BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data – data yang berkaitan dengan objek penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah strategi inovasi, pemanfaatan teknologi, dan daya saing dilaksanakan pada perusahaan kecap Segi Tiga Majalengka.

Menurut **Husein Umar (2004:303)**, mengatakan bahwa "Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu".

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

1. Variabel *independent* (variabel bebas), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel *independent* dalam penelitian ada 2 yaitu; Strategi Inovasi (X1) dan Pemanfaatan Teknologi (X2).
2. Variabel *dependent* (variabel tidak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent.* Variabel *dependent* (Y) dalam penelitian ini adalah Kemampuan Daya Saing.

Strategi Inovasi Produk dan Pemanfaatan Teknologi merupakan faktor penyebab, sedangkan Kemampuan Daya Saing merupakan faktor akibat. Objek penelitian ini dilakukan pada konsumen dan karyawan Perusahaan Kecap Segi Tiga Majalengka.

3.2 Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah suatu teknis atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan atau mencatat data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah dan kemudian menganalisa faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan sehingga akan terdapat suatu kebenaran data-data yang akan diperoleh. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif.

Metode penelitian menurut **Sugiyono (2009:2)** ”Pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif”

Metode Deskriptif menurut **Sugiyono (2009:206)** “Penelitian yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi”.

Adapun tujuan penelitian Deskriptif menurut **Husein Umar (2004:47)** yaitu untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.

Pendekatan verifikatif menurut Sugiyono **(2005 : 21)** adalah : "metode verifikatif 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".

Tujuan dari metode verifikarif yaitu merupakan pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif melalui suatu perhitungan statistik, Penelitian yang digunakan untuk menguji variabel X1 dan X2 pengaruhnya terhadap Y yang akan diteliti. sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Adapun obyek yang di uji dalam penelitian ini adalah "Pengaruh Strategi Inovasi Produk Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kemampuan Daya Saing Perusahaan Kecap Segi Tiga Majalengka".

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan, penelitian ini menggunakan Metode Survei Penjelasan (*Explanatory Survey Method*). Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dalam penelitian akan digunakan telaah statistika yang cocok, untuk itu dalam analisis menggunakan multiple regrestion (regresi berganda).

3.2.1 Desain Penelitian

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

berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian, karena langkah dalam melakukan penelitian mengacu kepada desain penelitian yang telah dibuat.

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	Metode yang Digunakan	Unit Analisis	Time Horizon
T-1	Descriptive	Descriptive dan Survey	Konsumen Kecap Segitiga	Cross Sectional
T-2	Descriptive	Descriptive dan Survey	Konsumen Kecap Segitiga	Cross Sectional
T-3	Descriptive	Descriptive dan Survey	Konsumen & Produsen Kecap Segitiga	Cross Sectional

Menurut **Sugiyono (2009:26)**, menjelaskan proses penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sumber masalah
2. Rumusan masalah
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Pengajuan hipotesis
5. Metode penelitian
6. Menyusun instrument penelitian
7. Kesimpulan

Berdasarkan proses penelitian yang dijelaskan diatas, maka desain penelitian pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumber masalah

   Peneliti menentukan masalah-masalah sebagai fenomena untuk dasar penelitian yaitu variabel Seleksi, variabel Pengaruh Strategi Inovasi Produk Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kemampuan Daya Saing Perusahaan Kecap Segi Tiga Majalengka.

2. Perumusan masalah

   Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Proses penemuan masalah merupakan tahap penelitian yang paling sulit karena tujuan penelitian ini adalah menjawab masalah penelitian sehingga suatu penelitian tidak dapat dilakukan dengan baik jika masalahnya tidak dirumuskan secara jelas. Rumusan masalah atau pertanyaan penelitian akan mempengaruhi pelaksanaan tahap selanjutnya didalam tahap penelitian. Pada penelitian ini masalah-masalah dirumuskan melalui suatu pertanyaan, yang akan diuji dengan cara menguji hipotesis.

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

   Untuk menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara (berhipotesis) maka, peneliti dapat membaca referensi teoritis yang relevan dengan masalah dan berfikir. Selain itu penemuan penelitian sebelumnya yang relevan juga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan jawaban sementara terhadap masalah penelitian (hipotesis). Telaah teoritis mempunyai tujuan untuk menyusun kerangka teoritis yang menjadi dasar untuk menjawab masalah atau pertanyaan penelitian yang merupakan tahap penelitian dengan menguji terpenuhinya kriteria pengetahuan yang rasional.

4. Pengajuan hipotesis

   Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (faktual) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat pada penelitian ini adalah Pengaruh Strategi Inovasi Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kemampuan Daya Saing Perusahaan. Untuk langkah-langkah pengujian hipotesis yaitu menentukan variabel pengukuran, menentukan hipotesis nol (Ho), menentukan hipotesis alternatif (Hi) dan menguji tingkat signifikan.

5. Metode penelitian

   Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisten yang di kehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah, tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dan verifikatif.

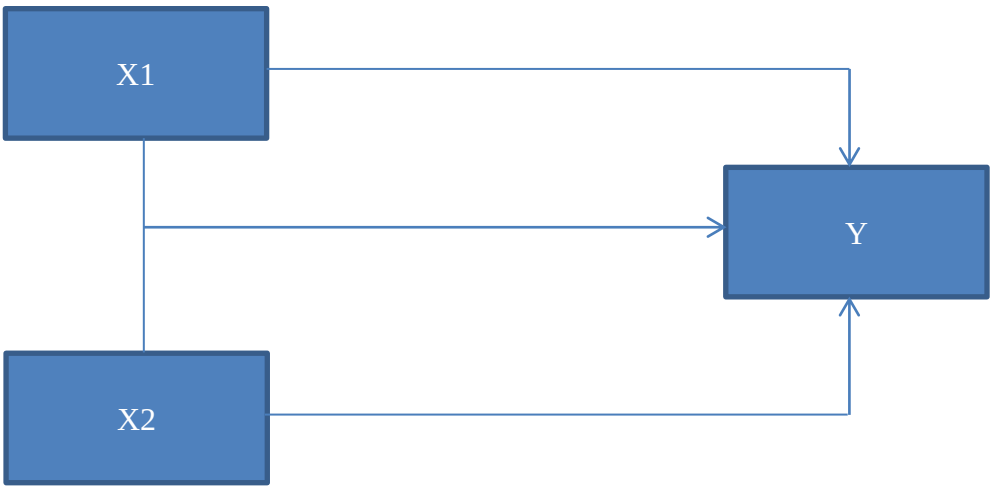
6. Menyusun instrument penelitian

   Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusun instrument penelitian. Instrument ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrument pada penelitian ini berbentuk kuesioner, untuk pedoman perkembangan perusahaan. Sebelum instrument digunakan untuk pengumpulan data, maka instrument penelitian harus terlebih dulu di uji validitas dan reliabilitasnya. Dimana validitas digunakan untuk mengukur kemampuan

sebuah alat ukur dan reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana pengukuran tersebut dapat dipercaya. Setelah data terkumpul maka selanjutnya dianalisis untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang diajukan dengan teknik statistik tertentu. Pada penelitian ini untuk menguji adanya hubungan Strategi Inovasi (variabel X1) dan Pemanfaatan Teknologi (variabel X2) dengan Kemampuan Daya Saing (variabel Y) digunakan korelasi *pearson*, dan untuk menguji peran Strategi Inovasi (variabel X1) dan Pemanfaatan Teknologi (variabel X2) dengan Kemampuan Daya Saing (variabel Y) digunakan koefisien determinasi.

7. Kesimpulan

Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah, dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bemanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.



Gambar 3.1
Desain Penelitian

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalsasi variabel dimaksudkan untuk memperjelas variabel-variabel yang diteliti beserta pengukuran-pengukurannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian yaitu :

1. Variabel bebas *(Independent Variable)*

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat), **Sugiyono (2009:59)**. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Strategi Inovasi dan Pemanfaatan Teknologi.

2. Variabel Terikat *(Dependent Variable)*

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, **Sugiyono (2009:59)**. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *Dependent* (terikat) Kemampuan Daya Saing.

Untuk lebih jelasnya, operasionalisasi variabel penelitian ini dapa dilihat pada tabel 3.2 sebagai berikut :

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	No Kuesioner	Sumber Data	Skala
Strategi Inovasi (Variabel X_1)	Inovasi sebagai suatu proses digambarkan sebagai proses yang siklus dan berlangsung terusmenerus, meliputi fase kesadaran, penghargaan, adopsi, difusi dan implementasi (Damanpour dkk dalam Brazeal, D.V. dan Herbert, T.T. 1997).	1. Rasa 2. Ukuran 3. Kemasan	Varian rasa baru Memberi bonus dengan tambahan ukuran isi Kemasan yang lebih menarik Kemasan tambahan	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8	Kecap Segi Tiga Majalengka	ORDINAL
Pemanfaatan Teknologi (Variabel X_2)	Teknologi adalah seluruh perangkat ide, metode, teknik benda-benda material yang digunakan dalam waktu dan tempat tertentu maupun untuk memenuhi kebutuhan manusia. Menurut Prayitno dalam Ilyas (2001),	1. Teknologi Informasi 2. Teknologi Pemrosesan 3. Teknologi Komunikasi	Pembukuan Alat tradisional dalam produksi Sistem online dalam pemasaran *Delivery order*	1, 2, 3, 4,5, 6	Kecap Segi Tiga Majalengka	
Daya Saing (Variabel Y)	Daya saing dapat bermakna kekuatan untuk berusaha menjadi unggul dalam hal tertentu yang dilakukan seseorang, kelompok atau institusi tertentu. (Tumar Sumihardjo, 2008:8)	1. Harga Bersaing 2. Kualitas Produk 3. Keunggulan Produk	Harga sesama produk kecap Majalengka Harga dibanding merek terkenal Kualitas produk sesama merek kecap Majalengka Kualitas produk dengan kecap terkenal Keunggulan produk sesama	1, 2, 3, 4, 5	Kecap Segi Tiga Majalengka	ORDINAL

			merek kecap Majalengka			

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Penulis melakukan penelitian ini untuk mendapatkan data mengenai objek yang akan diteliti, data tersebut dapat dikelompokkan kedalam dua jenis data :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diambil langsung dari responden secara langsung yang dikumpulkan melalui survei lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan tertentu yang dibuat untuk itu. **(Umi Narimawati 2007:76)**

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data penunjang yang digunakan untuk mendukung penelitian, dalam penelitian ini meliputi informasi mengenai karakteristik organisasi, jumlah karyawan, data hasil evaluasi karyawan, penelitian terdahulu, serta materi perkuliahan yang berhubungan dengan objek data yang akan diteliti oleh penulis. **(Umi Narimawati 2007:76)**

3.2.4 Teknik Penentuan Data

3.2.4.1 Populasi

Menurut **Sugiyono (2009:115)**, populasi adalah "Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Populasi dari penelitian ini adalah pengunjung di toko Kecap Segi Tiga Majalengka pada bulan februari sebanyak 670 orang.

3.2.4.2 Sampel

Menurut **Sugiyono (2009:116)**, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang di ambil dalam penelitian dilakukan dengan teknik *probability sampling* dengan jenis *propotionate stratified random sampling* (sampel acak berstrata).

Menurut **Sugiyono (2009;118)**, *propotionate stratified random sampling* yaitu "teknik pengambilan sampel bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara poporsional".

Adapun yang menjadi sampel yang digunakan untuk pengukuran kuesioner adalah konsumen dan karyawan Perusahaan Kecap Segi Tiga Majalengka. Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel (n). **Husein Umar (2004;78)** untuk menentukan sampel digunakan rumus 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%).

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

$$\frac{670}{1 + (670 \times 0{,}1^2)} = 87{,}01$$

Jika penelitian menggunakan metode deskriptif, maka minimal tingkat kesalahan dalam penentuan anggota sampel yang harus diambil adalah 10% dari jumlah populasi yang diketahui. Peneliti menentukan tingkat kesalahan sebesar 10% sehingga jumlah sampel yang diambil sebesar 90 responden.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan pengumpulan data lapangan dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada intansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer (data yang di peroleh langsung dari Perusahaan Kecap Segi Tiga Majalengka).

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan peninjauan langsung terhadap obyek yang diteliti, seperti :

a. Wawancara *(Interview)*

Wawancara merupakan proses keterangan atau data yang diperlukan dengan cara tanya jawab langsung kepada pimpinan serta karyawan dan konsumen yang mempunyai hubungan dengan masalah yang akan diteliti, di lingkungan Kantor Perusahaan Kecap Segi Tiga Majalengka.

b. Angket *(Kuesioner)*

Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab, berupa daftar pertanyaan yang dibuat dengan metode pertanyaan terstruktur (tertutup dan terbuka) kepada 87 responden tentang variabel inovasi, pendayagunaan teknologi dan daya saing.

c. Pengamatan *(Observasi)*

Dengan mengadakan penelitian dan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan dan keadaan dialokasi penelitian guna memperoleh data dan informasi mengenai subyek penelitian.

d. Penelitian Kepustakaan (*Dokumentasi*)

Teknik pengumpulan data sekunder (yang dilakukan dengan mencatat dokumen-dokumen yang berhubungan dengan variabel penelitian). Penelitian yang dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan data yang diperlukan dari berbagai buku, jurnal, catatan-catatan, gambar-gambar dan literatur-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.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner sebagai data penelitian. Sebelum kuesioner atau instrument 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 menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya.

3.2.5.1 Uji Validitas

Sebelum melakukan pengolahan data, terlebih dahulu data yang dikumpulkan melalui kuesioner diuji melalui pengujian data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Agar proses pengujian maupun pengolahan data dapat dilakukan dengan cepat dan tepat, maka pengolahan data menggunakan sarana komputer yaitu aplikasi program SPSS 20.0.

Menurut Cooper (2006:720) validitas adalah ”*Validity is a characteristic of measuraenment concerned with the extent that a test measures what the researcher actually wishes to measure*”.

Berdasarkan definisi diatas, 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 diukur. Suatu alat ukur disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur.

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 *pearson product moment*. Apabila nilai koefisien korelasi butir *item* pernyataan yang diuji lebih besar dari 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa *item* pernyataan tersebut merupakan konstruksi *(construct)* yang valid.

Tabel 3.3
Uji Validitas

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19
P1	Pearson Correlation	1	,657**	,512**	,322**	,551**	,501**	,552**	,496**	,642**	,565**	,318**	,199	,475**	,418**	,410**	,544**	,488**	,528**	,531**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,060	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
P2	Pearson Correlation	,657**	1	,525**	,423**	,516**	,602**	,453**	,480**	,539**	,699**	,336**	,263*	,425**	,277**	,462**	,564**	,554**	,481**	,501**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,012	,000	,008	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
P3	Pearson Correlation	,512**	,525**	1	,593**	,541**	,532**	,581**	,573**	,326**	,348**	,556**	,364**	,431**	,366**	,772**	,569**	,474**	,591**	,538**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,002	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
P4	Pearson Correlation	,322**	,423**	,593**	1	,515**	,480**	,457**	,485**	,160	,211*	,484**	,752**	,391**	,329**	,852**	,641**	,487**	,520**	,405**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,132	,045	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,000

P5	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,551**	,516**	,541**	,515**	1	,683**	,500**	,782**	,364**	,365**	,316**	,297**	,693**	,368**	,501**	,846**	,836**	,588**	,515**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,002	,005	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
P6	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,501**	,602**	,532**	,480**	,683**	1	,537**	,616**	,356**	,386**	,261*	,294**	,526**	,360**	,495**	,674**	,845**	,628**	,650**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,001	,000	,013	,005	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
P7	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,552**	,453**	,581**	,457**	,500**	,537**	1	,494**	,424**	,385**	,375**	,318**	,401**	,375**	,482**	,502**	,418**	,869**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
P8	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,496**	,480**	,573**	,485**	,782**	,616**	,494**	1	,316**	,343**	,345**	,275**	,472**	,365**	,488**	,607**	,770**	,575**	,700**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,002	,001	,001	,009	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
P9	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,642**	,539**	,326**	,160	,364**	,356**	,424**	,316**	1	,797**	,384**	,284**	,471**	,409**	,227*	,372**	,322**	,364**	,421**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,132	,000	,001	,000	,002		,000	,000	,007	,000	,000	,031	,000	,002	,000	,000
P10	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,565**	,699**	,348**	,211*	,365**	,386**	,385**	,343**	,797**	1	,410**	,271**	,453**	,383**	,293**	,330**	,402**	,278**	,452**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,045	,000	,000	,000	,001	,000		,000	,010	,000	,000	,005	,002	,000	,008	,000
P11	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,318**	,336**	,556**	,484**	,316**	,261*	,375**	,345**	,384**	,410**	1	,479**	,470**	,424**	,400**	,449**	,274**	,398**	,315**
	Sig. (2-tailed)	,002	,001	,000	,000	,002	,013	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,009	,000	,002
P12	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,199	,263*	,364**	,752**	,297**	,294**	,318**	,275**	,284**	,271**	,479**	1	,519**	,378**	,631**	,372**	,291**	,327**	,287**
	Sig. (2-tailed)	,060	,012	,000	,000	,005	,005	,002	,009	,007	,010	,000		,000	,000	,000	,000	,005	,002	,006

P13	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,475**	,425**	,431**	,391**	,693**	,526**	,401**	,472**	,471**	,453**	,470**	,519**	1	,586**	,401**	,721**	,552**	,432**	,428**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
P14	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,418**	,277**	,366**	,329**	,368**	,360**	,375**	,365**	,409**	,383**	,424**	,378**	,586**	1	,322**	,424**	,346**	,428**	,344**
	Sig. (2-tailed)	,000	,008	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,002	,000	,001	,000	,001
P15	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,410**	,462**	,772**	,852**	,501**	,495**	,482**	,488**	,227*	,293**	,400**	,631**	,401**	,322**	1	,529**	,470**	,525**	,465**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,031	,005	,000	,000	,000	,002		,000	,000	,000	,000
P16	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,544**	,564**	,569**	,641**	,846**	,674**	,502**	,607**	,372**	,330**	,449**	,372**	,721**	,424**	,529**	1	,691**	,576**	,505**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
P17	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,488**	,554**	,474**	,487**	,836**	,845**	,418**	,770**	,322**	,402**	,274**	,291**	,552**	,346**	,470**	,691**	1	,505**	,515**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,009	,005	,000	,001	,000	,000		,000	,000
P18	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,528**	,481**	,591**	,520**	,588**	,628**	,869**	,575**	,364**	,278**	,398**	,327**	,432**	,428**	,525**	,576**	,505**	1	,607**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,008	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,000		,000
P19	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	,531**	,501**	,538**	,405**	,515**	,650**	,771**	,700**	,421**	,452**	,315**	,287**	,428**	,344**	,465**	,505**	,515**	,607**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,006	,000	,001	,000	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3.2.5.2 Uji Reliabilitas

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 pengujian yang diperlukan untuk mengetahui ketentuan dan tingkat resisi suatu ukuran tersebut dapat diandalkan dalam arti pengukurannya dan dapat diandalkan karena penggunaan alat ukur tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang serupa.

Untuk menguji reliabilitas (keandalan) kuesioner dalam penelitian ini digunakan teknik belah dua (*split half*) skor pernyataan (*statement*) bernomor ganjil genap, dengan teknik korelasi *spearman brown*. Cara kerja Teknik Belah Dua (*split half method*) menurut Sugiyono (2006:126), adalah sebagai berikut:

"1. Butir-butir instrumen di belah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan genap.
2. Skor data tiap kelompok disusun sendiri. Skor butir kelompok dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total.
3. Selanjutnya skor total antara kelompok ganjil dan genap di cari korelasinya.
4. Koefisien korelasi selanjutnya dimasukan dalam rumus *Spearman Brown.*"

Adapun rumus untuk menghitung angka reliabilitas yaitu sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Sumber: Sugiyono (2009)

Keterangan:

r_i = Koefisien reliabilitas *Spearman Brown*

r_b = Koefisien korelasi antara belahan pertama (genap) dan kedua (ganjil).

Tabel 3.4
Reabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,804
		N of Items	4[a]
	Part 2	Value	,857
		N of Items	4[b]
	Total N of Items		8
Correlation Between Forms			,783
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		,878
	Unequal Length		,878
Guttman Split-Half Coefficient			,878

a. The items are: VAR00001, VAR00002, VAR00003, VAR00004.

b. The items are: VAR00005, VAR00006, VAR00007, VAR00008.

Tabel 3.5
Reabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,773
		N of Items	3[a]
	Part 2	Value	,745
		N of Items	3[b]
	Total N of Items		6
Correlation Between Forms			,599
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		,749
	Unequal Length		,749
Guttman Split-Half Coefficient			,749

a. The items are: VAR00009, VAR00010, VAR00011.

b. The items are: VAR00012, VAR00013, VAR00014.

Tabel 3.6
Reabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,793
		N of Items	3[a]
	Part 2	Value	,756
		N of Items	2[b]
	Total N of Items		5
Correlation Between Forms			,682
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		,811
	Unequal Length		,816
Guttman Split-Half Coefficient			,784

a. The items are: VAR00015, VAR00016, VAR00017.

b. The items are: VAR00017, VAR00018, VAR00019.

Sekumpulan butir pertanyaan dalam kuesioner dapat diterima jika memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,7.

Tabel 3.7
Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

Criteria	***Reliability***	***Validity***
Good	0,80	0,50
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

Sumber: Barker et al, 2002; 70

3.2.5.3 Uji MSI (*Method of Successive Interval*)

Data yang diperoleh sebagai hasil penyebaran dari kuesioner bersifat ordinal, maka agar analisis dapat dilanjutkan maka skala pengukurannya harus dinaikkan ke skala pengukuran yang lebih tinggi, yaitu skala pengukuran interval agar dapat diolah lebih lanjut. Untuk itu maka digunakan *Method of Succesive*

Interval (MSI) dari Thurstone dalam Harun Al Rasyid (1996:33), yang pada dasarnya adalah suatu prosedur untuk menempatkan setiap objek ke dalam interval.

Langkah-langkah dalam MSI (Umi Narimawati, 2007:82) adalah sebagai berikut :

a. Perhatikan banyaknya responden yang memberikan respon yang ada (1), artinya hitung frekuensi setiap skor.
b. Tentukan frekuensi kumulatif yaitu dengan menjumlahkan terus dari setiap skor.
c. Tentukan proporsi kumulatif dengan cara membagi frekuensi kumulatif dengan total frekuensi. Proporsi kumulatif dianggap mengikuti distribusi normal baku.
d. Selanjutnya adalah menghitung nilai z berdasarkan pada proporsi kumulatif diatas.
e. Dari nilai z yang diketahui tersebut tentukan nilai densitynya.
f. Hitung SV *(Scale Value = nilai skala)* untuk masing-masing proporsi responden, dengan rumus:

$$Scale\ Value = \frac{Densityatlower\lim - densityatupper\lim}{areaunderupper\lim - areaunderlower\lim}$$

Keterangan:

- *Density at lower limit* = Kepadatan Batas Bawah
- *Density at upper lim* = Kepadatan Batas Atas
- *Area under lower limit* = Daerah di Bawah Batas Bawah
- *Area under upper limit* = Daerah di Bawah Batas Atas

g. Mengubah *Scale Of Value* (SV) terkecil menjadi sama dengan satu (1) dan mentrasformasikan masing-masing skala menurut perubahan skala terkecil sehingga diperoleh *Transformed Scale Of Value* (TSV) dengan rumus $Y = SV + \left[1 + |SV \min|\right]$

3.2.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.2.6.1 Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian, sedangkan metode verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dengan menggunakan uji statistik yang relevan. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian, maka digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap *item*

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

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

Menurut Umi Narimawati (2007:83-85) selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.4 sebagai berikut :

Tabel 3.8
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

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

(Sumber : Umi Narimawati, 2007:85)

3.2.6.2 Analisis Kuantitatif

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Terlebih dahulu dilakukan tabulasi dan memberikan nilai sesuai dengan sistem yang ditetapkan. Jenis kuisioner yang digunakan adalah kuisioner tertutup dengan menggunakan skala ordinal. Untuk teknik perhitungan data kuesioner yang telah diisi oleh responden digunakan skala *rating scale* dengan *rating scale*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dengan langkah-langkah :

(a) Mengolah setiap jawaban dan pertayaan dari kuisioner yang disebarkan untuk dihitung frekuensi dan persentasenya.

(b) Nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel independen (X) yaitu X_1, X_2 , …X_n dan variabel dependen (Y) sebagai berikut (X_1,Y), (X_2,Y),…(X_n, Y) dan asumsikan sebagai hubungan linear.

(c) Menentukan skala atau bobot dari masing-masing alternatif jawaban seperti diuraikan diatas. Oleh karena data yang didapat dari kuisioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*", dengan rumus sebagai berikut :

$$Means\ of\ Interval = \frac{Density\ at\ lower\ limit - Density\ at\ upper\ limit}{Area\ under\ upper\ limit - Area\ under\ lower\ limit}$$

Langkah kerja pengolahan dan analisis data dalam analisis regresi multiple linier adalah sebagai berikut :

(1) Mengubah skala ordinal menjadi skala interval dengan metode interval berurutan *(Method Successive Interval)* untuk variabel bebas maupun terikat yaitu :

- Ambil data ordinal hasil kuesioner
- Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
- Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.

- Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
- Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*
- Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + | Nilai Skala Minimal | + 1

(2) Untuk mengetahui Pengaruh Strategi Inovasi Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kemampuan Daya Saing Perusahaan Kecap Segi Tiga Majalengka.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut sugiyono, analisis linier regresi digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan/diturunkan (2004:149). Penerapan analisis regresi berganda ini menurut Sugiyono (2005:210) adalah :

"Analisis regresi linier digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai factor predictor dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua."

Penjelasan garis regresi menurut Andi Supangat (2007:325) yaitu:

"Garis regresi (regression line/line of the best fit/estimating line) adalah suatu garis yang ditarik diantara titik-titik (scatter diagram) sedemikian rupa sehingga dapat dipergunakan untuk menaksir besarnya variabel yang satu berdasarkan variabel yang lain, dan dapat juga dipergunakan untuk mengetahui macam korelasinya (positif atau negatifnya)."

Untuk dapat membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Selanjutnya berdasarkan data itu peneliti harus dapat menemukan

persamaan melalui perhitungan. Dimana persamaan regresi untuk dua prediktor adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Sumber : Sugiyono 2009

Dimana:

Y = variabel tak bebas (daya saing)

a = bilangan berkonstanta

b1, ,b2 = koefisien arah garis

X1 = variabel bebas X_1 (strategi inovasi)

X2 = variabel bebas X_2 (pemanfaatan teknologi)

Regresi linier berganda dengan dua variabel bebas X_1 dan X_2 kecil memberikan hasil bahwa koefisien-koefisien a, b_1 dan b_2 dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\sum y = na + b_1\sum X_1 + b_2\sum X_2$$
$$\sum Xy = a\sum X_1 + b_1\sum X_1^2 + b_2\sum X_1X_2$$
$$\sum X_2y = a\sum X_2 + b_1\sum X_1X_2 + b_2\sum X_2^2$$

Sumber: Sugiyono (2009:279)

Selanjutnya untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik.

1. Analisis Korelasi *Pearson*

Analisis koefisen korelasi *pearson* digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya hubungan *linier* antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) serta mempunyai tujuan untuk meyakinkan bahwa pada kenyataannya terdapat hubungan antara pengaruh strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi dengan kemampuan daya saing. Dengan formulasi sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi
n = Jumlah Tahun Yang di Hitung
X = Variabel Bebas (Independen)
Y = Variabel Terikat (Dependen)

Angka korelasi berkisar antara 0 sampai dengan 1. Besarnya kecilnya angka korelasi menentukan kuat atau lemahnya hubungan kedua variabel. Keeratan variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Koefisien korelasi mempunyai nilai $-1 \leq r \leq +1$ dimana:

- Apabila r = +1, maka korelasi antara kedua variabel dikatakan sangat kuat dan searah, artinya jika X naik sebesar 1 maka Y juga akan naik sebesar 1 atau sebaliknya.

- Apabila r = 0, maka hubungan antara kedua variabel sangat lebar atau tidak ada hubungan sama sekali.
- Apabila r = -1, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan berlawanan arah, artinya apabila X naik sebesar 1 maka Y akan turun sebesar 1 atau sebaliknya.

Untuk dapat memberi interprestasi terhadap kuatnya hubungan itu maka digunakan pedoman seperti tertera pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.5

Interprestasi 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

2. Koefisien Determinasi

Uji ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen jika r^2=100% berarti variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen, demikian sebaliknya jika r^2=0 berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun rumus untuk mencari koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan :
Kd = Koefisien Determinasi
r = Koefisien Korelasi

3.2.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh Strategi Inovasi dan Pendayagunaan Teknologi terhadap Kemampuan daya Saing Perusahaan, 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 :

$$F = \frac{(n-k-1)R^2_{Y.X.....}}{k(1-R^2_{Y.X.....})}$$

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variable terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan anatara nilai F_{kritis} dengan nilai F_{test} yang terdapat pada Tabel *Analisis of Variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan *micro-soft.* Jika nilai $F_{hitung} > F_{kritis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas tidak dapat

menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Kemampuan Daya Saing Perusahaan) ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sudjana (2001 : 369) perhitungan terhadap titik keeratan dan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah menggunakan uji korelasi. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap koefisien yang disebut juga koefisien korelasi produk moment (*Pearson).*

b. Hipotesis

H_0 ; $\rho = 0$, Secara simultan Strategi Inovasi tidak berpengaruh Pendayagunaan Teknologi dan Kemampuan Daya Saing Perusahaan.

H_1 ; $\rho \neq 0$,Secara simultan Strategi Inovasi berpengaruh terhadap Pendayagunaan Teknologi dan Kemampuan Daya Saing Perusahaan.

c. Kriteria pengujian

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

Menurut Guilford (1956:480), bahwa tafsiran koefisien korelasi variabel dalam penelitian dapat dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 3.5

Kategori Korelasi Metode Guilford

Besarnya Pengaruh	Bentuk Hubungan

0,00 – 0,20	Sangat longgar,dapat diabaikan
0,21 – 0,40	Rendah
0,41 – 0,60	Moderat / Cukup
0,61 – 0,80	Erat
0,81 – 1,00	Sangat erat

Apabila pada pengujian secara simultan H_0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah ρyxi $\neq 0$. Untuk mengetahui ρyxi yang tidak sama dengan nol , maka dilakukan pengujian secara parsial.

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 :

$$t_i = \frac{P_{YX1}}{\sqrt{\frac{(1-R^2_{XY.....Xk})CRii}{(n-k-1)}}} \quad I = 1,2,3.....,5$$

Hasilnya dibandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikansi 5%.

b. Hipotesis

H_{01} ; ρ = 0, Strategi Inovasi tidak berpengaruh terhadap Kemampuan Daya Saing Perusahaan.

H_{11} ; ρ $\neq$ 0, Strategi Inovasi berpengaruh terhadap Kemampuan Daya Saing Perusahaan.

H_{02} ; ρ = 0, Pemanfaatan Teknologi tidak berpengaruh terhadap Kemampuan Daya Saing Perusahaan.

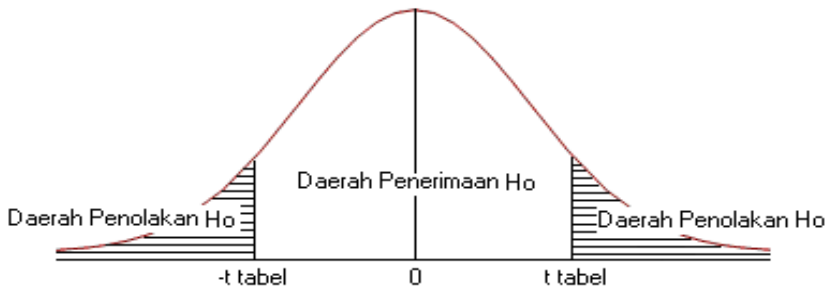
H_{12} ; ρ ≠ 0, Pemanfaatan Teknologi berpengaruh terhadap Kemampuan Daya Saing Perusahaan.

Kriteria pengujian

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

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

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



Gambar 3.3
Uji Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipótesis
Sumber Sugiyono (2009:185)

Daerah yang diarsir merupakan daerah penolakan, dan berlaku sebaliknya. Jika t hitung jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka Ho ditolak (diterima)

dan Ha diterima (ditolak). Artinya koefisian regresi signifikan (tidak signifikan). Kesimpulannya, strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi mempengaruhi (tidak mempengaruhi) kemampuan daya saing. 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) hubungan (korelasi) yang meyakinkan (signifikan) antara dua variabel tersebut.

Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan berdasarkan analisis pengujian hipotesis yang dilakukan sesuai dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan (setelah dibandingkan antara nilai t_{hitung} dan t_{tabel}) ada atau tidak hubungan dianatara keduanya dan juga didukung oleh teori-teori yang berkaitan dengan masalah-masalah yang diteliti.