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, "O 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 apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan masalah yang serupa dengan kehidupan".

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 Distro Blankwear". 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 Distro Blankwear Bandung.

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
Variabel Independen/ Variabel X1 (Kreativitas)	Kreativitas (X1) kreativitas adalah "berpikir sesuatu yang baru". Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang. Suryana (2003:23)	• Keahlian • Kemampuan • Motivasi	Tingkat Keahlian Tingkat Kemampuan Tingkat Motivasi	Ordinal

Variabel Independen/ Variabel X2 (Inovasi)	Inovasi (X2) Inovasi penting bagi suatu unit usaha untuk dapat makn berkembang. Hanya usaha yang mampu bertahan dan berkembang. Aloysius Gunadi Brata (2009:95)	Produk - produk baru - perubahan produk baru - Desain produk baru Pelayanan - Pelayanan Prima - Jenis Pelayanan Baru Proses - Perbaikan Proses yang sudah ada - Pemanfaatan alat/teknologi baru Pasar - segmen pasar yang baru Logistik - sumber pasokan bahan baku yang baru Organisasi Usaha. - Sistim pengelolaan produksi yang baru - Penggunaan control kualitas produksi	Tingkat PembaharuanProduk Tingkat Perubahan produk Tingkat pembaharuan kemasan Tingkat Pelayanan Tingkat Inovasi Pelayanan Tingkat Perbaikan Proses Tingkat pemanfaatan Tingkat Pasaran baru Tingkat pemasok bahan baku Tingkat Pengelolaan Produksi Tingkat Penggunaan control kualitas	Ordinal

Variabel dependent / Variabel terikat Variabel Y (Keunggulan Bersaing)	"Keunggulan bersaing berkaitan dengan cara bagaimana perusahaan memilih dan benar-benar dapat melaksanakan strategi generik ke dalam praktik" (Nursya'bani Purnama dan Hery Setiawan (2003:106)	- 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 Distro Blankwear Bandung" 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

Sebelum menentukan penentuan data yang akan dijadikan sampel, terlebih dahulu dikemukakan tentang populasi dan sampel.

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 pada bulan Januari

sebanyak 150 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:

$$n = 1 + \frac{150}{1 + 150\ (0{,}1)^2} \rightarrow n\frac{150}{1 + 150(0{,}01))} \rightarrow n\frac{150}{2{,}5} \rightarrow n = 60$$

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 60 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 distro Blankwear Bandung 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 Distro Blankwear 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 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 Distro Blankwear Bandung. Rumus dari analisis

Korelasi Product Moment adalah:

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

Keterangan:

r : Nilai koefesien korelasi pearson

X : Skor item pertanyaan

Y : Skor total item pertanyaan

N : Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Hasil perhitungan uji validitas ditentukan dengan kriteria yang digunakan adalah item valid berarti layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis. Valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor totalnya, dan apabila koefisien korelasinya > 0,30 (Azwar Saefuddin, 1999:158) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika korekasinya < 0,30 menunjukan bahwa data tersebut tidak valid dan akan disisihkan dari analisis selanjutnya.

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesahihan setiap item pernyataan dalam mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing pernyataan item yang ditujukan ke pada responden dengan total skor untuk seluruh item. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah korelasi *Pearson Product Moment.* Apabila nilai Koefisien

validitas butir item pernyataan yang sedang diuji lebih besar dari titik kritis yaitu 0,300, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut merupakan konstruksi (*construct*) yang valid. Adapun hasil uji validitas kuesioner ketiga variabel yang diteliti disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas
Variabel kreatifitas (X_1)

No. Instrumen	Koefisien validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
1	0.711	0,300	Valid
2	0.628	0,300	Valid
3	0.605	0,300	Valid
4	0.501	0,300	Valid
5	0.711	0,300	Valid

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas
Variabel inovasi (X_2)

No. Instrumen	Koefisien validitas	Titik kritis	Kesimpulan
1	0.376	0,300	Valid
2	0.312	0,300	Valid
3	0.514	0,300	Valid
4	0.378	0,300	Valid
5	0.558	0,300	Valid
6	0.526	0,300	Valid
7	0.477	0,300	Valid
8	0.630	0,300	Valid
9	0.477	0,300	Valid
10	0.402	0,300	Valid
11	0.606	0,300	Valid

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas
Variabel keunggukan bersaing (Y)

No. Instrumen	Koefisien validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
1	0.586	0,300	Valid
2	0.618	0,300	Valid
3	0.692	0,300	Valid

Pada ketiga tabel diatas dapat dilihat untuk hasil uji validitas yang menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai Koefisien validitas yang lebih besar dari nilai kritis yaitu 0,300 yang artinya seluruh pernyataan tersebut layak digunakan sebagai intrumen penelitian atau dengan kata lain item-item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis berikutnya.

3.2.4.2 Uji Realibilitas

Pengujian terhadap tingkat reliabilitas atau keandalan dimaksudkan untuk mengetahui apakah kuesioner dapat memberikan ukuran yang konstan dan mampu mengungkapkan data yang dapat dipercaya. Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur digunakan berulang kali. (Umar, 2003 : 87). Reliabilitas mencakup tiga aspek penting, yaitu: alat ukur yang digunakan harus stabil, dapat diandalkan *(dependability)* dan dapat diramalkan *(predictability),* sehingga alat ukur tersebut mempunyai realibilitas yang tinggi atau dapat dipercaya (Natzir 1998: 61).

Untuk mengetahui ketepatan alat ukur yang digunakan adalah reliabilitas Alpha Cronbach yang rumusnya adalah:

$$r_{xx} = a = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum_{i=1}^{k} S_x^2}{S_y^2}\right)$$

$$S_x^2 = \frac{\sum_{i=1}^{k}(X_i - \bar{X})^2}{n-1}$$

$$S_y^2 = \frac{\sum_{i=1}^{k}(Y_i - \bar{Y})^2}{n-1}$$

Dimana :

r_{xx} = Nilai koefisien reliabilitas Alpha Cronbach's

k = Jumlah item pertanyaan

s^2_{xi} = Varians masing- masing item

s^2_y = Varians skor total item dari responden

Sekumpulan pertanyaan untuk mengukur suatu variabel dikatakan reliabel dan berhasil mengukur variabel-variabel yang kita ukur jika koefisien reliabilitasnya lebih dari sama dengan 0, 70 (Robert M Kaplan dan Dennis Saccuzo, 1993 : 126).

Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistik, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal *(reliable).*

Tabel. 3.5
Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Realiabilitas

Kriteria	Reliability	Validitas
Good	0,80	0,40
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

Sumber :Barker et al, 2000:70

3.2.5 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menguji coba instrument sekali saja, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *Spearman Brown*. Kuesioner dikatakan andal apabila koefisien *reliabilitas* bernilai positif dan lebih besar dari pada 0,6. Adapun hasil dari uji reliabilitas berdasarkan pada rumus *Spearman Brown* diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Variabel	Koefisien Reliabilitas	r kritis	Kesimpulan
Kreatifitas (X_1)	0.616	0,600	Reliabel
Inovasi (X_2)	0.607	0,600	Reliabel
Keunggulan bersaing (Y)	0.611	0,600	Reliabel

Nilai reliabilitas butir pernyataan pada kuesioner masing-masing variabel yang sedang diteliti lebih besar dari 0,6 hasil ini menunjukkan bahwa butir kuesioner pada masing-masing variabel andal untuk mengukur variabelnya masing-masing.

3.2.5.1 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.

$$Mean\ of\ Internal \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(area\ at\ Below\ Density\ Upper\ Limit) - (Area\ at\ Below\ Lower\ Limit)}$$

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 = Nilaiskala + [nilai skala $_{minimum}$] + 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).

3.2.6 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.6.1 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 Distro Blankwear Bandung.

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 X_1, X_2) 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 :

Table 3.7
Skala Likert

Jawaban Responden	Skor Positif
a. Sangat Setuju (SS)	5
b. Setuju (S)	4
c. Cukup (C)	3
d. Tidak Setuju (TS)	2
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	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:

$$\%Skor = \frac{Skor\ Aktual}{Skor\ Ideal} x100\%$$

Sumber : Umi Narimawati 2008

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

Tabel 3.8

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 - 36.00	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 (2007:84)

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. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi 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.

Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (*multiple linear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas:

a. Uji Normalitas

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

b. Uji Multikoliniearitas

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:

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 sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan *standar error* nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas 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 Heteroskedastitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji *Rank 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 (varian dari residual tidak homogen)

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 efisien, artinya tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan koefisien regresi menjadi tidak stabil. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik Durbin-Watson (D-W). Kriteria uji: bandingkan nilai D-W dengan nilai d dari tabel Durbin-Watson:

a) jika D-W < $d_L$atau D-W > 4 – dL, kesimpulannya pada data terdapat autokorelasi.
b) Jika dU < D-W < 4 – dU, kesimpulannya pada data tidak terdapat autokorelasi.
c) Tidak ada kesimpulan jika dL ≤ D-W ≤dU atau 4 – dU ≤ D-W ≤ 4-dL.

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

a. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menghitungnya dengan menggunakan analisis korelasi yang bertujuan mencari hubungan antara variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2004:216) korelasi ganda

(multiple correlation) merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel secara bersama-sama atau lebih dengan variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan dua buah variabel bebas, yakni pelaksanaan *reward* (X_1) dan *punishment* (X_2) dan satu variabel terikat, keunggulan bersaing (Y). Penggunaan korelasi ganda digunakan untuk menguji hubungan kedua variabel bebas X_1 dan X_2 dengan Y.

Rumus korelasi ganda dua variabel ditunjukkan dengan rumus berikut :

$$r_{yx_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2yx_1 + r^2yx_2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}\,r_{x_1x_2}}{1 - r^2\,_{x_1x_2}}}$$

(Sugiyono, 2004:218)

Dimana :

$r_{yx_1x_2}$ = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

ryx_1 = Korelasi *rank spearman* antara X_1 dengan Y

ryx_2 = Korelasi *rank spearman* antara X_2 dengan Y

rx_1x_2 = Korelasi *rank spearman* antara X_1 dengan X_2

Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan positif dan hubungan yang negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan) Y. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (r). Nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1 ($-1 \leq r \geq 1$) artinya :

a. Jika nilai r = +1 atau mendekati +1, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan positif.
b. Jika nilai r = -1 atau mendekati -1, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan negatif
c. Jika nilai r = 0 atau mendekati 0, maka korelasi variabel yang diteliti tidak ada sama sekali atau sangat lemah.

Harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut :

Tabel 3.9
Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

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

Sumber: Sugiyono (2004:216)

b. 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:

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

Dimana :

Y = variable dependen

X_1, X_2 = variable independen

A = konstanta

β1, β2 = 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:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e}$$

(Sugiyono, 2005:211)

Dimana:

Y = Keunggulan Bersaing

α = Konstanta dari persamaan

β_1 = Koefisien regresi dari variable X1

β_2 = Koefisien regresi dari variable X2

X_1 = Kreativitas

X_2 = Inovasi

e = Tandar error

d. Analisis Determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2).Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$

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

Dimana :

d = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

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

3.2.6.2 Pengujian Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan atas jawaban sementara mengenai sesuatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris, untuk mengetahui apakah pernyataan (dugaan/jawaban) itu dapat diterima atau tidak. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) Langkah – langkah pengujian sebagai berikut :

1. **Pengujian Secara Simultan**

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

   a. Rumusan uji F yang digunakan adalah

$$F_{hitung} = \frac{JK_{\text{Re}gresi} / k}{JK_{(\text{Re}sidu)} / \{n - (k+1)\}}$$

   Dimana :

   JK_{residu} = Koefisien Korelasi Ganda

   K = Jumlah Variabel bebas

   n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama – bersama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F-kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan *micro – soft*. Jika nilai $F_{hitung} > F_{kritis}$ maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (kualitas Produk dan Inovasi Produk) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Citra Perusahaan) ditolak dan sebaliknya.

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

b. Hipotesis

H_0 ; $\beta 1, \beta 2 = 0$, Tidak terdapat Pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing pada Distro Blankwear Bandung.

H_1 ; $\beta 1, \beta 2 \neq 0$, Terdapat Pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing pada Distro Blankwear Bandung.

c. Kriteria Pengujian

Jika terdapat nilai koefisien jalur variable independen tidak sama dengan nol,maka Ho ditolak dan sebaliknnya apabila semua koefisien

jalur sama dengan nol,maka Ho diterima H_0 ditolak apabila F_{hitung}> dari F_{tabel} ($\alpha = 0,05$)

2. Pengujian Secara Parsial

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

a. Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$thitung(x_{1,2}) = \frac{b_{1,2}}{se(b_{1,2})}$$

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

b. Hipotesis

$H0_1$. $\rho = 0$, *Kreativitas* Tidak *berpengaruh* terhadap *Keunggulan Bersaing* pada Distro Blankwear Bandung.

H_{11}. $\rho \neq 0$, *Kreativitas berpengaruh* terhadap *Keunggulan Bersaing* pada Distro Blankwear Bandung.

$H0_2$. $\rho = 0$, *Inovasi* tidak berpengaruh terhadap *Keunggulan Bersaing* pada Distro Blankwear Bandung.

H_{12}. $\rho \neq 0$, *Inovasi* berpengaruh terhadap *Keunggulan Bersaing* pada Distro Blankwear Bandung.

Kriteria pengujian

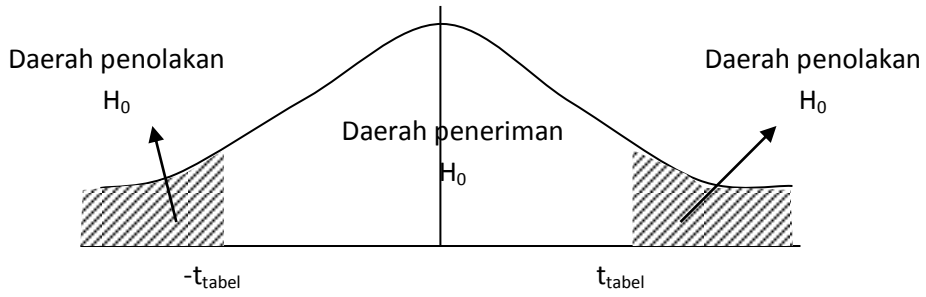
H_0 ditolak apabila t_{hitung}< dari t_{tabel}($\alpha = 0,05$)

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.

b) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1 :



Gambar 3.1

Daerah penerimaan dan penolakan Ho

Sumber: Sugiyono (2009:185)