menjadi tidak stabil.

Untuk menguji tidaknya autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik Durbin-Watson (D-W):

$$\text{D-W} = \frac{\sum(e_t - e_{t-1})}{\sum e_t^2}$$ (Gujarati, 2003:467)

Kriteria uji : Bandingkan nilai D-W dengan nilai d dari tabel Durbin-Watson:

- Jika D-W < d_L atau D-W > 4 - d_L, kesimpulannya pada data terdapat autokorelasi.
- Jika d_U < D-W < 4 - d_U, kesimpulannya pada data tidak terdapat autokorelasi.
- Tidak ada kesimpulan jika :

  $d_L \leq$ D-W $\leq d_U$ atau 4 - $d_U \leq$ D-W $\leq$ 4 - d_L (Gujarati, 2003:470).

Apabila hasil uji Durbin-Watson tidak dapat disimpulkan apakah terdapat autokorelasi atau tidak maka dilanjutkan dengan *runs tets.*

Metode dalam penelitian ini adalah :

a. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

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

Untuk memahami bagaimana menerapkan rumus korelasi ganda dari penelitian, berikut ini disampaikan contoh perhitungannya.

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

Keterangan:

RX1X2Y = Korelasi berganda antara variabel X1 dan X2 dengan Y

X_1 = kreativitas (variabel bebas)

X_2 = inovasi (variabel bebas)

Y = keunggulan bersaing (variabel terikat)

b_1 dan b_2 = koefisien regresi masing-masing variabel

b. Analisis Korelasi Pearson Product Momen

Setelah data terkumpul berhasil diubah menjadi data interval, maka langkah selanjutnya menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson* **(**Sugiyono ,2009:183), yaitu:

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

Keterangan:

r = Nilai Korelasi Pearson

ΣX = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

ΣY = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

ΣXY = Jumlah dari Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

ΣX^n = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

ΣY^n = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan

Untuk menginterpretasikan keeratan hubungan, digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel 3.10 berikut ini :

Tabel 3.5

Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Keeratan
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)***

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk mengetahui derajat atau kekuatan kreativitas dan inovasi untuk mencapai keunggulan bersaing. Persamanaan Regresi Linear Berganda adalah:

Y = $\beta_{0+}\beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots \beta_n X_n + \varepsilon$

Dimana :

Y = variable dependen

X1,X2 = variable independen

A = konstanta

β_1, β_2 = koefisien masing-masing factor

Dalam hugungan dengan penelitian ini, variable independen adalah kreativitas (X1) dan inovasi (X2), sedangkan variable dependen adalah keunggulan bersaing (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya:

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

(Sugiyono, 2005:211)

Dimana :

Y : Efektifitas biasa persediaan

α : konstanta dari persamaan

$\beta 1$: koefisien regresi dari variabel X1

$\beta 2$: koefisien regresi dari variabel X2

X1 : kreativitas

X2 : inovasi

d. Analisis Determinasi

Persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukan bahwa persamaan regrei yang dihasilkan baik untuk mengestimasi varibel terikat. Hasil perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari R^2=SSreg/SSsstot.

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variable X1 dan variable X2 terhadap Y secara simultan maka penulis akan menggunakan analisis koefisien determinasi yang diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya menurut yaitu:

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

Dimana :

Kd = koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi

100% = pengali yang menyatakan dalam persentase (Sugiyono, 2008:184)

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Sugiyono (2008: 377) mendefinisikan tentang hipotesis sebagai berikut :

"Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan atas jawaban sementara mengenai suatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris untuk mengetahui apakan pernyataan atau dugaan jawaban itu dapat diterima atau tidak".

Penetapan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya hubungan antara variabel X (variabel independen) dan variabel Y (variabel dependen) dan sejauh mana pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya, yaitu dengan menggunakan hipotesis nol (Ho) dan hipotesis alternatif (Ha).

Hipotesis yang akan di uji yaitu pengaruh kreativitas (X1) dan inovasi (X2) terhadap keunggulan bersaing (Y).

Rancangan pengujian hipotesis dilakukan melalui dua tahap, yaitu :

1. Pengujian hipotesis secara parsial (Uji-t)

   Pengujian uji statistik t ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

   a. Merumuskan Hipotesis

      $H_{01} : \beta_1 = 0$ kretivitas tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

      $H_{11} : \beta_1 \neq 0$ kreativitas berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

      $Ho_2 : \beta_2 = 0$ inovasi tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

      $H_{12} : \beta_2 \neq 0$ inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

   b. Menentukan tingkat signifikan, yaitu α = 5% dengan derajat bebas (db) = n – k –1, untuk menentukan nilai t_{tabel} sebagai batas penerimaan dan penolakan hipotesis.

   c. Menghitung nilai t_{hitung} untuk mengetahui apakah variabel korelasi signifikan atau tidak, dengan rumus :

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

Sugiono (2005 : 184)

Dimana :

r = Korelasi parsial yang ditemukan

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel bebas (independen)

d. Hasil t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel}, dengan kriteria :

- Jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak (ada di daerah penolakan) dan Ha diterima. Artinya antara variabel X1, X2 dan variabel Y ada pengaruhnya.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima (ada di daerah penerimaan) dan Ha ditolak. Artinya antara variabel X1, X2 dan variabel Y tidak ada pengaruh.

- Pengujian hipotesis secara simultan/total (Uji-F)



Gambar 3.1

Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

Pengujian uji statistik F ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$ kretivitas dan inovasi tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

$H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$ kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

b. Menentukan tingkat signifikan yaitu α = 5% dengan derajat pembilang υ_1 = k dan derajat penyebut υ_2 = n – k – 1, 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 :

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

Sugiono (2005 :2005)

Dimana :

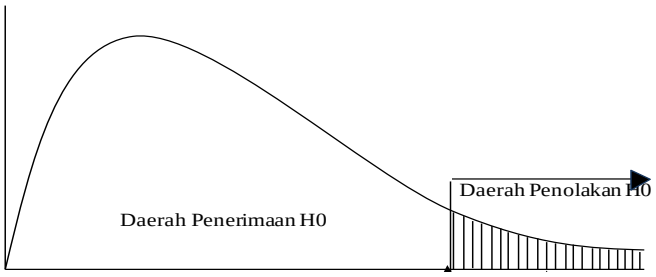
R^2 = Koofisien determinasi

k = Jumlah variable bebas (independent)

n = Jumlah sampel

e. Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan , dengan kriteria :

- Jika nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak (ada di daerah penolakan) dan Ha diterima. Artinya antara variabel X1, X2 dan variabel Y ada pengaruhnya.
- Jika $t_{hitung} < F_{hitung}$ maka H_0 diterima (ada di daerah penerimaan) dan Ha ditolak. Artinya antara variabel X1, X2 dan variabel Y tidak ada pengaruh.



Gambar 3.2

Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

2. Penarikan Kesimpulan Hipotesis

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