BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data–data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut yang berjudul : **"Pengaruh Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasi Terhadap Kinerja Perusahaan pada Fanshop Persib di Wilayah Bandung".**

Di dalam penelitian ini, penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel yang akan diteliti di dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel independent (variabel bebas), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel independent (variabel X1) dalam penelitian ini adalah Lingkungan Bisnis dan (variabel X2) Strategi Operasi.

2. Variabel dependent (variabel tidak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel independent. Variabel dependent (variabel Y) dalam penelitian ini adalah Kinerja Perusahaan.

Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasi merupakan faktor penyebab, sedangkan Kinerja Perusahaan faktor akibat. Objek penelitian ini dilakukan pada perusahaan fanshop persib yang berada di Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya.

Menurut Sugiyono (2010:2) mengemukakan metode penelitian bahwa "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu."

Menurut penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif kausal (sebab akibat) dengan pendekatan kuantitatif**.** Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti.

Sebagaimana dikemukakan Sangadji & Sopiah (2010:30) penelitian asosiatif (hubungan) adalah:

Suatu penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan Penelitian asosiatif adalah melihat apakah ada pengaruh dan seberapa besar pengaruh dari sebab akibat atau dari variabel independen dan dependen penelitian.

Menurut Sugiyono (2010:18) "penelitian kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti lebih bersifat sebab akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen (bebas) dan dependen (terikat)".

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dalam penelitian akan digunakan telaah statistika yang cocok, untuk itu dalam analisis menggunakan Analisis regresi berganda.

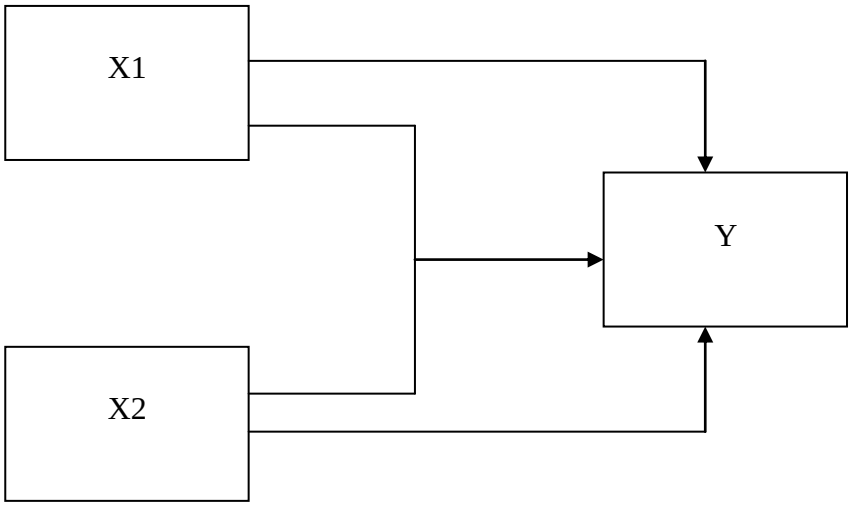
3.2.1 Desain Penelitian

Sebelum melakukan penelitian sangatlah perlu kita melakukan suatu perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan sistematis.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:288) desain penelitian adalah "rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan dan analisis data".

Langkah-langkah desain penelitian menurut adalah :

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 variable penelitian yang digunakan.
7. Menetapkan sumber data,teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data.
8. Melakukan analisis data.
9. Melakukan pelaporan hasil penelitian



Gambar 3.1
Desain Penelitian

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	**Metode Yang Digunakan**	**Unit Analisi**	**Time Horizon**
T-1	Descrpitive	Dsecriptive & Survey	Perusahaan Fanshop Persib Bandung	Cross Sectional
T-2	Descrpitive & Verifikatif	Dsecriptive & Explanatory Survey	Perusahaan Fanshop Persib Bandung	Cross Sectional
T-3	Descrpitive & Ferifikatif	Dsecriptive & Explanatory Survey	Perusahaan Fanshop Persib Bandung	Cross Sectional
T-4	Descrpitive & Verifikatif	Dsecriptive & Explanatory Survey	Perusahaan Fanshop Persib Bandung	Cross Sectional

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional dalam penelitian ini adalah Variabel Bebas/Independent dan Variabel tergantung/Dependent**.** Penjelasan variabel penelitian menurut Sugiyono (2009:38):

"Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya."

Operasional variabel 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 Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasi Terhadap Kinerja Perusahaan. Maka variable-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah :

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

   X1 = Lingkungan Bisnis

   X2 = Straegi Operasi

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

b. Variabel Terikat / Dependent (Variabel Y) yaitu Kinerja Perusahaan.

   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 Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasi terhadap Kinerja Perusahaan. Selengkapnya mengenai operasionalisasi variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran	Skala	No Kuisioner
Lingkungan Bisnis (X1)	Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin (2010:46) mengemukakan bahwa Lingkungan (environment) merupakan salah satu faktor yang sangat diperhitungkan dalam pengelolaan kegiatan bisnis. Lingkungan sangat berpengaruh dalam perencanaan strategi bisnis.	**Biaya Bisnis**	Biaya Tenaga Kerja		1
			Biaya Material		2
			biaya penyewaan gedung		3
			Biaya Bahan Mentah		4
		Ketersediaan Tenaga Kerja	Staf Manajerial dan Administrasi		5
			Teknisi		6
			Staf Produksi	**Ordinal**	7
		Tingkat Persaingan	Persaingan dalam Pasar Lokal		8
			Produksi untuk memenuhi Kualitas		9
		Dimensi Pasar	Tingkat Permintaan		10
			Produk dan Jasa kalah saing		11
			Inovasi Produk Baru		12

Strategi Operasi (X2)	Krawjesky dan Ritzman (2002) mendifinisikan strategi operasi sebagai dimensi yang harus dimiliki oleh sistem produksi suatu perusahaan untuk mendukung permintaan pasar agar perusahaan tersebut mampu bersaing.	**Strategi Biaya Rendah**	Menurunkan biaya per unit	**Ordinal**	13
			Menurunkan biaya persediaan		14
		Strategi Kualitas	Menurunkan tingkat kerusakan		15
			Memperbaiki kinerja dan keandalan produk		16
			Memperoleh sertifikasi kualitas tingkat lokal		17
		Fleksibilitas	Menurunkan tenggang waktu perolehan bahan mentah		18
			pengembangan produk baru		19
			Meningkatkan model dan variasi produk		20
		Pengiriman	keandalan pengiriman kecepatan pengiriman		21
			pelayanan sebelum penjualan dan pendukung yang bersifat teknis		22
			bantuan pelayanan teknis kepada pelanggan		23

Kinerja Perusahaan (Y)	Mulyadi (2007 : 328) yang menyebutkan bahwa kinerja perusahaan merupakan " Keberhasilan perusahaan secara keseluruhan dalam mencapai sasaran – sasaran stratejik ygang telah ditetapkan melalui strategik inisiatif pilihan".	**Pertumbuhan Penjualan**	Permintaan Pasar	**Ordinal**	24
			Persaingan perusahaan		25
		Pertumbuhan Produk Baru	Inovasi Produk baru		26
			Desain Produk baru		27
		Pertumbuhan Laba	Tingkat Pemintaan		28
			Tingkat Penjualan		29
		Produktivitas Karyawan	Standar Pengerjaan Produk/ Jasa		30
			Jam Kerja Produktif		31

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

Dalam penelitian ini terdapat sumber data dan teknik penetuan data, berikut ini adalah penjelasannya.

3.2.3.1 Sumber Data

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

Menurut Sugiyono (2012:137) mengungkapkan bahwa “Sumber sekunder adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.”

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

Berdasarkan definisi di atas dapat kita simpulkan bahwa data primer merupakan data pendukung dari suatu persoalan yang diteliti, sebagai alat untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan, untuk mengetahui kondisi-kondisi yang terjadi selama kurun waktu tertentu dan data primer diperoleh dengan mengadakan peneltian dan kuesioner, tidak jarang juga dapat dijadikan solusi dalam penanganan permasalahan yang diteliti.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Adapun teknik penentuan data terbagi menjadi dua bagian, yaitu populasi dan sampel. Pengertian dari populasi dan sampel itu sendiri adalah sebagai berikut:

1. Populasi

Populasi merupakan objek atau subjek yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2012:297) tentang pengertian populasi yaitu:

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

Berdasarkan pengertian di atas, populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada satu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah 70 pengusaha fanshop persib setempat, di kawasan Bandung. Pemilihan jumlah populasi ini untuk memberikan data yang diperlukan dalam penelitian.

2. Sampel

Untuk membuktikan kebenaran jawaban yang masih sementara (hipotesis), maka peneliti melakukan pengumpulan data pada obyek tertentu. Karena obyek dalam populasi terlalu luas maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Menurut Sugiyono (2009:116), sampel adalah "Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut."

Teknik yang di ambil dalam penelitian dilakukan dengan teknik insidental sampling dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Adapun yang menjadi sampel yang digunakan untuk pengukuran kuesioner adalah Pengusaha fanshop persib di wilayah Bandung. Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel (n) Husein Umar (2004:78) menentukan sampel digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{70}{1 + 70(0,1)_2}$$

n = 41.17 dan dibulatkan menjadi 41

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 41.17 responden dan dibulatkan menjadi 41 responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis untuk memperoleh data serta informasi yang diperlukan adalah sebagai berikut : Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik 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 Fanshop persib di wilayah Bandung serta para konsumen yang berbelanja.

2. Kuisioner

   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 Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasi terhadap Kinerja Perusahaan di wilayah Bandung Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah di beri skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik.

3. Wawancara (Interview)

   Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung secara lisan dengan pihak-pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan khususnya yang menyangkut pengaruh Lingkungan Bisnis dan strategi Operasi terhadap Kinerja Perusahaan Dalam teknik wawancara ini, penulis mengadakan tanya jawab kepada sumber yang dapat memberikan data atau informasi. Informasi itu berupa apa saja yang berkaitan dengan Lingkungan Bisnis dan strategi Operasi terhadap Kinerja Perusahaan. Adapun sumber informasi dalam penelitian ini adalah pihak manajer perusahaan.

4. Dokumentasi

   Merupakan proses pengumpulan data dengan mempelajari, menganalisa, dan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan berkaitan dengan pengaruh Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasi terhadap Kinerja Perusahaan.

3.2.4.1 Uji Validitas

Uji validitas ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana alat ukur, dalam ini kuesioner mengukur apa yang hendak di ukur atau sejauh mana alat ukur yang di gunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat test, maka alat tersebut semakin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukan apa yang seharusnya di ukur.

Dari definisi diatas validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Suatu alat ukur disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dalam penelitian ini yaitu untuk menggambarkan variabel Lingkungan Bisnis (X), Strategi Operasi (X), dan Kinerja Perusahaan (Y).

Tabel 3.3

Standar Penilaian Untuk Validitas

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

Sumber : Barker et al, 2002:70

Menurut Sugiyono (2012:268) validitas adalah Instrument yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pertanyaan dengan skor total. Adapun rumus dari korelasi pearson adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Uji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji t (taraf signifikasi 5%). Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Dimana:

n = ukuran sampel

r = Koefisien korelasi pearson

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi adalah sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi α=0,05
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika rhitung > rtabel Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 for windows. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 for windows diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.
4. Pengujian validitas ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui validitas atau ketepatan alat ukur. Suatu alat ukur akan dinyatakan valid atau sah jika memiliki nilai koefisien validitas yang lebih besar dari angka yang telah ditentukan yakni sebesar 0,3. Penulis menggunakan *software* SPSS 20.0 dan diperoleh hasil uji sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Lingkungan Bisnis (X_1)	1	0,774	0,300	Valid
	2	0,806	0,300	Valid
	3	0,879	0,300	Valid
	4	0,871	0,300	Valid
	5	0,766	0,300	Valid
	6	0,806	0,300	Valid
	7	0,848	0,300	Valid
	8	0,786	0,300	Valid
	9	0,745	0,300	Valid
	10	0,596	0,300	Valid
	11	0,766	0,300	Valid
	12	0,761	0,300	Valid
Strategi Operasi (X_2)	13	0,633	0,300	Valid
	14	0,593	0,300	Valid
	15	0,794	0,300	Valid
	16	0,743	0,300	Valid
	17	0,699	0,300	Valid
	18	0,705	0,300	Valid
	19	0,757	0,300	Valid
	20	0,690	0,300	Valid
	21	0,672	0,300	Valid
	22	0,590	0,300	Valid
	23	0,572	0,300	Valid
Kinerja Perusahaan (Y)	24	0,706	0,300	Valid
	25	0,851	0,300	Valid
	26	0,774	0,300	Valid
	27	0,872	0,300	Valid
	28	0,833	0,300	Valid
	29	0,817	0,300	Valid
	30	0,795	0,300	Valid
	31	0,645	0,300	Valid

(Sumber: Hasil pengolahan data : 2015)

Pada tabel di atas menunjukkan hasil uji validitas seluruh pertanyaan yang digunakan untuk mengukur Lingkungan Bisnis, Strategi Operasi dan Kinerja Perusahaan. Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai koefisien validitas yang lebih besar dari 0,3 yang artinya seluruh instrumen pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

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

a. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II
b. Skor untuk masing–masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II

c. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II

$$\frac{2\,Ґb}{1 + Ґb}$$

Umi Narimawati (2010:44)

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

$$Г1 = \frac{2Гb}{1 + Гb}$$

Narimawati Umi, (2010:44)

Keterangan :

Ґ1 = reliabilitas internal seluruh item

Ґb = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

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

1. Jika thitung lebih dari atau sama dengan t0,05 dengan taraf signifikan 5 % maka instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan
2. Jika thitung kurang dari t0,05 dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat digunakan.

Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Split Half* untuk menguji keandalan dari alat ukur. Variabel akan dikatakan reliabel apabila variabel tersebut memiliki nilai *Split Half* lebih besar dari 0,7. Penulis menggunakan *software* SPSS 20.0 untuk mengolah data pada penelitian dan diperoleh hasil uji sebagai berikut:

Tabel 3.5
Rekap Hasil Uji Reliabilitas Alat Ukur

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Lingkungan Bisnis (X_1)	0,948	0,700	Reliabel
Strategi Operasi (X_2)	0,866	0,700	Reliabel
Kinerja Perusahaan (Y)	0,877	0,700	Reliabel

(Sumber: Hasil pengolahan data : 2015)

Pada tabel di atas dapat dilihat koefisien reliabilitas yang diperoleh adalah seluruhnya lebih besar dari titik kritis yaitu 0,7, sehingga alat ukur yang digunakan dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas yang telah diuraikan di atas, penulis menyimpulan bahwa keseluruhan jumlah pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini sudah teruji valid dan reliabel sehingga seluruh instrumen pertanyaan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

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

Pada penelitian ini digunakan melalui metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang Pengaruh Lingkungan Bisnis dan Stratego Operasi Terhadap Kinerja Perusahaan. Rancangan analisis penelitian ini terdiri:

3.2.5.2 Analisis Deskriptif (Kualitatif)

Analisis Deskriptif/ kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik. Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor

ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

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

Narimawati Umi, 2010:45

Keterangan:

a. Skor actual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.
b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.6
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No.	% Skor	Kriteria
1	20.00% – 36.00%	Sangat Buruk/Sangat Rendah
2	36.01% – 52.00%	Buruk/Rendah
3	52.01% – 68.00%	Cukup Baik/Sedang
4	68.01% – 84.00%	Baik/Tinggi
5	84.01% – 100%	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Sumber : Umi Narimawati (2010:46)

4.2.5.3 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

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

1. MSI (Method of Succesive Interval)

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

a) Ambil data ordinal hasil kuesioner

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

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

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

e) Menghitung nilai skala dengan rumus Method Successive Interval

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

Dimana:

Means of Interval = Rata-Rata Interval

Density at Lower Limit = Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit = Kepadatan atas bawah

Area Under Upper Limit = Daerah di bawah batas atas

Area Under Lower Limit = Daerah di bawah batas bawah

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

Untuk mengetahui pengaruh Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasi Terhadap Kinerja Perusahaan. Dalam hal ini adalah Pengusaha Fanshop Persib di Wilayah Bandung digunakan analisis regresi Berganda (Multiple Regression).

2. Analisis Regresi Berganda

Menurut Asep Suryana Natawiria dan Riduwan (2010:88) analisis regresi berganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana,kegunaanya yaitu untuk meramalkan nilai variable terikat (Y) apabila variable bebas minimal 2 atau lebih.

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar untuk mencapai kinerja bisnis.persamaan liner berganda adalah :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana :

Y = variabel dependen

X_1, X_2 = variabel independen

A = konstanta

β_1, β_2 = koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Lingkungan Bisnis (X1) dan Strategi Operasi (X2), sedangkan variabel dependen adalah Kinerja Perusahaan (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana

Y = variabel dependen

α= konstanta dari persamaan regresi

β_1= koefisien regresi dari variabel X_1

β_2= koefisien regresi dari variabel X_2

X_1= variabel independen

X_2 = variabel independen

ε = faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

Untuk memperoleh hasil lebih akurat pada analisis berganda maka dilakukan pengujian asumi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat Best Linier Unbiased Estimator (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis. Berberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda *(multiple linier regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas :

A. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2011:181).

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

a. Jika probabilitas >0,06 maka distribusi dari populasi adalah normal.
b. Jika probabilitas <0,05 maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

B. Uji Multikolineritas

Menuruh Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinearitas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempuran diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibatnya model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Mandala, 2001:268-270 dalam Ervan Agus Purmanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, 20011:198). Jiaka terdapat kolerasi yang kuat diantara sesame variabel independen maka konsekuensinya adalah :

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
2. Nilai standar *error* setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesame variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefesien regresi semakin besra, yang mengakibatkan standar error nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoloniearitas

adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Menurut Gujarati (2003:362), jika nilai *VIF* nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.

C. Uji Heteroskedaastisitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efesien dan hasil 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 mengkolerasikan masing-masing variabel bebas tehadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual *(error)* ada yang signifikan, maka kesimpilan terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

3. Analisis Korelasi

Menurut Sugiyono (2009:183),pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variable x dan y,dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:

$$r=n\ \frac{(\Sigma XiYi)-(\Sigma Xi)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n(\Sigma Xi2)-(\Sigma Xi)2\}-\{n(\Sigma yi2)-(\Sigma yi)2\}}}$$

Dimana: -1 ≤ r ≤ +1

r = koefisien korelasi

x = Lingkungan Bisnis,strategi operasi

z = Kinerja Perusahaa

n = jumlah responden

4. Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variable terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari R2 = SSreg/SStot .

Kd = r^2 x 100%

Dimana:

d : Koefisien determinasi

r : Koefisien Korelasi

4.2.5.4 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Orientasi pasar dan KreativitasTerhadap Kinerja Bisnis. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi. Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1. **Pengujian Secara Simultan**

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

   a. Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F_{hitung} = \frac{JK_{regresi} \ / k}{JK_{(residu)} / (n - k - 1)}$$

Dimana :

JK_{residu} = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable bebas secara bersama–sama dapat berperan atas variable terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan anatara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika nilai Fhitung> Fkritis, maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (*Orientasi pasar* dan Lokasi) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Kinerja Bisnis) ditolak dan sebaliknya.

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

b. Hipotesis

H_0: $\beta_1\beta_2 = 0$, Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan pada Fanshop Persib di Wilayah Bandung

Ha: $\beta_1\beta_2 \neq 0$, Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan pada Fanshop Persib di Wilayah Bandung

2. Pengujian Secara Parsial

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

a. Rumus uji t yang digunakan adalah :

Uji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji T (taraf signifikansi 5 %)

Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut:

$$T_{hitung} = \frac{r\ (n - 2)}{1 - r_2} : db = n-2$$

Dimana:

r = korelasi parsial yang ditentukan
n = jumlah sampel
t = thitung

b. Hipotesis

$H_0;\beta_1 = 0$, Tidak ada pengaruh antara Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasi terhadap Kinerja Perusahaan pada fanshop persib di wilayah Bandung.

$Ha;\beta_1 \neq 0$, Adanya pengaruh antara Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasi terhadap Kinerja Perusahaan pada fanshop persib di wilayah Bandung.

c. Kriteria pengujian

Untuk mengetahui apakah Ho diterima atau ditolak, digunakan uji signifikasi yaitu :

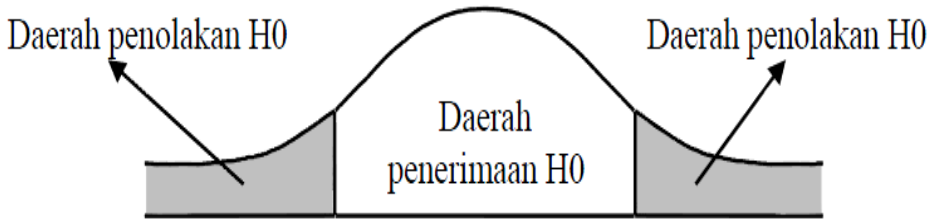
Jika t hitung > t tabel 0,05 (dk = n-2), maka Ho = ditolak, Ha diterima

Jika t hitung < t tabel 0,05 (dk = n-2), maka Ho = diterima, Ha ditolak.

Dimana :

1. Dengan tingkat signifikasi (a) = 0,05

2. Derajat kebebasan (dk) = n-2



Sumber : Suharismi Arikuntoro (2012:161)

Gambar 3.2
Daerah penerimaan dan penolakan Ho