BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil judul penelitian yaitu, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada CV. Amanda Brownies Cabang Ir. H. Djuanda Kota Bandung. Adapun pengertian dari objek penelitian adalah sebagai berikut: Menurut Sugiyono (2009:38) mengemukakan bahwa :

> Objek penelitian merupakan suatu atribut atau nilai atau dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.

Pengertian objek penelitian secara umum merupakan permasalahan yang dijadikan topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan penelitian. Penentuan objek penelitian sangatlah penting dikarenakan untuk menunjang kegiatan selama penelitian, sehingga hal-hal yang diperlukan dalam penelitian akan mudah dicapai. Menurut Suharsimi Arikunto (2009:29) menyatakan bahwa :

> "Objek penelitian adalah variabel penelitian, yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian."

Sedangkan benda, hal, atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat dan yang dipermasalahkan disebut objek (Suharsimi Arikunto, 2000:116).

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa objek penelitian merupakan sasaran yang ingin dicapai oleh peneliti untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal. Peneliti mengambil

lokasi untuk melakukan penelitian adalah pada CV. Amanda Brownies Cabang Ir. H. Djuanda Kota Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk menganalisis data. Pengertian dari Metode Penelitian adalah sebagai berikut: Sugiyono (2006:1) mengemukakan bahwa :

> "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu."

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti perlu menetapkan metode penelitian yang akan dipakai agar mempermudah langkah-langkah penelitian sehingga masalah dapat diselesaikan. Metode yang dipilih berhubungan erat dengan prosedur, alat, serta desain, penelitian yang digunakan (Mohammad Nazir, 2003:44).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Metode Penelitian merupakan cara pemecahan masalah penelitian yang dilaksanakan secara terencana dan cermat dengan maksud mendapatkan fakta dan kesimpulan agar dapat memahami, menjelaskan, meramalkan, dan mengendalikan keadaan. Metode penelitian ini juga merupakan cara kerja untuk memahami dan mendalami objek yang menjadi sasaran. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2008:147) menyatakn bahwa Metode Analisis Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang

telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umuum atau generalisasi.

Sedangkan jenis penelitian verifikatif menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data dari lapangan. Menurut Masyhuri (2008:45) adalah memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan.

Menrut Sugiyono (2010:B) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sample filsafat positivise, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Berdsarkan konsep diatas, maka dapat disimpulkan bahwa metode deskriptif dan verfikatif dengan pendekatan kuantitatif merupakan metode yang bertujuan menggambarkan benar tidaknya fakta-fakta yang ada serta menjelasskan tentang hubungan antar variable yang diselidiki dengan cara mengumpulkan data, mengolah, analisis dan menginterpretasi data dalam penelitian ini, metode deskriptif digunakan untuk menguji lebih dalam pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada CV. Amanda Brownies Cabang Ir. H. Djuanda Kota Bandung serta menguji teori dengan pengujian suatu hipotessis apakah diterima atau ditolak.

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian sangat diperlukan perencanaan dan perancangan dalam penelitian, agar penelitian dapat berjalan dengan lancar, baik dan sistematis sehingga pertanyaan yang ada dapat dijawab. M. Iqbal Hasan (2002:31) mengemukakan bahwa Desain Penelitian adalah keseluruhan proses yang diperlukan dalam perencanaaan dan pelaksanaan penelitian.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan peneitian mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Peneliti

Menurut Sugiyono (2009:38), variable penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

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

Operasional variabel merupakan proses penguraian variabel penelitian ke dalam subvariabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasionalisasi dilakukan bila dasar konsep dan indikator

masing-masing variabel sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis faktor.

Dalam penelitian variabel-variabel yang diteliti yaitu :

a. Variabel Terikat

Suatu perusahaan dalam mencapai tujuan ditetapkan harus melalui sarana organisasi yang terdiri dari sumber daya yang berperan aktif dalam mencapai tujuan perusahaan yang bersangkutan. Kinerja perorangan mempunyai hubungan yang erat dengan kinerja lembaga atau perusahaan. Menurut Mangkunegara (2001: 67) kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

b. Variabel tidak bebas /*Dependent*

Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi Kualitas Pelayanan (X1), Inovasi Produk (X2), Definisi operasional masing-masing variabel tersebut adalah sebagai berikut :

1) Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut Deming dalam Yamit (2001: 7), kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Crosby dalam Yamit (2001:7), mempersepsikan kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Menurut Juran dalam Yamit (2001:7) mendefinisikan mutu sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2000: 53) ada dua faktor utama yang

mempengaruhi kualitas jasa: jasa yang diharapkan (*Expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*Perceived service*).

Menurut Parasuraman, dalam Rambat Lupiyoadi (2001:148-149) disimpulkan bahwa terdapat 5 dimensi SERVQUAL dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Diantaranya adalah:

a. Tangible, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
b. Reliability, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
c. Responsiveness, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dantepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.

d. Assurance, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence), dan sopan santun (courtesy).
e. Empathy, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. (Rambat Lupiyoadi:2001:148-149)

2) Inovasi Produk (X2)

Cooper (2000 p. 38) menyatakan bahwa keunggulan produk baru sangat penting dalam lingkaran pasar global yang sangat bersaing. Keunggulan tersebut tidak lepas dari pengembangan produk inovasi yang dihasilkan sehingga akan mempunyai keunggulan dipasar yang selanjutnya akan menang dalam persaingan. Wahyono (2002, p. 28-29) menjelaskan bahwa inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan dasar yang pada gilirannya akan mengarah pada terciptanya keunggulan kompetitif. Menurut Myers dan Maruis Inovasi Produk adalah Gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain (Philip Kotler, 2002). Jadi inovasi bukanlah sebuah konsep dari suatu ide baru, penemuan atau juga bukan

merukapan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja tetapi inovasi merupakan gabungan dari semua proses-proses tersebut.

Lukas dan Ferrell (2000, p.240) menjelaskan adanya beberapa indikator dari inovasi produk, yaitu:

1. Perluasan lini (*line extensions*) yaitu produk yang dihasilkan perusahaan tidaklah benar-benar baru tetapi relatif baru untuk sebuah pasar.
2. Produk baru (*me too – product*) yaitu produk baru bagi perusahaan tetapi tidak baru bagi pasar.
3. Produk benar – benar baru (*new – to – the – world - product*) adalah produk yang termasuk baru baik bagi perusahaan maupun pasar.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel / Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan (X1) 5 dimensi SERVQUAL Lupiyoadi (2001:148-149) **Jurnal Ekonomi & Pendidikan, Volume 5 Nomor 1, April 2008**	Kehandalan	Memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan	Ordinal
		Ketepatan waktu sesuai dengan harapan pelanggan	
		Bersikap baik tanpa membeda-bedakan pelanggan	
		Mempunyai rasa simpatik	
	Jaminan	Pengetahuan	Ordinal
		Kesopan santunan	
		Mampu	

		menumbuhkan rasa percaya dari pelanggan	
	Daya Tanggap	Responsive	Ordinal
		Penyampaian informasi yang jelas	
	Empati	Memahami keinginan konsumen	Ordinal
		Menghetahui kebutuhan pelanggan secara spesifik	
		Memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan	
	Bukti Langsung	Menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal	Ordinal
		Fasilitas fisik gedung	
		Penampilan pegawai	
Inovasi Produk (X2) Lukas dan Ferrell (2000, p.240) menjelaskan adanya beberapa indikator dari inovasi produk, yaitu: 1. Perluasan lini 2. Produk baru 3. Produk benar-benar baru <	Perluasan lini	Relative baru dipasaran	Ordinal
		Produk tidak terlalu baru dipasaran	
	Produk Baru	Produk baru perusahaan	Ordinal
		Produk sudah ada dipasaran	
	Produk benar-benar baru	Keberadaan produk di perusahaan maupun dipasaran	Ordinal

Jumal Studi Manajemen B.Organisasi **Vol. 2 No. 1 Januari 2005**		Belum ada yang menjual	
Keunggulan Bersaing (Y) Pengukuran (Purnama dan Setiawan, 2003) 3 Indikator keunggulan bersaing **Tesis Reza Adhi Nugroho (C2A004099)** **Dra, Retno Hidayati, MM**	Produk unggul atau keunikan produk	Lebih menarik	Ordinal
		Produk lebih unggul dari pesaing	
		Desain yang berbeda	
	Rekomendasi produk	Cita rasa produk	Ordinal
		Harga yang bersaing	
		Bentuk produk	
	Teknologi yang bersaing	Lokasi pabrik	Ordinal
		Kapasitas	
		Jenis peralatan	

Sumber: Lupiyoadi (2001:148-149), Lukas dan Ferrell (2000, p.240), Purnama dan Setiawan, (2003)

3.2.3 Sumber dan Teknik Penetuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu dalam bentuk angka-angka yang menunjukan nilai besaran atau variabel yang mewakilinya. Jenis data yang digunakan adalah :

1) Data Primer

Merupakan data yang diperoleh dari objek yang kita teliti secara langsung. Dalam penelitian ini, data primer didapat langsung dari responden dengan cara

menyebarkan kuesioner kepada konsumen CV. Amanda Brownies Cabang Ir. H. Djuanda Kota Bandung.

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari luar objek yang diteliti, akan tetapi memiliki hubungan dengan data yang telah dikumpulkan baik secara langsung maupun secara tidak lagsung. Data sekunder dilakukan oleh peneliti untuk memberikan gambaran tambahan, gambaran pelengkap ataupun untuk diproses lebih lanjut. Data sekunder didapat dari CV. Amanda Brownies Cabang Ir. H. Djuanda Kota Bandung, literatur, situs internet, buku-buku yang berkaitan erat dengan masalah yang sedang diteliti.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

3.2.3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2009: 80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam suatu survei tidak perlu meneliti semua individu karena akan memerlukan waktu, tenaga, dan biaya yang besar. Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen CV. Amanda Brownies Cabang Ir. H. Djuanda Kota Bandung, tercatat berjumlah 80 orang. Dalam periode Januari 2012 – Februari 2013.

3.2.3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari suatu populasi. Agar sampel yang diambil representative atau mewakili populasi maka pengambilan sampel harus tepat. Menurut sugiyono (2007:73) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah karakteistik yang dimiliki populasi tersebut. Metode penarikan sampel yang digunakan mengacu pada pendekatan metode random sampling, Berdasarkan hasil sampel yang diteliti maka jumlah sampel yang diambil adalah 80 konsumen.

1. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini menggunakan Non Probability Sampling. Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2003:77). Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah Convenience Sampling atau Accidental Sampling. Convienence Sampling adalah peniliti memiliki kebebasan memilih responden yang ditemui untuk diteliti (Umar, 2000 : 63), Menurut Sugiyono (2003:77) menyatakan bahwa Accidental Sampling adalah teknik penentuan sample berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel , agar dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data penelitian. Data diperlukan untuk menjawab masalah penelitian atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

1) Metode Pengamatan Langsung (Observasi)

Pengamatan langsung, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara pencarian dan pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung.

2) Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada responden guna mendapatkan data dan keterangan yang menunjang dalam penelitian.

3) Kuesioner

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada responden agar responden tersebut memberikan jawabannya. Pertanyaan kepada beberapa konsumen CV. Amanda Brownies Cabang Ir. H. Djuanda Kota Bandung disela-sela ketika sedang berbelanja atau menunggu antrian.

Kesungguuhan responden dalam menjawab pertanyaan atau pernyataan merupakan hal yang penting mengingat pengumpulan data ini dilakukan dengan kuesioner dan diharapkan data yang diperoleh dapat dianalisis dan diinterpretasikan untuk diambil kesimpulan. Kerangka kuesioner pada penelitian ini dibagi kedalam dua bagian yaitu :

1. Bagian yang memuat keterangan mengenai identitas peneliti, tujuan penelitian, serta pembuka kuesioner
2. Bagian yang memuat pertanyaan dan pernyataan mengenai identitas responden seperti umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan lain-lain.

Pengukuran variable dilakukan dengan skala Likert yang meggunakan metode *scoring* sebagai berikut :

STS	TS	Ragu-Ragu	S	SS
1	2	3	4	5

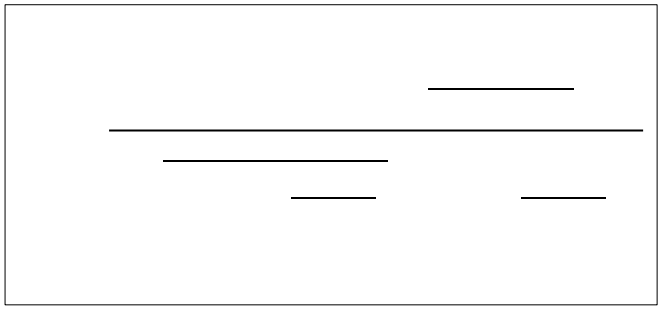
Angka 1 menunjukkan bahwa responden tidak mendukung terhadap pertanyaan yang diberikan. Sedangakan angka 5 menunjukkan bahwa responden mendukung terhadap pertanyaan yang diberikan.

3.2.4.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukan sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya (Umar, 2002:179). Sedangkan Menurut sugiyono (2012:361) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Jadi suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden terpilih maka harus diadakan uji validitas terlebih dahulu pada pada butir-butir yang benar-benar mengukur apa yang diukur. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi validitas suatu alat ukur maka alat ukur tersebut semakin mengenai pada sasarannya, atau semakin menunjukan apa yang seharusnya diukur.

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



Keterangan :

r = Koefisien korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

ΣX = Jumlah skor dalam distribusi X

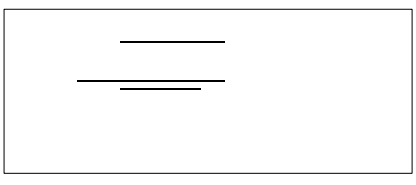
ΣY = Jumlah skor dalam distribusi Y

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Jika r hitung > r tabel, maka pernyataan dinyatakan valid

Jika r hitung < r tabel, maka pernyataan dinyatakan tidak valid

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



Dimana :

n = Ukuran sampel

r = Koefisien korelasi pearson

keputusan pengujian validitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan dengan 5% satu sisi adalah :

1. Item instrument dikatakan valid jika t hitung lebih dari atau sama dengan t0.05(165) = 1.9744 maka instrument tersebut dapat digunakan.
2. Item instrument dikatakan valid jika t hitung kurang dari atau sama dengan t0.05(165) = 1.9744 maka instrument tersebut tidak dapat digunakan.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukan konsistensi suatu alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama (Umar, 2002:194).

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data.dengan diperoleh niai r dari uji validitas yang digunakan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrument.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method* (*Spearman-Brown Correlation*) Teknik 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:

1) Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokan dalam kelompok I dan kelompok II
2) Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan skor untuk kelompok II
3) Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II

$$2\Gamma_b$$

$$1+\Gamma_b$$

4) Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\Gamma 1 = \frac{2\Gamma_b}{1+\Gamma_b}$$

Dimana :

Γ1 = Reliabilitas internal seluruh item

Γ*b* = Korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua.

Keputusan pengujian reliabilitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan 5% satu sisi adalah :

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

Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,07 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (reliabel).

Tabel 3.2
Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

Kriteria	Reliability	Validity
Good	0,08	0,50
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

Sumber: Barker et al, 2002:70

3.2.4.3 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.

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

Dimana :

Means of Interval : Rata-rata interval

Density at Lower Limit : Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit : Kepadatan batas atas

Area Under Upper Limit : Daerah dibawah batas atas

Area Under Lower Limit : Daerah dibawah batas bawah

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

$$Nilai\ Transformasi = nilai\ skala + Nilai\ Skala_{Minimum} + 1$$

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

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

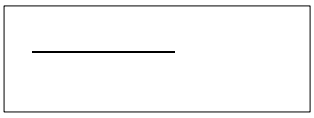
Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalan unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Peneliti melakukan analisa terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan metode deskriptif (kualitatif) dan verifikatif (kuantitatif).

1) Analisis kualitatif (*Deskriptif*)

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 (Sugiyono, 2010:14).

Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun table frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variable penelitian masuk dalam kategori : sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik. Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variable penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor actual dengan skor ideal. Skor actual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi

bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah responden.



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.

2) Analisis Kuantitatif (*Verifikatif*)

Menurut Sugiyono (2010 : 31) analisis kuantitatif adalah dalam penelitian kuantitatif analisis data menggunakan statistik. Statistik yang digunakan dapat berupa statistik deskriptif dan inferensial/induktif. Statistik inferensial dapat berupa statistik parametris dan statistik nonparametris. Peneliti menggunakan statistik inferensial bila penelitian dilakukan pada sampel yang dilakukan secara random.

Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Pemberian skor atas pilihan jawaban dari pertanyaan yang bermakna positif dan negatif adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skor Kuesioner Untuk Pertanyaan Positif dan Negatif

No.	Keterangan	Skor	
		Positif	Negatif
1.	Sangat Setuju	5	1
2.	Setuju	4	2
3.	Ragu-ragu	3	3
4.	Tidak Setuju	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber: (Sugiyono, 2009:184)

Dari setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kedua variabel (variabel bebas dan variabel terikat) tersebut, diukur dengan menggunakan skala *likert*. Pengertian skala *Likert* menurut Sugiyono (2009:93) adalah sebagai berikut:

> Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dari pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa skala *likert* dapat digunakan untuk mengukur sikap seseorang dengan menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap subyek, objek atau kejadian tertentu. Untuk menilai variable X dan varibel Y, maka analisis yang digunakan berdasarkan rata-rata dari masing-masing varibel. Nilai rata-rata ini diperoleh dengan menjumlahkan data keseluruhan dalam setiap variabel, kemudian dibagi dengan jumlah responden.

Setelah diperoleh rata-rata dari masing-masing variabel kemudian dibandingkan dengan kriteria yang penulis tentukan berdasarkan nilai terendah dan nilai tertinggi dari hasil kuesioner. Atas dasar nilai tertinggi dan terendah

tersebut, maka dapat ditentukan rentang yaitu nilai tertinggi dikurangi nilai terendah dibagi jumlah kriteria. Dengan demikian dapat ditentukan panjang kelas masing-masing variabel. Atas dasar nilai tertinggi dan terendah tersebut, maka dapat ditentukan rentang yaitu nilai tertinggi dikurangi nilai terendah dibagi jumlah kriteria. Data hasil analisis selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan. Penyajian data dapat berupa tabel, tabel ditribusi frekuensi, grafik garis, grafik batang, *piechart* (diagram lingkaran), dan pictogram.

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

1. **Pengujian Asumsi Klasik**

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

   a. Uji Asumsi Normalitas

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

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

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

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

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

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

b. Uji Asumsi Multikolinieritas

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

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

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar yang mengakibatkan standar errornya semakin bersar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflatation Factors (VIF),*

$$VIF\,\frac{1}{1-R_1^2}$$

(Gujarati, 2003:351)

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

c. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

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

Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji-rank Spearman yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual *(error)* ada yang signifikan,

maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (variasi dari residual tidak homogen) (Gujarati, 2003:406).

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk mengetahui derajat atau kekuatan gaya kepemimpinan transformasional dan motivasi kerja karywan untuk mencapai kinerja seluruh karyawan dengan baik. Persamaan Regresi Linear Berganda adalah:

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

Keterangan :

Y = variabel dependen

X1, X2= variable independen

β_1, β_2 = koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah gaya kepemimpinan (X1) dan motivasi kerja karyawan (X2), sedangkan variabel dependen adalah kinerja seluruh karyawan (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya:

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

(Sugiyono, 2005:211)

Y = kinerja organisasi

α = konstanta dari persamaan

β_1= koefisiensi regresi dari variabel X1

β_2 = koefisiensi regresi dari variabel X2

X1 = gaya kepemimpinan transformasional

X2 = motivasi kerja karyawan

a. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antara dua variabel. Korelasi juga tidak menunjukkan hubungan fungsional. Dengan kata lain, analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dalam analisis regresi, analisis korelasi yang digunakan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen selain mengukur kekuatan asosiasi (hubungan).

Besarnya koefisien korelasi adalah $-1 \leq r \leq 1$:

a. Apabila (-) berarti terdapat hubungan negatif.
b. Apabila (+) berarti terdapat hubungan positif.

Interprestasi dari nilai koefisien korelasi :

a. Kalau r = -1 atau mendekati -1, maka hubungan antara kedua variabel kuat dan mempunyai hubungan yang berlawanan (jika X naik maka Y turun atau sebaliknya).
b. Kalau r = +1 atau mendekati +1, maka hubungan yang kuat antara variabel X dan variabel Y dan hubungannya searah.

Sedangkan harga r akan dikonsultasikan dengan table interprestasi nilai r sebagai berikut :

Tabel 3.4
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi
Koefisien Korelasi

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

Sumber: Sugiono (2009:184)

b. Koefisiensi Determinasi

Analisis Koefisiensi Determinasi (KD) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam persentase.

Besarnya koefisien determinasi dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Sumber: Riduwan dan Sunarto

Dimana :

KD = Seberapa jauh perubahan variabel Y dipergunakan oleh variabel X

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi.

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan atas jawaban sementara mengenai sesuatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris, untuk mengetahui apakah pernyataan (dugaan/ jawaban) itu dapat diterima atau tidak.

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. 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/Total

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

a. Rumus uji F yang digunakan adalah:

$$F = \frac{n-k-1\ R_y^2.X \ldots\ldots\ldots}{K(1-R_y^2.X \ldots\ldots)}$$

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama 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 microsoft. Jika Fhitung > Fkritis, maka Ho yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (kualitas pelayanan dan inovasi produk) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (keunggulan bersaing) ditolak dan sebaliknya.

b. Hipotesis

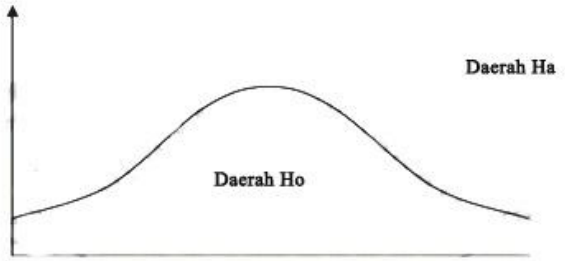
Ho : ρ = 0, secara simultan berpengaruh kualitas pelayanan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada CV. Amanda Brrownies Cabang Ir. H. Djuanda Kota Bandung.

H1 : $\rho \neq 0$, secara simultan kualitas pelayanan dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada CV. Amanda Brrownies Cabang Ir. H. Djuanda Kota Bandung.

c. Kriteria Pengujian

Ho ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($\alpha = 0{,}050$)

Gambar 3.1
Uji daerah penerimaan dan penolakan hipotesis



Sumber : (Sugiyono, 2008)

2. Pengujian Secara Parsial

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

a) Uji T

Hasilnya bandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas n – k – 1 dengan taraf signifikan 5%.

b) Hipotesis

H_{01}. $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh *kualias pelayanan* terhadap keunggulan bersaing pada CV. Amanda Brrownies Cabang Ir. H. Djuanda Kota Bandung.

H_{11}. $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh *kualitas pelayanan* terhadap keunggulan bersaing pada CV. Amanda Brrownies Cabang Ir. H. Djuanda Kota Bandung.

H_{02}. $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh *inovasi produk* terhadap keunggulan bersaing pada CV. Amanda Brrownies Cabang Ir. H. Djuanda Kota Bandung.

H_{12}. $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh *inovasi produk* terhadap keunggulan bersaing pada CV. Amanda Brrownies Cabang Ir. H. Djuanda Kota Bandung.

c) Kriteria Pengujian

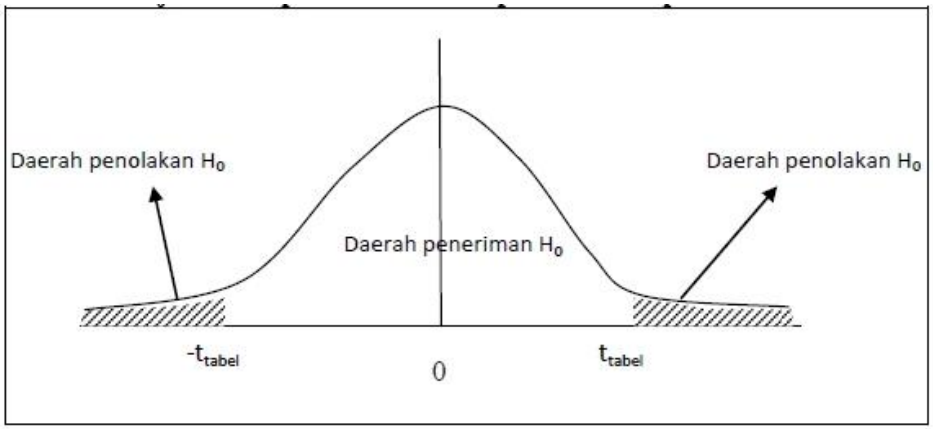
Ho ditolak apabila t_{hitung} < dari t_{tabel} ($\alpha = 0,05$)

1. Kriteria penarikan pengujian

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

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

Gambar 3.2
Uji daerah penerimaan dan penolakan hipotesis



Sumber: Sugiyono (2009:185)