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.

Menurut Husein Umar (2005:303) pengertian objek penelitian adalah sebagai berikut: "Objek Penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu."

Objek yang dikaji dalam penelitian ini adalah **"Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung".** dengan uraian variabel sebagai berikut:

1. Variabel Independen (variabel bebas/variabel X), merupakan variabel yang mempengaruhi atau mengakibatkan variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen penelitian ini adalah Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis.
2. Variabel Dependen (Variabel terikat/variabel Y), merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel

dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja Bisnis Pada Usaha Kecil Menengah Boneka Paris Van Java Bandung.

Penelitian dilakukan di Sentra UKM Industri Boneka Paris Van Java dengan memilih responden penelitian adalah para manajer / pemilik usaha Boneka yang ada di Sentra UKM Industri Boneka Paris Van Java di Jalan Soekarnohatta baypass Kota Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara penulis dalam menganalisis data. Pengertian dari metode penelitian adalah sebagai berikut:

Metode penelitan menurut Sugiyono (2010:4) adalah sebagai berikut: Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Metode penelitian menurut Sugiyono (2012:2) adalah "cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Dari penjabaran di atas maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah suatu teknik atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan, mencatat data, baik primer maupun sekunder yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun karya ilmiah dan kemudian menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok permasalahan sehingga akan didapat suatu kebenaran atau data yang diperoleh.

Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan terhadap variabel mandiri yaitu tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya. (Sugiyono, 2012:21). Sedangkan metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan ditempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan. (Masyhuri, 2008:45).

Untuk menjelaskan hubungan variabel yang ada dalam penelitian ini diterangkan dalam bentuk pola pikir yang dianggap mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian dan teori.

Paradigma ini menganggap bahwa komponen-komponen kompetensi dan komponen-komponen orientasi pasar memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kinerja bisnis. Dimana kompetensi yang dimiliki seorang wirausaha dalam menjalankan bisnis dan kemampuan berorientasi pasar akan mengubah kinerja bisnis menjadi baik atau buruk.

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

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

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

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:288), pengertian desain penelitian yaitu: "Rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh peneliti alam pemilihan, pengumpulan dan analisis data". Berdasarkan hal tersebut maka desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan yaitu difokuskan pada kompetensi wirausaha dan orientasi pasar. Dengan itu ditarik judul: **"Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung".**

2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi. Dalam penelitian ini identifikasi masalahnya merupakan dampak dari kurang responnya para pengusaha yang berada di Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung terhadap program pemerintah seperti pelatihan dan seminar mengakibatkan kurangnya kompetensi kewirausahaan dan kemampuan dalam berorientasi pasar sehingga terjadi penurunan pendapatan dan jumlah pengrajin/produsen di Sentra UKM boneka paris van java di Bandung dan berdampak pada kinerja UKM secara keseluruhan.

3. Menetapkan rumusan masalah. Merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya dengan pengumpulan data. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Seberapa besar Pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung baik secara simultan maupun parsial.
4. Menetapkan tujuan penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui dan menganalisis kompetensi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori. Penulis menetapkan hipotesis dalam penelitian ini ialah: Kompetensi wirausaha dalam *tehnical competence* cukup baik pada Sentra UKM boneka paris van java. Orientasi pasar dalam hal kemampuan merespon cukup baik pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Kinerja bisnis dalam hal kepuasan pelanggan terhadap produk perusahaan cukup baik pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.
6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini konsep kompetensi wirausaha mengacu pada pendapat Suryana (2006:91), konsep orientasi pasar mengacu pendapat Ali Hasan (2008:17) sedangkangkan konsep kinerja bisnis mengacu pada pada pendapat dalam jurnal penelitian Wayan Gede Suparta (2009:77).

7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Teknik *nonprobability* sampling yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *sample random sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, wawancara, studi literature, dan dokumentasi.
8. Melakukan analisis data. Analisis data dalam penelitian ini ialah menggunakan (Regresi Berganda).
9. Melaporkan pelaporan hasil penelitian. Akan disajikan dalam tabel 3.1 dibawah.

Sebagaimana yang telah dijelaskan diatas, bahwa penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Untuk penelitian yang bersifat deskriptif maka metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan survei, sementara data yang bersifat verifikatif maka menggunakan metode *explanatory survey*.

10. Dibawah ini adalah desain penelitian "Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung".

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	**Metode yang Digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
Tujuan-1	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Manajer/Pengusaha di Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung	*Cross Sectional*
Tujuan-2	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Manajer/Pengusaha di Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung	*Cross Sectional*

Tujuan-3	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Manajer/Pengusaha di Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung	*Cross Sectional*
Tujuan-4	*Descriptive dan Verificatif*	*Descriptive dan Explanatory Survey*	Manajer/Pengusaha di Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung	*Cross Sectional*

Sumber : Umi Narimawati (2008:33)

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Jonathan Sarwono (2006:67), mengemukakan bahwa:

Variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari hubungannya antara satu variabel dengan lainnya dan pengukurannya.

Menurut Nur Indriantoro & Bambang Supomo (2002:69), mengemukakan bahwa penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definsi operasional menjelaskan cara tertentu dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalisasikan *construct,* sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar.

Sesuai dengan judul yang diambil penulis yaitu; “Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung”, maka variabel dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Variabel independent (X1) dalam penelitian ini adalah Kompetensi wirausaha.
2. Variabel independent (X2) dalam penelitian ini adalah Orientasi pasar.
3. Variabel dependent (Y) daam penelitian ini adalah Kinerja bisnis.

Adapun definisi operasionalisasi masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kompetensi Kewirausahaan (Variabel X1)	Kompetensi diartikan sebagai karakteristik dasar personal yang menjadi faktor penentu sukses atau tidaknya seseorang dalam mengerjakan suatu pekerjaan atau pada situasi tertentu. Moeheriono (2009:4)	***Technical Competence*** - Kemampuan teknik produksi - Kemampuan desain produk sesuai keinginan konsumen ***Markeing Competence*** - Kemampuan menemukan pasar yang cocok - Kemampuan mengetahui keinginan pelanggan - Kemampuan menjaga kelangsungan hidup perusahaan	- Tingkat kemampuan produksi - Tingkat desain produksi - Tingkat menemukan pasar - Tingkat keinginan pelanggan - Tingkat kelangsungan hidup perusahaan	Ordinal

		Financial Competence - Kemempuan pencatatan pembelian - Kemampuan dalam pencatatan penjualan produk hasil - Perhitungan laba/rugi ***Human Relation Competence*** - Kemampuan berelasi/menjalin kerjasama dengan pihak lain	- Tingkat pencatatan pembelian - Tingkat pencatatan penjualan produk - Tingkat Pencatatan laba/rugi - Tingkat kemampuan berelasi dengan pihak lain	Ordinal
Orientasi Pasar (Variabel X2)	Orientasi pasar *(Market Orientation= MO)* merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran. Fandy Dkk. (2008:85)	**Intelejensi pasar/informasi pemasaran** - Kemampuan mencari informasi - Kemampuan informasi pasar yang luas - Kemampuan membuat perubahan **Pendistribusian/ Penyebaran informasi** - Sistem informasi - Pertukaran	- Tingkat kemampuan mencari informasi - Tingkat keluasan informasi - Tingkat kemampuan informasi - Tingkat kelayakan informasi - Tingkat	

		informasi - Cermat memperhatikan pesaing **Kemampuan merespon** - Keinginan pelanggan - Kepuasan pelanggan - Produk mempunyai nilai lebih di mata pelanggan - Kepuasan pelanggan terhadap produk - Perubahan pasar	kemampuan informasi - Tingkat kecermatan bersaing - Tingkat kesesuaian pelanggan - Tingkat kesesuaian pelanggan - Tingkat kesesuaian dimata pelanggan - Tingkat kesesuaian produk - Tingkat kemampuan merespon pasar	Ordinal
Kinerja Bisnis (Variabel Y)	Kinerja bisnis sebagai hasil-hasil fungsi pekerjaan / kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode waktu tertentu.	**Perubahan Volume Penjualan** - Volume penjualan **Pangsa Pasar** - Pesaing yang luas **Keuntungan** - Keuntungan yang stabil	- Tingkat volume penjualan - Tingkat keluasan pangsa pasar - Tingkat keuntungan	

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder)

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder.

1. Data Primer

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari objek yang dilakukan pada para manajer / pemilik perusahaan di Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Jenis data yang dikumpulkan yaitu data primer dan data sekunder.

"Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpul data". (Sugiyono 2009:137).

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:171) data primer merupakan "Sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli tidak melalui perantara". Sumber penelitian primer diperoleh para peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individu mauapun kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau keiatan, dan hasil pengujian. Yang digunakan dalam pengumpulan data primer yaitu: metode survei (wawancara dan kuesioner)".

Data primer dalam penelitian dari variabel "Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis". diperoleh dari survey lapangan (wawancara).

Dalam hal ini data dari manajer / pemilik perusahaan yang merupakan sampel. Selain itu penelitian ini juga mengambil sumber pustaka dari buku-buku yang berkaitan dengan teori dan konsep yang sesuai dengan variabel yang diteliti.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono, (2012:193) adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini berfungsi sebagai pelangkap data primer. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan mauapun tidak dipublikasikan (Sangadji dan Sopiah, 2010:172).

Sementara untuk data sekunder diambil dari perpustakaan dan penelitian terdahulu. “Data Sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data”. (Sugiyono 2009:137).

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data (Penentuan Sampel Minimal)

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penyusunan penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui:

1. Populasi

Pengertian populasi menurut pendapat Sugiyono (2012:80) adalah: “Wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Menurut Uma Sekaran (2006:121) “populasi *(population)* mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi”.

Maka dengan jumlah ukuran populasi Sentra UKM Industri Boneka Paris Van Java di Bandung adalah 264 orang (sumber wawancara pada tanggal 28 Januari 2013 dengan Koordinator UPT Perindustrian Kota Bandung, Irfan).

2. Sampel

Menurut Sugiono (2012:81) sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Tidak terdapat batasan tertentu mengenai berapa besar sampel yang diambil dari populasi, karena absah tidaknya sampel bukan terletak pada besar atau banyaknya sampel yang diambil tetapi terletak pada sifat atau karekteristik sampel apakah mendekati populasi atau tidak.

Adapun teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *probability sampling* dengan *simple random sampling*.

Sugiyono (2012:82) “berpendapat bahwa Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”. Sedangkan *Simple random sampling* (sampel acak sederhana) yaitu “teknik pengambilan data yang paling *simple* (sederhana) karena pengambilan angota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhaikan strata yang ada pada populasi itu”.
Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel (n) menggunakan rumus sebagai berikut:

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

$$= \frac{264}{1+ (264x0,1^2)} = 72,52$$

$$n = 72,52 \approx 73$$

Keterangan :
n = Jumlah Sampel Minimal
N = Jumlah populasi
e = Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang ditelorir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini sebesar 10 %)

Dari hasil perhitungan diatas dengan tingkat kesalahan 10%. Namun demikian, agar ukuran sample yang diperlukan lebih representive maka ukuran sampel minimum 72,52 dalam penelitian ini menjadi 73 pengusaha.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data (Observasi, Kuesioner, Wawancara, Dokumentasi)

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Studi Lapangan / *Field Reseach*, yaitu suatu studi pengumpulan data yang bertujuan untuk memperoleh informasi data dari objek lapangan. Antara lain:
   a. *Observasi* (pengamatan langsung), yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengamati kegiatan perusahaan atau organisasi yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.
   b. Kuesioner, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan

kepada responden terutama yang berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti.

c. Wawancara, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulan data melalui tanya jawab secar langsung dengan semua pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti untuk memperoleh data yang diperlukan.

d. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data sekunder (yang dilakukan dengan mencatat dokumen-dokumen yang berhubungan dengan variabel penelitian). Penelitian dilakukan dengan mencari dan mengumpulan data yang diperlukan dari berbagai buku, jurnal, catatan-catatan, gambar-gambar dan literatur yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini. Adapun tujuan dari metodologi ini adalah untuk deskripsi, gambaran secara sistematis akurat, faktual mengenai hal-hal yang diteliti.

2. Studi kepustakaan *(Library Reseach)*, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari bahan-bahan yang terdapat dalam buku, majalah, internet, dan berbagai sumber lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara dan kuesioner sebagai data penelitian. Sebelum kuesioner atau instrumen penelitian disebarkan kepada responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya alat ukur yang

digunakan, sedangkan pengujian reliabilitas untuk menunjukan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya.

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2009:173) tentang validitas adalah :

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, jadi suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Digunakan untuk menguji adalah rumus korelasi produk momen yang dikemukakan oleh pearson sebagai berikut :

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

Sumber : Arikunto (2010:213)

Keterangan:

r = koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal

$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor Y

N = banyaknya responden

Sedangkan untuk mengetahui keberartian r (koefisien korelasi person) dilakukan uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \mathrm{r}\,\frac{\sqrt{(\mathrm{n}-2)}}{\sqrt{1-r^2}} : db = n-2$$

Sumber :Sugiyono (2012: 184)

Dimana:

n = urutan sampel

r = koefisien korelasi person

Dengan taraf signifikan 5%, maka:

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan dk= n-2 dan taraf signifikansi α=0,05
2. Item instrumen dikatan valid jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{tabel.}$ maka item dapat digunakan.
3. Item instrumen dikatan valid jika t_{hitung} kurang dari $t_{tabel.}$ Maka item dapat tidak dapat digunakan.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 18 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 18 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner benar-benar dapat menjalankan fungsinya. Seperti telah dijelaskan pada metodologi penelitian bahwa untuk menguji valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui

nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor totalnya. Apabila koefisien korelasi butir pernyataan dengan skor total item lainnya ≥ 0,30 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan korelasi *product moment* (indeks validitas) diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut:

1) Hasil Uji Validitas Kuesioner Kompetensi Kewirausahaan

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Kuesioner Kompetensi Kewirausahaan

Butir Pertanyaan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 1	0,536	0,30	Valid
Item 2	0,499	0,30	Valid
Item 3	0,681	0,30	Valid
Item 4	0,654	0,30	Valid
Item 5	0,569	0,30	Valid
Item 6	0,615	0,30	Valid
Item 7	0,574	0,30	Valid
Item 8	0,648	0,30	Valid
Item 9	0,711	0,30	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Dari tabel 4.6 di atas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi (indeks validitas) dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai kritis 0.30. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk variabel kompetensi kewirausahaan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

2) Hasil Uji Validitas Kuesioner Orientasi Pasar

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Kuesioner Orientasi Pasar

Butir Pertanyaan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 10	0,622	0,30	Valid
Item 11	0,778	0,30	Valid
Item 12	0,688	0,30	Valid
Item 13	0,685	0,30	Valid
Item 14	0,396	0,30	Valid
Item 15	0,424	0,30	Valid
Item 16	0,491	0,30	Valid
Item 17	0,418	0,30	Valid
Item 18	0,463	0,30	Valid
Item 19	0,842	0,30	Valid
Item 20	0,523	0,30	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Dari tabel 4.7 di atas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi (indeks validitas) dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai kritis 0.30. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk variabel orientasi pasar valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

3) Hasil Uji Validitas Kuesioner Kinerja Bisnis

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Kuesioner Kinerja Bisnis

Butir Pertanyaan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 21	0,661	0,30	Valid
Item 22	0,705	0,30	Valid
Item 23	0,599	0,30	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Dari tabel 4.8 di atas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi (indeks validitas) dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai kritis 0.30. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk variabel kinerja bisnis valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Suharsimi Arikuntoro (2012:221) reliabiltas adalah: sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data kerena instrumen tersebut sudah baik.

Berdasarkan definisi diatas, maka relibilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Suatu alat disebut reliabel apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek sama sekali diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah.

Dalam hal ini relatif sama berarti tetap adanya toleransi perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil beberapa kali pengukuran. Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten. Pada penelitian ini reliabilitas dicari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala

rating 1 sampai dengan 5. Rumus *alpha* atau *cronbach's alpha* ($^{\alpha)}$ sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right]$$

(Suharsimi Arikuntoro, 2012:223)

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

6_t^2 = varian total

$\sum \sigma_b^2$= jumlah varian butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir yang kemidian dijumlahkan ($\sum \sigma^2$) sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

(Suharsimi Arikuntoro, 2012:227)

Dimana:

n = jumlah sampel

σ= nilai varian

X= nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

3. Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsmi Arikunto (2009:164) dapat dilihat pada Tabel 3.8 sebagai berikut :

Tabel 3.6
Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sumber : Suharsimi Arikunto (2012: 164)

Selain valid, alat ukur juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulangkali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0.70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (reliabel). Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan metode *Cronbach's-Alpha* diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

1) Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Kompetensi Kewirausahaan

Tabel 3.7

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Kompetensi Kewirausahaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	9

Dari tabel 4.9 di atas terlihat bahwa nilai reliabilitas kuesioner kompetensi kewirausahaan sebesar 0,873 (*Cronbach's-Alpha*) dan lebih besar dari nilai kritis 0.70. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan yang digunakan sudah reliabel sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel kompetensi kewirausahaan sudah memberikan hasil yang konsisten.

2) Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Orientasi Pasar

Tabel 3.8

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Orientasi Pasar

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	11

Dari tabel 4.10 di atas terlihat bahwa nilai reliabilitas kuesioner orientasi pasar sebesar 0,872 (*Cronbach's-Alpha*) dan lebih besar dari nilai kritis 0.70. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan yang digunakan

sudah reliabel sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel orientasi pasar sudah memberikan hasil yang konsisten.

3) Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Kinerja Bisnis

Tabel 3.9

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Kinerja Bisnis

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.807	3

Dari tabel 4.11 di atas terlihat bahwa nilai reliabilitas kuesioner kinerja bisnis sebesar 0,807 (*Cronbach's-Alpha*) dan lebih besar dari nilai kritis 0.70. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan yang digunakan sudah reliabel sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel kinerja bisnis sudah memberikan hasil yang konsisten.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

Agar penulis dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya maka harus dilakukan tahapan analisis dan pengujian hipotesis. Untuk melakukan sebuah analisis data dan pengujian hipotesis, terlebih dahulu penulis akan menentukan metode apa yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dan merancang metode untuk menguji sebuah hipotesis.

3.2.5.1 Rancangan Analisis

3.2.5.1.1 Analisis Kualitatif (Deskriptif)

Analisis ini menggambarkan skor aktual yaitu jawaban seluruh responden atau kuesioner yang telah diajukan. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Menurut Sugiyono (2012:7) analisis kualitatif adalah sebagai berikut: "Metode penelitian kualitatif itu dilakukan secara intensif, peneliti ikut berpartisipasi lama dilapangan, mencatat secara hati-hati apa yang terjadi, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan dilapangan, dan membuat laporan penelitian secara mendetail."

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan analisis kualitatif sebagaimana yang dikemukana oleh Umi Narimawati (2011:45) adalah sebagai berikut :

1. Setiap indikator atau sub variabel yang dinilai oleh responden diklasifikasikan ke dalam 5 alternatif jawaban dengan menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban. Peringkat jawaban setiap indikator diberi skor antara 1 sampai dengan 5.

2. Dihitung total skor setiap indikator atau sub variabel = jumlah skor dari seluruh skor indikator variabel untuk semua responden.

3. Dihitung skor setiap variabel atau sub variabel = rata-rata dari total skor.

4. Untuk mendeskripsikan jawaban responden juga digunakan statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan ditampilkan dalam bentuk tabel ataupun grafik dengan menggunakan bantuan *software excel* dan *SPSS.*

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

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

Dimana :
Rs = Rentang skor
n = Jumlah responden
m = Jumlah alternative jawaban tiap item

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 dikali dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden. Apabila digambarkan dengan rumus, maka akan tampak seperti di bawah ini:

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

Sumber : Umi Narimawati (2008:45-46)

Keterangan:

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

Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pernyataan positif adalah sebagai berikut :

Tabel 3.10
Tabel Skor

NO	Keterangan	Skor	Kriteria
1	Sangat Setuju	5	Tidak Baik
2	Setuju	4	Kurang Baik
3	Kadang-Kadang	3	Baik
4	Tidak Setuju	2	Cukup
5	Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Baik

Sumber : Riduwan (2010)

Sedangkan untuk kriteria tingkat kategori secara umum dapat diketahui dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan interval skor :

   % terendah = 20%

   % tertinggi = 100%

2. Jarak = 100% - 20% = 80%
3. Penentuan Kriteria = 2 kriteria
4. Interval kriteria = 100% :2 = 40%

Untuk melakukan penilaian atas jawaban responden, maka dibutuhkan tabel kriteria kategori skor persentase tanggapan responden sebagai berikut:

Tabel 3.11
Kategori Skor

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	Sangat Rendah / Sangat Sempit
2	36.01% - 52.00%	Rendah / Sempit
3	52.01% - 68.00%	Cukup Tinggi / Cukup Luas
4	68.01% - 84.00%	Tinggi / Luas
5	84.01% - 100%	Sangat Tinggi / Sangat Luas

3.2.5.1.2 Analisis Kuantitatif (Verifikatif)

Menurut Sugiyono (2012:8) analisis kuantitatif adalah 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.

Untuk menganalisis verifikatif digunakan skala Likert, dengan memberikan nilai 5-4-3-2-1 untuk jenis pertanyaan positif dikuesioner. Penilaian terhadap skor yang didapat dihitung dengan cara:

a. Mengolah data dan menghitung frekuensi dan persentasinya.
b. Persentasi yang didapat merupakan indikator pasangan variabel X,Y,Z.
c. Menentukan bobot dari masing-masing alternatif.

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 "***Method of Successive Interval"*** Hays dalam Riduwan & Kuncoro (2007:30), dengan rumus sebagai berikut:

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

a. Mengambil data ordinal hasil kuesioner.

b. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk dihitung 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 setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.

e. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method of Successive Interval* interval.

$$\text{Means of Interval} = \frac{\text{(Density at Lower limit)} - \text{(Density at Upper Limit)}}{\text{(Area at Below Density Upper Limit)} - \text{(Area at Below Lower)}}$$

Dimana:

Mean 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 :

Nilai transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala minimum + 1

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis, dalam hal ini adalah para pengusaha pada sentra UKM boneka paris van java di bandung digunakan analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

2. Pengujian Asumsi Klasik

Penggunaan model regresi berganda dalam menguji hipotesis haruslah menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik. Dalam penelitian ini asumsi klasik yang dianggap penting adalah tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen, tidak terjadi heteroskedastisitas atau varian variabel pengganggu yang konstan (homoskedastisitas) dan tidak terjadi autokorelasi antar residual setiap variabel independen. Pengujian asumsi klasik yang digunakan meliputi :

a) Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi mempunyai distribusi normal ataukah 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.

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

- Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal.
- Jika probabilitas < 0,05 maka 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 disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Selain itu uji normalitas digunakan untuk mengetahui 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 Multikolinearitas

Uji Multikoliniearitas ini bertujuan menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya antar variabel independen tidak terjadi korelasi. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF).

$$VIF = \frac{1}{1 - R_i^2}$$

Dimana R_i^2 adalah koefisien determinasi yang diperoleh dengan meregresikan salah satu variabel bebas Xi terhadap variabel bebas lainnya. Jika nilai VIF nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas (Gujarati, 2003 : 363).

c) Uji Heteroskedastisitas

Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien-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 independen terhadap nilai absolut dari residual (Gujarati, 2003: 406). 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).

3. Analisis Regresi Berganda

Menurut Asep Suryana natawiria dan Riduwan (2010:88) analisis regresi berganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana, kegunaannya

yaitu unutk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel 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 regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b1X1+b2X2+\ldots+bnXn$$

Keterangan :

Y = variabel terikat

α = konstanta, merupakan nilai terikat yang dalam hal ini adalah Y pada saat variabel bebasnya adalah 0 (X1, X2 = 0)

b1= koefisien regresi berganda antara variabel bebas X1 terhadap variabel terikat Y, apabila variabel bebas X2 diangap konstan.

b2 = koefisien regresi berganda antara variabel bebas X2 terhadap variabel terikat Y, apabila variabel bebas X1 diangap konstan.

X = variabel independen, yang terdiri dari kompetensi wirausaha (X1), dan orientasi pasar (X2).

4. Analisa Korelasi *(Pearson)*

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

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

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 :

Dimana: $-1 \leq r \leq +1$
r = koefisien korelasi
x = kompetensi wirausaha, orientasi pasar
y = kinerja bisnis
n = jumlah responden

Untuk melihat tingkat ke-eratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.5 dibawah ini :

Tabel 3.12
Tingkat Keeratan Korelasi

Interval	Tingkat Keeratan
0 – 0.20	Sangat Rendah (Hampir Tidak Ada)_
0.21 – 0.40	Korelasi Lemah
0.41 – 0.60	Korelasi Sedang
0.61 – 0.80	Cukup Tinggi
0.81 - 1	Korelasi Tinggi

Sumber : Sugiyono (2012:184)

5. Analisa Koefisien Determinsai

Besarnya peranan semua variabel bebas ditunjukan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilai determinasi maka semakin besar menunjukan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil perhitungan dapat dilihat dengan menggunakan media / alat bantu SPSS atau secara manual (R2 = SS reg / SStot) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \text{ x } 100\%$$

Dimana:
d = Koefisien determinasi
r = Koefisien Korelasi
100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

Tabel 3.13
Kreteria Hubungan Antar Variabel

Interval	Tingkat pengaruh
0 % - 19,9 %	Sangat rendah
20% - 39,9%	Rendah
40% - 59,9%	Sedang
60% - 79,9%	Kuat
80% - 100%	Sangat kuat.

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis ini dinilai dengan penetapan hipotesis nol dan hipotesis alternatif, penelitian uji statistik penghitungan nilai uji statistik, perhitungan hipotesis, penetapan tingkat signifikan dan penarikan kesimpulan.

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan hipotesis alternatif (H_a) menunjukan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Rancangan pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel (X) yaitu kompetensi kewirausahaan (X1) dan Orientasi pasar (X2) terhadap kinerja bisnis (Y), dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Pengujian Secara Simultan/Bersama-Sama.

Melakukan pengujian simultan 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 Regresi = Koefisien korelasi berganda
K = Jumlah variabel bebas
N = jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secra bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F-kritis dengan nilai F-test yang terdaat pada tabel analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan microsoft. Jika nilai Fhitung > Fkritis, maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (ekuitas merek dan nilai pelanggan) tidak dapat dijelaskan perubahan nilai variabel terikat (loyalitas pelanggan) ditolak dan sebaliknya (Sugiyono, 2012:257).

b. Hipotesis Utama

Untuk menguji apakah variabel kompetensi kewirausahaan dan orientasi pasar secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis, maka dilakukan pengujian hipotesis simultan sebagai berikut:

H_0 ; $\rho = 0$, secara simultan kompetensi kewirausahaan dan orientasi pasar

tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM boneka paris van java di Bandung

H_1 ; $\rho \neq 0$, secara simultan kompetensi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM boneka paris van java di Bandung.

c. Kriteria pengujian

Jika terdapat nilai koefisien jalur variabel independen tidak sama dengan nol, maka Ho ditolak dan sebaliknya apabila semua koefisien jalur sama dengan nol, maka Ho diterima.

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

2. Pengujian Secara Parsial

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

a. Rumus uji t

Rumus uji t yang telah digunakan adalah:

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

sumber: sudjana, (1996: 377)

Hasilnya dibandingkan dengantabel t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikan 5%.

b. Hipotesis

H_{01} ; $\rho_1 = 0$, kompetensi wirausaha tidak berpengaruh terhadap orientasi pasar pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.

H_{11} ; $\rho_1 \neq 0$, kompetensi wirausaha berpengaruh terhadap orientasi pasar pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung..

H_{02} ; $\rho_2 = 0$, orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.

H_{12} ; $\rho_2 \neq 0$, orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.

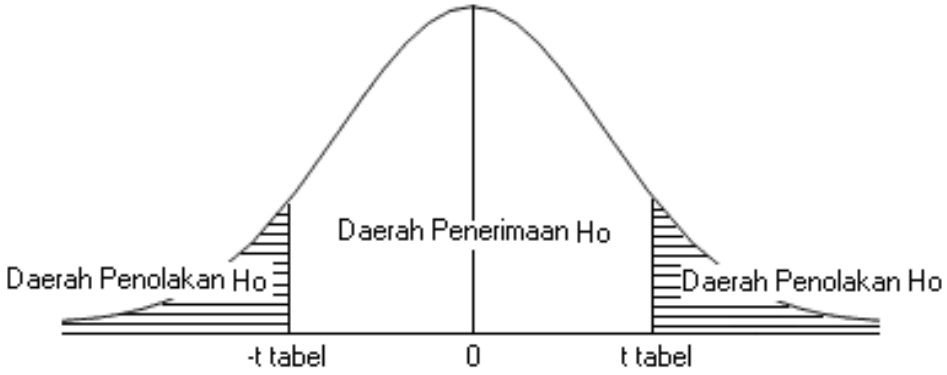
c. Kriteria pengujian

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

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

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{abel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti H_a diterima artinya antara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
b. Jika $t_{hitung} \leq t_{abel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti H_a ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

3. Menggambar Daerah Penerimaan dan Penolakan



Sumber : Suharsimi Arikuntoro (2012:161)

Gambar 3.1
Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

3.2.5.3 Penarikan Kesimpulan

Daerah yang diarsir merupakan daerah penolakan, dan berlaku sebaliknya. Jika t_{hitung} dan F_{hitung} jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka Ho ditolak (diterima) dan Ha diterima (ditolak). Artinya koefisian regresi signifikan (tidak signifikan).

Kesimpulannya, kompetensi wirausaha dan orientasi pasar berpengaruh (tidak berpengaruh) terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Tingkat signifikannya yaitu 5 % (α = 0,05), artinya jika hipotesis nol ditolak (diterima) dengan taraf kepercayaan 95 %, maka kemungkinan bahwa hasil dari penarikan kesimpulan mempunyai kebenaran 95 % dan hal ini menunjukan adanya (tidak adanya) pengaruh yang meyakinkan (signifikan) antara dua variabel tersebut.