BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

sebelum penelitian dilakukan, maka hal pertama yang harus dilakukan oleh peneliti adalah menentukan objek penelitian, sehingga masalah yang akan diteliti dan pembahasannya akan difokuskan pada seputar objek penelitian, dan tidak keluar jalur karena memiliki batasan dari objek penelitan. Menurut Sugiyono (2010:41) Penjelasan objek penelitian yaitu:

"Sebelum peneliti memilih variabel apa yang akan diteliti perlu melakukan studi pendahuluan terlebih dahulu pada objek yang akan yang diteliti. Jangan sampai terjadi membuat rancangan penelitian dilakukan di belakang meja, dan tanpa mengetahui terlebih dahulu permasalahan yang ada di objek penelitian."

Sedangkan menurut Husein Umar (2005:303), dalam Umi Narimawati (2009:29) mengemukakan :

"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."

Berdasarkan uraian pernyataan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa objek penelitian adalah segala sesuatu yang menjadi pokok sasaran dan fokus masalah yang akan menjadi bahan penelitian, meliputitentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian, lokasi dan waktu penelitian. Sesuai dengan judul penelitian maka objek penelitian yang diteliti adalah pengaruh orientasi pasar dan

inovasi produk terhadap keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran pada pengrajin anyaman di Rajapolah.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara atau bagaimana peneliti mengumpulkan berbagai data penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptifdan Verifikatif analisis dengan pendekatan kuantitatif.

Menurut Umi Narimawati (2008:9) Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Sedangkan menurut Sugiyono (2010:2) mengemukakan metode penelitian bahwa "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Menurut Sugiyono (2010:29) "Metode Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas".

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2008:45) menyatakan bahwa "Metode Verifikatif yaitu 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".

Dalam penelitian ini metode deskriptif tersebut digunakan untuk mengetahui perkembangan variabel orientasi pasar, inovasi produk dan keunggulan bersaing serta kinerja pemasaran. Sedangkan metode verifikatif

digunakan untuk mengetahui pengaruh antara orientasi pasar, inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran.

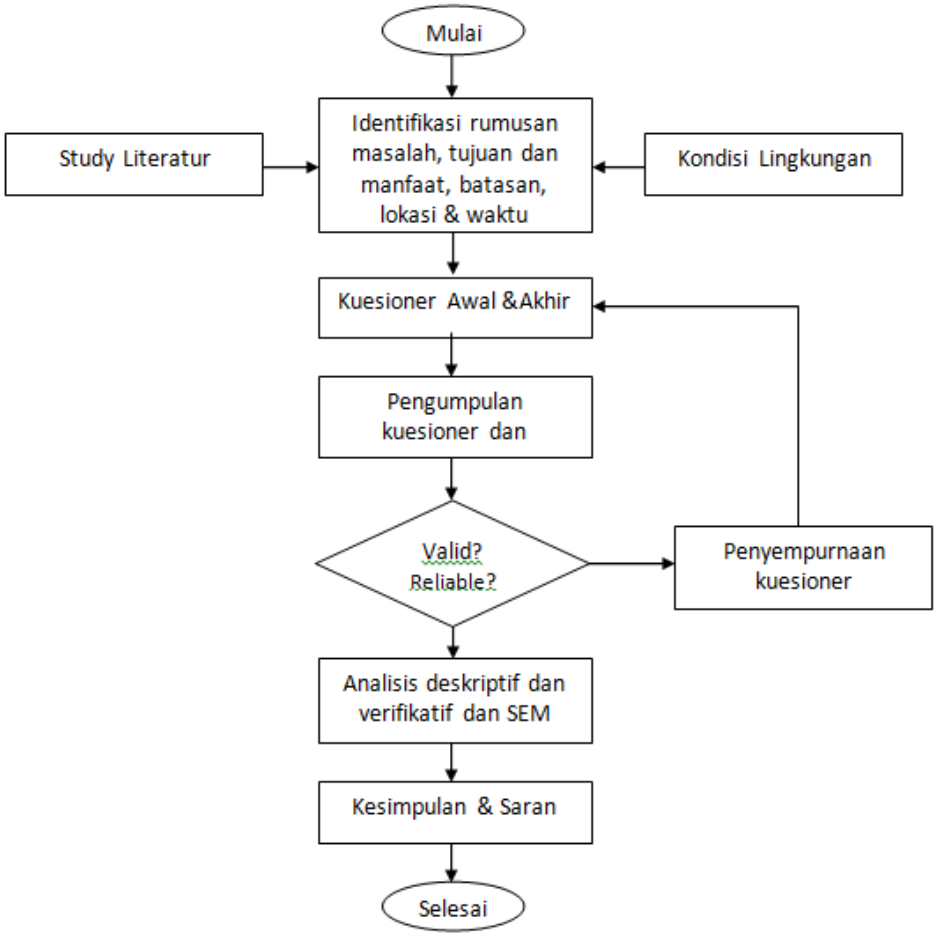
3.2.1. Desain Penelitian

Dalam melakukan penelitian, perlu dibuat sebuah desain penelitian, dimaksudkan agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis. Penelitian yang dilakukan harus dengan perencanaan dan perancangan yang benar agar data dan informasi yang diperoleh lengkap dan akurat.

Menurut Husein Umar (2005:30) menyatakan bahwa "Desain penelitian adalah semua proses yang dilakukan dalam perencanaan dan pelaksanan penelitian" sedangkan menurut Desain penelitian menurut Moh.Nazir (2003:84) bahwa "Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian".

Dari pemaparan diatas maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan rancangan atau perencanaan penelitian mulai dari melakukan penelitian hingga pelaksanaan dan akhir penelitian yang dilakukan dengan waktu tertentu.

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.* Dalam penelitian ini penulis menetapkan langkah-langkah yang menjadi desain penelitian sebagai berikut:



Gambar 3.1
Desain Penelitian

Berdasarkan Uraian diatas maka dapat dijelaskan bahwa desain penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Design Penelitian			
	Jenis penelitian	Metode yang digunakan	Unit analisis	Time horizon
T-1	Descriptive	Descriptive dan survey	Pengrajin Anyaman di Rajapolah, Tasikmalaya	Cross Sectional
T-2	Descriptive	Descriptive dan survey	Pengrajin Anyaman di Rajapolah, Tasikmalaya	Cross Sectional

T-3	Descriptive dan Verifikative	Descriptive dan Explanatory Survey	Pengrajin Anyaman di Rajapolah, Tasikmalaya	Cross Sectional
T-4	Descriptive dan Verifikative	Descriptive dan Explanatory Survey	Pengrajin Anyaman di Rajapolah, Tasikmalaya	Cross Sectional
T-5	Descriptive dan Verifikative	Descriptive dan Explanatory Survey	Pengrajin Anyaman di Rajapolah, Tasikmalaya	Cross Sectional
T-5	Descriptive dan Verifikative	Descriptive dan Explanatory Survey	Pengrajin Anyaman di Rajapolah, Tasikmalaya	Cross Sectional

Keterangan : T-1 sampai T-5 merupakan tujuan Penelitian

3.2.2. Operasional Variabel

Dalam penelitian perlu diadakannya sebuah penilaian agar peelitian tersebut akurat kebenarannya. Untuk mempermudah proses penilaian dan penelitian tersebut maka peneliti harus menentukan oparasional variabel, Pengertian operasional variabel menurut Sugiyono (2010:58) adalah :

"Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya."

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.Variabel-variabel yang terkait dalam penelitian pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran pada Pengrajin anyaman Desa Rajapolah Tasikmalaya adalah sebagai berikut :

1. **Variabel Bebas (*Independen*).**

Sugiyono (2011:39) mengemukakan bahwa "Variabel bebas adalah merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen".

Sedangkan Pengertian variabel bebas menurut Jonathan Sarwono dan Tutty Martadijera (2008:107) Merupakan variabel yang dapat diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi."

dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah orientasi pasar (X1) dan inovasi produk (X2)

2. **Variabel terikat/tidak bebas (*dependent*)**

Variabel dependen atau variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keunggulan bersaing (Y) dan kinerja pemasaran (Z).

Operasional variabel dalam penelitian pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran ini dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2
Operasional Variabel

variabel	Konsep variabel	Indikator	ukuran	skala	No kuesioner
Orientai pasar (X1)	"Orientasi pasar adalah merupakan sebagai budaya bisnis yang secara efektif dan efisien menciptakan perilaku karyawan sedemikian rupa sehingga menunjang upaya	Orientasi pelanggan ($X1_1$)	• Tingkat pemahaman perusahaan terhadap pelanggan • Tingkat Mengetahui Keinginan Pelanggan • Tingkat spesifikasi	Ordinal	1-4

variabel	Konsep variabel	Indikator	ukuran	skala	No kuesioner
	penciptaan nilai superior bagi para pelanggan" Narver & Slater dalam Fandy Tjiptono (2008:53) bahwa "		Produk		
		Orientasi pesaing ($X1_2$)	• Tingkat Pengetahuan Mengenai Pesaing • Tingkat Pengetahuan teknologi Pesaing	Ordinal	5-7
		Koordinasi antarfungsi ($X1_3$)	• Tingkat Kualitas Hubungan • Tingkat Pengaturan aktivitas • Tingkat Sikap dan tindakan Perusahaan	Ordinal	8-11
Inovasiproduk (X2)	Produk Inovasi telah diartikan sebagai pengembangan produk baru, proses pengembangan produk baru, atau adopsi produk baru, yang juga dapat diselidiki di berbagai tingkatan, seperti tingkat proyek, sektor industri, atau wilayah. Christenson (1997) dalam David Price et al (2013:3)	Perluasan lini ($X2_1$)	• Tingkat pengembangan Produk	Ordinal	12-14
		Produk baru ($X2_2$)	• Tingkat Pengenalan Produk Baru	Ordinal	15-19
		Produk benar-benar baru ($X2_3$)	• Tingkat Produksi Produk Benar-benar baru • Tingkat Kultur Inovasi pekerja	Ordinal	20-22
Keunggulan bersaing (X3)	Keunggulan kompetitif sebagai sesuatu yang menguntungkan, membedakan sebuah perusahaan atau produk perusahaan dari para pesaingnya, dari sudut pandang pelanggan atau pengguna akhir. Fahey (1989) dalam Low Swee Foon dan Praveen Balakrishnan Nair (2010:64)	Keunikan produk ($X3_1$)	• Tingkat Keunikan Produk • Tingkat Perbedaan Produk Dengan Pesaing	Ordinal	23-25
		Kualitas produk ($X2_2$)	• Tingkat penggunaan bahan baku berkualitas • Tingkat ketahanan produk	Ordinal	26-29
		Harga bersaing ($X3_3$)	• Tingkat keterjangkauan harga • Tingkat perbandingan harga dan kualitas	Ordinal	30-33

variabel	Konsep variabel	Indikator	ukuran	skala	No kuesioner
Kinerja Pemasaran (Z)	Kinerja pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang di dalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain dengan tujuan meningkatkan volume penjualan (Kotler 2008:8) dalam Agesti Wulandari (2012:19)	Nilai Penjualan (Y_1)	Tingkat peningkatan Nilai penjualan	Ordinal	34-36
		Pertumbuhan pelanggan (Y_2)	Tingkat KenaikanJumlah Konsumen	Ordinal	37-39
		Porsi Pasar (Y_3)	Tingkat pertumbuhan wilayah Pasar	Ordinal	40-42

3.2.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.3.1. Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek (*self report data*), yaitu jenis data penelitian yang berupa sikap, opini, pengalaman, atau karakteristik seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian/responden (Indriantoro dan Supomo, 1999:145).

3.2.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data merupakan asal usul bagaimana data bisa didapatkan untuk keperluan penelitian. Adapaun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian lapangan (*field research)*

Penelitian lapangan dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer sebagai pendukung untuk membentuk latar belakang dan data awal sebagai pembuntuk pola berpikir, didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:

a. Observasi (pengamatan langsung)

Pengamatan secara langsung dilokasi untuk memperoleh data yang diperlukan. Observasi dilakukan dengan mengamati bagaimana lingkungan kerja UMKM di Rajapolah. Hasil observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan.

b. Wawancara atau Interview

Teknik pengumpulan data dengan memberikan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Dalam teknik wawancara ini, penulis mengadakan tanya jawab kepada sumber yang dapat memberikan data atau informasi. Informasi itu berupa segala hal yang berkaitan dengan variable yang diteliti.

c. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya (Sugiyono 2009:142).

Jenis skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ordinal, Zainal Mustafa (2009:55) mengemukakan tentang skala ordinal ”Skala Ordinal merupakan suatu instrument yang menghasilkan nilai atau skor yang bertingkat atau berjenjang (bergradasi)”.

Kuesioner yang digunakan adalah Kuesioner yang menggunakan Skala ordinal dengan pertanyaan-pertanyaan tipe skala likert. Kuesioner Likert dimana tiap pertanyaan diberi nilai 5 sampai dengan 1.

Sugiyono (2011:93) mengemukakan bahwa ”Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik kuesioner. Dalam peneitian ini menggunakan skala likert dengan skor 5, 4, 3, 2, 1 yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.3
Skala Likert

Jawaban	Skala Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2009:94)

Maka dalam penelitian ini kuesioner diajukan kepada para Manajer atau unit saha kerajinan anyaman pandan di Kecamatan Rajapolah, yang butir pertanyaannya berkaitan dengan orientasi pasar, Inovasi produk keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran

2. Penelitian Kepustakaan (*field research)*

Dilakukan dengan cara melihat buku dan mempelajari data yang sudah ada, serta dokumen-dokumen yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti, penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu:

a. Sumber data primer

Dalam hal ini data yang diperoleh hasil dari menyebarkan kuesioner kepada responden mengenai objek penelitian yang berhubungan dengan

Orientasi Pasar, inovasi produk, keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran

b. Sumber data sekunder

Dalam hal ini data sekunder merupakan literature-literatur yang ada hubungannya dengan penelitian seperti buku-buku, dokumen dari instansi terkait mengenai data Pengrajin anyaman di Rajapolah Tasikmalaya.

- Perpustakaan
- Thesis angkatan terdahulu
- Jurnal penelitian Nasional dan Internasional

3.2.3.3. Teknik Penentuan Data

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

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2011:80) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terjadi atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya."

Berdasarkan penjelasan tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh unit Usaha Anyaman Pandan di desa Rajapolah Tasikmalaya yang berjumlah 315 Unit Usaha dengan rincian yang dapat dilihat pada tabel 3.4 di bawah ini

Tabel 3.4.
Sentra Industri Kerajinan Pandan Di Kecamatan Rajapolah Tasikmalaya

Kecamatan	Desa	Unit Usaha	Tenaga Kerja
Rajapolah	Manggungsari	75	675
	Manggungjaya	72	648
	Sukaraja	73	657
	Rajapolah	95	900
Jumlah		315	5.861

Sumber : KOPINKRA Mitra Pandan Desa Manggung jaya

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karateristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2010:116). Sedangkan menurut Danang Sunyoto (2012:47) sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini mengacu kepada pendekatan Slovin (Umi Narimawati, 2010:38) yang dinyatakan dengan rumus:

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

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

E = Batas kesalahan yang ditoleransi (1%, 5%, 10%)

Jika penelitian menggunakan metode deskriptif, maka maksimal tingkat kesalahan dalam penentuan anggota sampel dalam ilmu sosial yang harus diambil adalah 5% dari jumlah populasi yang diketahui. Jumah Populasi yang berada di Kecamatan Rajapolah seluruhnya adalah 315 Unit

Usaha. berikut ini adalah jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian:

$$n = \frac{315}{1 + 315(0{,}05)^2}$$

$$n = \mathbf{176,223} \text{ sampel}$$

Sedangkan untuk sampel tiap desa dapat didapatkan dengan rumus cluster Stratified sampling, yaitu

$$\text{nk} = \frac{\text{Pk}}{\text{N}} \text{ xNi}$$

Dimana:

Nk = Sampel dalam Startum

Ni = Jumlah Anggota dalam Stratum

P = Jumlah anggota populasi seluruhnya

n = banyaknya sampel secara keseluruhan

sehingga sampel tiap Desa dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 3.5
Tabel hasil penghitungan Rumus Stratified

Kecamatan	Desa	Unit Usaha	Sampel
Rajapolah	Manggungsari	75	$= \frac{75}{315}$ x176 = 41.904 = 42
	Manggungjaya	72	$= \frac{72}{315}$ x 176 = 40,228 = 40
	Sukaraja	73	$= \frac{72}{315}$ x176 = 40, 787 = 41
	Rajapolah	95	$= \frac{95}{315}$ x176 = 53,017 = 53
Jumlah		315	176

Sumber: Data Primer yang diolah

Sedangkan teknik sampling (penarikan sampel) yang digunakan oleh peneliti dalam peneltian ini adalah tehnik Non-Probability Sampling yaitu setiap

anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel, sedangkan jenis teknik yang digunakan adalah Purposive Samping dimana Pengambilan sampel dilakukan hanya atas dasar pertimbangan penelitinya saja yang menganggap unsur-unsur yang dikehendaki telah ada dalam anggota sampel yang diambil.

3.2.4. Teknik Pengujian Data

Pengumpulan data dalam pnelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuisioner, maka kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuisioner sangat penting. Keabsahan/kesalahan suatu hasil penelitian ditentukan oleh alat ukur/instrument yang digunakan. Sugiyono (2010:146) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam yang diamati. Untuk menguji tingkat kualitas data terdapat dua konsep yaitu uji validitas dan uji reabilitas.

Uji validitas dan reabilitas dalam suatu penelitian sangat penting karena mencakup mutu seluruh proses pengambilan data sejak konsep disiapkan sampai data siap untuk dianalisis. Dengan adanya uji validitas dan reabilitas maka kita dapat memberikan kesimpulan dan alasan-alasan terhadap hubungan antar variabel.

3.2.4.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:361) **v**aliditas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Sedangkan menurut Uma Sekaran (2003:206) "validitas adalah menguji seberapa baik suatu instrumen yang dibuat mengukur konsep tertentu

yang ingin diukur" Jadi suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi validitas suatu alat ukur maka alat ukur tersebut semakin mengenai pada sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya di ukur.

Menurut Igbarian *et al.* yang menggunakan *guidelines* dari Hair *et al.* dalam Wijanto (2008: 65), tentang *relative importance and significantof the factor loading of each item.* Menyatakan bahwa muatan factor standar (*standardized loading factors)* ≥ 0,50 adalah *very significant.*

Sedangkan Kusnendi (2008:111) menyatakan bahwa suatu indikator valid dan reliabel mengukur variabel latennya, apabila secara statistik koefisien bobot faktor signifikan, artinya koefisien bobot faktor mampu menghasilkan nilai *p-hitung* yang lebih kecil atau sama dengan *cut off value* tingkat kesalahan 0,05 (0,5%), serta besarnya estimasi koefisien bobot faktor yang distandarkan untuk masing-masing indikator tidak kurang dari 0,40 atau 0,50.

Tabel 3.6
Standar Penilaian Untuk Validitas

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

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

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

Keterangan:

r = nilai koefesien korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = Jumlah responden dalampelaksanaan uji coba instrument

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

$$t = \frac{r \pm \sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} : df = n - 2$$

dimana :

n = ukuran sampel

r = Koefisien Korelasi Pearson

df = degree of freedom = n-2

Apabila nilai koefisien korelasi pernyataan-pernyataan yang diuji lebih besar dari 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut merupakan konstruksi yang valid.

Berdasarkan data yang terkumpul dari hasil kuesioner, maka diperoleh hasil uji validitas kuesioner masing-masing variable dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.7
Uji Validitas Variabel Orientasi Pasar

No Pertanyaan	Klasifikasi Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Orientasi Pelanggan	0.517	0.3	Valid
2		0.406	0.3	Valid
3		0.587	0.3	Valid
4		0.477	0.3	Valid
5	Orientasi Pesaing	0.776	0.3	Valid
6		0.677	0.3	Valid
7		0.788	0.3	Valid
8	Koordinasi Antar Fungsi	0.644	0.3	Valid
9		0.558	0.3	Valid
10		0.666	0.3	Valid
11		0.703	0.3	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 21, 2014

Tabel 3.8.
Uji Validitas Variabel Inovasi Produk

No Pertanyaan	Klasifikasi Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
12	Perluasan Lini	0.528	0.3	Valid
13		0.569	0.3	Valid
14		0.522	0.3	Valid
15	Produk Baru	0.478	0.3	Valid
16		0.660	0.3	Valid
17		0.440	0.3	Valid
18		0.506	0.3	Valid
19		0.302	0.3	Valid
20	Produk benar-benar baru	0.636	0.3	Valid
21		0.453	0.3	Valid
22		0.473	0.3	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 21, 2014

Tabel 3.9
Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing

No Pertanyaan	Klasifikasi Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
23	Keunikan Produk	0.713	0.3	Valid
24		0.635	0.3	Valid

No Pertanyaan	Klasifikasi Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
25		0.423	0.3	Valid
26	Kualitas Produk	0.458	0.3	Valid
27		0.428	0.3	Valid
28		0.323	0.3	Valid
29		0.487	0.3	Valid
30	Harga Bersaing	0.314	0.3	Valid
31		0.538	0.3	Valid
32		0.645	0.3	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 21, 2014

Tabel 3.10.
Uji Validitas Variabel Kinerja Pemasaran

No Pertanyaan	Klasifikasi Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
33	Nilai Penjualan	0.624	0.3	Valid
34		0.540	0.3	Valid
35		0.530	0.3	Valid
36	Pertumbuhan Pelanggan	0.555	0.3	Valid
37		0.680	0.3	Valid
38		0.592	0.3	Valid
39	Porsi Pasar	0.604	0.3	Valid
40		0.640	0.3	Valid
41		0.602	0.3	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 21, 2014

Indeks validitas pada variabel orientasi pasar berkisar antara 0.406 hingga 0.788 artinya semua item pernyataan pada variabel anteseden valid.kemudian indeks validitas pada variabel kreatifitas berkisar antara 0.468372 hingga 0.652494 artinya semua item pernyataan pada variabel Kreatifitas valid. Indeks validitas pada variabel inovasi produk berkisar antara 0.61077 hingga 0.797628, artinya semua item pernyataan pada variabel inovasi adalah valid.Terakhir indeks validitas pada variabel kinerja karyawan berkisar antara 0.490506 hingga

0.790286 artinya semua item pernyataan pada variabel kinerja karyawan adalah valid dan koefisien realibilitas sebesar 0.953.

3.2.4.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2009:3) adalah "konsistensi/keajegan data dalam interval waktu tertentu".Reliabilitas adalah konsistensi suatu pengukuran. Reliabilitas tinggi menunjukan bahwa indikator-indikator mempunyai konsistensi tinggi dalam mengukur konstruk latennya. Secara umum untuk mengestimasi reliabilitas adalah *test retest, alternative form, splithalvesdanCronbach's Alpha.*

$$Construct\,\mathrm{Re}liability = \frac{(\Sigma std\ loading)^2}{(\Sigma std\ loading)^2 + e_j}$$

Di mana *std loading (standardized loadings)* dapat diperoleh secara langsung dari keluaran LISREL, dan e_j adalah *measurementerror* untuk setiap indikator atau variabel teramati.

Ekstrak varian mencerminkan jumlah varian keseluruhan dalam indikator-indikator (variabel-variabel teramati) yang dijelaskan oleh variabel laten. Menurut Hair *et al.* (Wijanto, 2008: 66), ukuran ekstrak varian dapat dihitung sebagai berikut:

$$VarianceExtracted = \frac{\Sigma std.loading^2}{N}$$

Di mana N adalah banyaknya variabel teramati dari model pengukuran. Selanjutnya dinyatakan bahwa sebuah konstruk mempunyai reliabilitas yang baik adalah jika:

(a) Nilai *Construct Reliability (CR)*-nya ≥ 0,70

(b) Nilai *Variance Extracted (VE)*-nya ≥ 0,50

Tabel 3.11
Standar Penilaian Untuk Realibitas

	Realibility
Good	0,80
Acceptable	0,70
Marginal	0,60
Poor	0,50

Sumber: Barker *et al* (2002:70)

Berdasarkan hasil kuesioner dan uji validitas, maka didapatkan hasil Uji reliabilitas yang dilakukan dengan dengan metode Alpha. Berikut tabel uji reliabilitas dalam penelitian ini:

Tabel 3.12.
Uji reliabilitas Orientasi Pasar

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	180	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	180	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	11

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 21, 2014

Tabel 3.13.
Uji reliabilitas Inovasi Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	180	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	180	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.704	11

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 21, 2014

Tabel 3.14.
Uji reliabilitas Keunggulan bersaing

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	180	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	180	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.655	10

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 21, 2014

Tabel 3.14.
Uji reliabilitas Kinerja Pemasaran

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	180	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	180	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.723	9

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 21, 2014

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 kedalam 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 dan Verifikatif.

3.2.5.1.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2008:147) analisis Deskriptif adalah "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 umum atau generalisasi".

Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana pengaruh orientasi pasar, inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran. Metode kualitatif yaitu metode pengolahan data yang menjelaskanpengaruh dan hubungan yang dinyatakan dengan kalimat, adapun langkah-langkah analisis deskriptif adalah sebagai berikut:

1. Setiap indikator yang diisi oleh responden diklasifikasikan dalam 5 alternatif jawaban dengan menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban.
2. Dihitung total skor setiap variabel/sub variabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua responden
3. dihitung skor setiap variabel/subvariabel = rata-rata dari total skor
4. untuk mendeskripsikan jawaban responden digunakan juga statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik
5. untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut:

$$\text{skor total} = \frac{\text{skor aktual}}{skor\ ideal}\, x\ 100\%$$

keterangan :

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

Prinsip pengklasifikasian persentase skor jawaban responden diadopsi dari buku Metode Penelitian Bisnis karangan Sugiyono dengan kriteria pengklasifikasian dapat dilihat pada tabel 3.15:

Tabel 3.15
Kriteria Skor Jawaban Responden Berdasarkan Persentase Skor Ideal

No	Peresentase Skor Awal	Kategori Skor
1	20,00 - 36,00	Sangat Rendah/Tidak Baik
2	36,01 - 52,00	Rendah/Kurang baik
3	52,01 - 68,00	Cukup Tinggi/Cukup baik
4	68,01 - 84,00	Tinggi/Baik
5	84,01 – 100	Sangat Tinggi/Sangat Baik

Sumber: Sugiyono, 2010

No	Peresentase Skor Awal	Kriteria orientasi pasar	Inovasi produk	Keunggulan bersaing	Kinerja pemasaran
1	20,00 - 36,00	Tidak berorientasi	Tidak berinovasi	Tidak unggul	Tidak baik
2	36,01 - 52,00	Kurang berorientasi	Kurang berinovasi	Kurang unggul	Kurang baik
3	52,01 - 68,00	Cukup berorientasi	Cukup berinovasi	Cukup unggul	Cukup baik
4	68,01 - 84,00	Berorientasi	Berinovasi	Unggul	Baik
5	84,01 - 100	Sangat berorientasi	Sangat berinovasi	Sangat unggul	Sangat baik

3.2.5.1.2. Analisis Verifikatif

3.2.5.1.3. Uji Method Of Successive Interval (MSI)

Karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval*(Harun Al Rasyid, 1994 :131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukanpenghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dansetiap pilihan jawaban
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

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

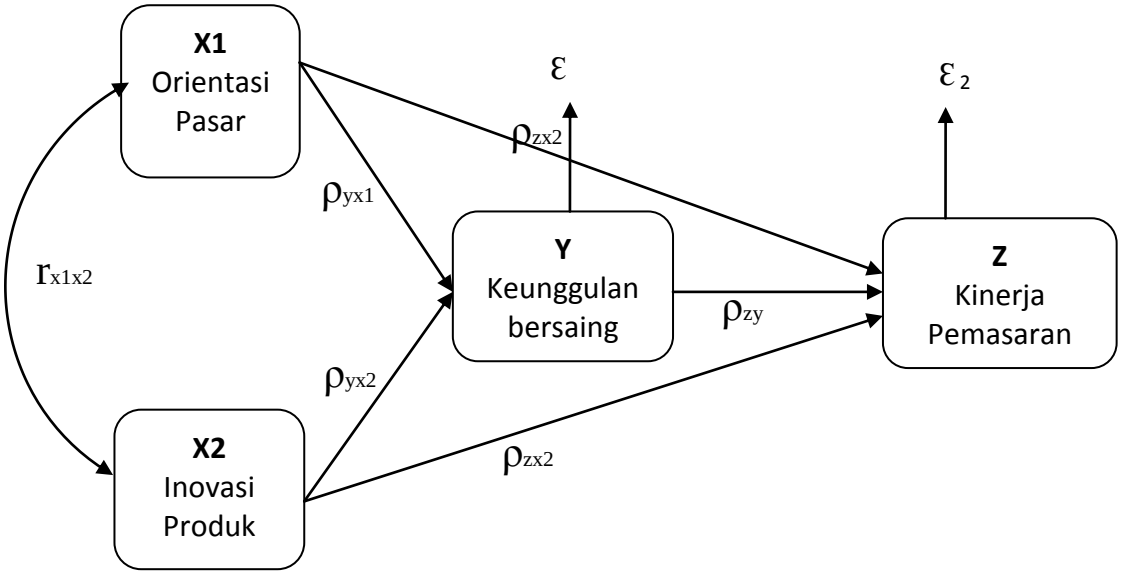
Sumber : Umi Narimawati (2010:47)

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Adapun di dalam proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan program *software* MSI.

3.2.5.1.4. Analisis Jalur (Path Analysis)

Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis akan menggunakan Analisis Jalur (*path Analysis).* Analisis jalur digunakan apabila secara teori kita yakin

bahwa variabel yang kita teliti memiliki hubungan sebab akibat dengan menerangkan pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel yang diteliti.



Gambar 3.2 Hubungan Kausal Antar Variabel

Gambar 3.2 diatas menggambarkan adanya hubungan antara variabel eksogen yaitu X_1 dan X_2, serta memperlihatkan adanya pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y, dan memperlihatkan pengaruh variabel X_1, X_2 dan Y terhadap variabel Z.

Setiap variabel, eksogen maupun endogen digambarkan dalam bentuk persegi atau kotak sedangkan error (Ɛ) atau variabel lain diluar Y digambarkan dalam bentuk lingkaran. Hubungan antara X_1 terhadap X_2 disebut dengan hubungan causal, serta X_1 dan X_2 terhadap Y dan X_1 dan X_2 terhadap Z serta Y terhadap Z menggambarkan hubungan pengaruh (causal Path). Pengaruh dari X_1 terhadap Y dan X_2 terhadap Y disebut pengaruh langsung (*Direct Effect*), sedangkan pengaruh dari X_1 terhadap Z melalui X_2 dan Y disebut pengaruh tidak langsung (*Indirect effect*).

1. Koefisien Jalur

Koefisien jalur mengindikasikan besarnya pengaruh langsung dari suatu variabel yang mempengaruhi terhadap variabel yang dipengaruhi atau dari suatu variabel *eksogen* terhadap variabel *endogen*. Untuk lebih memperjelas setiap koefisien jalur dapat dilihat pada sebuah *path diagram*. Perhatikan kembali gambar 3.1 dapat kita lihat koefisien-koefisien jalur sebagai berikut :

a) ρyx_1 adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_1 terhadap Y

b) ρyx_2 adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_2 terhadap Y

c) ρ_{Zx1} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_1 terhadap Z

d) ρzx_2 adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_2 terhadap Z

e) ρzy adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung Y terhadap Z

f) $\rho y\mathcal{E}_1$ akan dihitung melalui rumus $py\mathcal{E}_1 = \sqrt{1 - R^2_{y.X1.X2}}$

g) $\rho z\mathcal{E}_2$ akan dihitung melalui rumus $py\mathcal{E}_2 = \sqrt{1 - R^2_{z.X1.X2.y}}$

2. Persamaan Struktural

Model variabel yang dianalisis dalam analisis jalur (*path analysis*) dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan yang biasa disebut persamaan struktural. Persamaan struktural menggambarkan hubungan sebab akibat antar variabel yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematis. Persamaan struktural pada penelitian ini dapat digambarkan pada sebagai berikut :

$Y = \rho yx_1 X_1 + \rho yx_2 X_2 + \rho y\mathcal{E}_1$

$Z = \rho zx_1 X_1 + \rho zx_2 X_2 + \rho zy Y + \rho z\mathcal{E}_2$

Persamaan di atas menyatakan hubungan kausal dari X1 dan X2 serta Ɛ terhadap Y dan hubungan kausal dari X1, X2 dan Y serta Ɛ terhadap Z.

3. Menghitung Koefisien korelasi

Diketahui bahwa koefisisen korelasi atau leih dikenal dengan koefisien hubungan dalam penelitian ini hanya terdapat 1 hubungan koefisisen korelasi yaitu antara X_1dan X_2 dan sisanya merupakan hubungan kausal sehingga untuk melihat besarnya pengaruh koefisisen korelasi dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$rx1x2 = \frac{\mathrm{n}(\sum \mathrm{x1x2}) - (\sum \mathrm{x1} \sum \mathrm{x2})}{\sqrt{[n\sum x_2^2 - (\sum x1)^2][n\sum x2^2 - (\sum x2)^2]}}$$

Sumber : Nazir. (2003:464)

Besarnya koefisien korelasi adalah -1 ≤ r ≤ 1 :

a) Apabila (-) berarti terdapat hubungan negatif.

b) Apabila (+) berarti terdapat hubungan positif.

Interprestasi dari nilai koefisien korelasi :

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

Sehingga interprestasi nilai r dapat diartikan dalam table yang dibahas oleh Sugiyono dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Bisnis sebagai berikut:

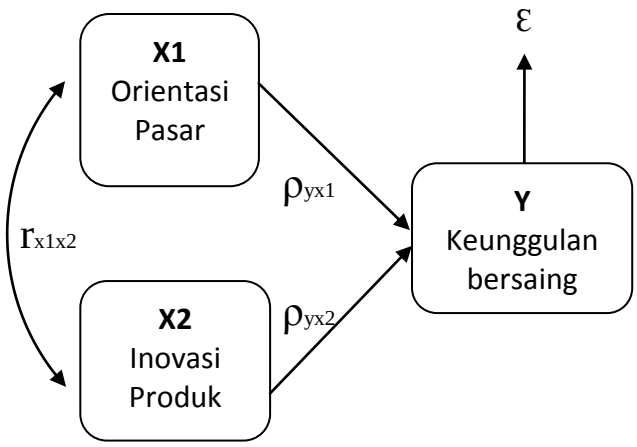
Tabel 3.16
Interpretasi Koefisien Korelasi

Jenis Interval	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 : Sugiyono, (2010:183)

Setelah menghitung koefisisen korelasi maka dapat juga dihitung seberapa besar pengaruh antar variable secara langsug dan tidak langsung yang dapat diurai sebagai berikut :

1. Besarnya pengaruh substruktur 1 (Pengaruh orientasi paasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing)



Gambar 3.3 Sub-Struktur 1

a) Pengaruh Variabel X_1 terhadap variabel Y:

Pengaruh X_1 terhadap X_2 Secara langsung = $(\rho yx_1)\times(\rho yx_1)$ =…….

Pengaruh X_1 terhadap Y melalui X_2 = $(\rho yx_1)\times(rx_2x_3)\times(\rho yx_2)$ =……. +

Pengaruh Total =……

Berdasarkan pada nilai pengaruh total di atas, maka dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dari variabel X_1 terhadap variabel Y.

b) Pengaruh Variabel X_2 terhadap variabel Y:

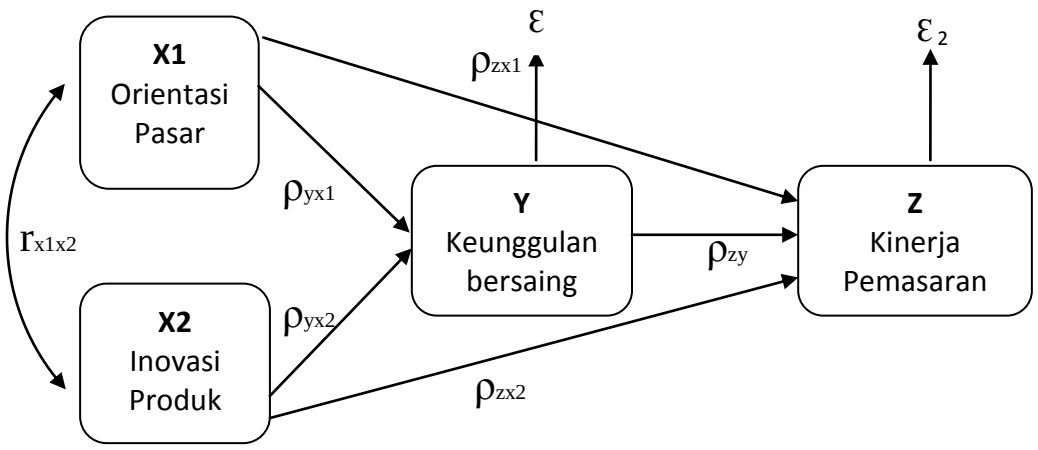
Pengaruh X_1 terhadap X_2 Secara langsung = $(\rho yx_2)\times(\rho yx_2)$ =…….

Pengaruh X_2 terhadap Y melalui X_1 = $(\rho yx_2)\times(rx_1x_2)\times(\rho yx_1)$ =……. +

Pengaruh Total =…….

Berdasarkan pada nilai pengaruh total di atas, maka dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel X_2 terhadap variabel Y.

2. Besarnya pengaruh substruktur 2 (Pengaruh orientasi pasar, inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran)



Gambar 3.4. Sub-Struktur 2

a) Pengaruh Variabel X_1 terhadap variabel Z:

Pengaruh X_1 terhadap Z Secara langsung = $(\rho zx_1)\times(\rho zx_1)$ =…….

Pengaruh X_1 terhadap Z melalui X_2 = $(\rho zx_1)\times(rx_1x_2)\times(\rho zx_2)$ =…….

Pengaruh X_1 terhadap Z melalui Y = $(\rho zx_1)\times(\rho yx_1)\times(\rho zy)$ =……. +

Pengaruh Total =…….

Berdasarkan pada nilai pengaruh total di atas, dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel X_1 terhadap variabel Z.

b) Pengaruh Variabel X_2 terhadap variabel Z:

Pengaruh X_2 terhadap Z Secara langsung = $(\rho zx_2)\times(\rho zx_2)$ =…….

Pengaruh X_2 terhadap Z melalui X_1 = $(\rho zx_2)\times(rx_1x_2)\times(\rho zx_1)$ =…….

Pengaruh X_2 terhadap Z melalui Y = $(\rho zx_2)\times(\rho yx_2)\times(\rho zy)$ =……. +

Pengaruh Total =…….

Berdasarkan pada nilai pengaruh total di atas, dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel X_2 terhadap variabel Z.

c) Pengaruh Variabel Y terhadap variabel Z:

Pengaruh Y terhadap Z = $(\rho zy)\times(\rho zy)$ =…….

Pengaruh Total =…… +

Berdasarkan pada nilai pengaruh total di atas, maka dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dari variabel Y terhadap variabel Z.

4. Uji Kecocokon Model (*Goodness of Fit*)

Uji kecocokan model dimaksudkan untuk menguji apakah model yang diusulkan memiliki kesesuaian (*fit*) dengan data sampel atau tidak. Suatu model dikatakan *fit* apabila matrix korelasi sampel tidak jauh berbeda dengan matrik korelasi estimasi. Secara manual formula untuk menguji kesesuaian model dalam penelitian ini menggunakan rumus statistik Q, yaitu:

$$Q = \frac{1 - \mathrm{R}_{\mathrm{m}}^2}{1 - \mathrm{M}}$$

Keterangan:

Dimana $R_m^2 = 1 - (1 - \mathrm{R}_1^2)(1 - \mathrm{R}_2^2)$

Jika Q = 1, maka mengindikasikan model *fit* sempurna

M = R_m^2 jika koefisisen jalur semuanya signifikan.

3.3. Analisis Jalur Dengan Lisrel

LISREL adalah sebuah *software* yang dikembangkan khusus untuk menangani permasalah Structural Equation Modeling (SEM). LISREL dikembangkan oleh dua orang ahli psikologi pendidikan yaitu Prof. Karl Joreskog dan Prof. Dag Sorbom. Tetapi sekarang Lisrel tidak hanya digunakan untuk menangani masalah SEM namun juga dapat digunakan untuk path analysis. Adapun cara perhitungan analisis jalur menurut jonathan sarwono (2007:2) dalam Edi Riadi (2013:11) adalah sebagai berikut:

a) Adanya Linieritas (hubungan antarvariabel yang bersifat linier)
b) Adanya aditifitas (tidak ada efek-efek interaksi)
c) Data berskala interval, data dirubah dari bentuk ordinal menjadi interval (dengan MSI)
d) Semua variable residual (yang tidak diukur) tidak berkorelasi dengan salah satu variable dalam model
e) Semua variable residual (*disturbance terms*) tidak boleh berkorelasi dengan semua variable endogenus dalam model, jika dilanggar, maka akibatnya hasil regresi menjadi tidak tepat untuk mengestimasikan parameter-parameter jalur.
f) Sebaiknya terdapat multikolinieritas yang rendah, maksudnya dalahdua atau lebih variable bebas (penyebab) mempunyai hubungan yang sangat tinggi. Jika terjadi hubungan yang sangat tinggi, maka kita akan mendapatkan standar eror yang besar dari koefisisen beta yang digunakan untuk

menghilanngkan varian biasa dalam melakukan analisis korelasi secara parsial.

g) Adanya *recursivitas.* Semua anak panah mempunyai satu arah, tidak boleh terjadi pemutaran kembali (*looping*).

h) Spesifikasi model benar diperlukan untuk menginterprestasikan koefisien-koefisisen jalur. Kesalahan spesifikasi terjadi ketika variable penyebab yang signifikan dikeluarkan dari model. Semua koefisien jalur akan merefleksikan kovarian bersama semua variable yang tidak diukur dan tidak akan dapat diinterpretasi secara tepat dalam kaitannya dengan akibat langsung dan tidak langsung.

i) Terdapat masukan korelasi yang sesuai.

j) Terdapat ukuran sampel yang memadai.

k) Sampel homogen dibutuhkan untuk penghitungan regresi dalam model jalur

l) Asumsi jalur mengikuti asumsi umum regresi linier

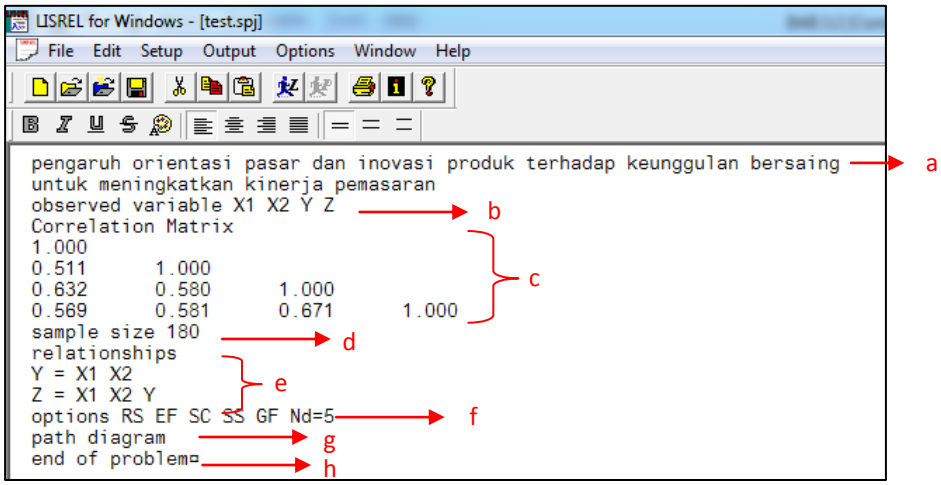
3.3.1. Cara Mengolah data *Path analysis* dengan Bantuan Lisrel

Adapun cara untuk mengolah data menggunakan Aplikasi Lisrel versi 8.8 adalah sebagai berikut

a) Import data yang telah dirubah dari bentuk ordinal menjadi Interval, sehingga data tersebut dapat kita hitung matriks korelasi atau matrix kovariannya. Dengan cara menormalisasi data yang diinput. Matrik korelasi merupakan korelasi antar variabel yang telah diinput oleh user. Hal ini akan disimpan dalam bentuk *Prelis* data, hasil output dari langkah pertama ini adalah hasil

analisa deskriptif yang diolah oleh program itu sendiri yang berbentuk angka statistic.

b) Setelah didapat *Correlation Matrix* atau *Covariance matrix* kita dapat memasukan 2 cara menggunakan lisrel untuk mengolah data sebagai analisa verifikatif, yaitu dengan *Simplis Project* dan *Lisrel Project*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan Simplis project karena bahasa pemrograman lebih mudah. Adapun tampilan *simplis project* sebagai berikut:



Gambar 3.5
Bahasa Program Simplis Project Lisrel 8.8

Keterangan:

a) Judul, Informasi mengenai masalah penelitian yang sedang kita teliti

b) Statement mengenai variable yang akan diestimasi

c) Koefisisen korelasi (*Correlation Matrix*) yang didapat setelah normalisasi data yang dapat dilihat pada pada *output syntax* hasil olah data

d) Ukuran atau sampel yang diteliti

e) Persamaan structural, lebih mudahnya adalah variable *endogenus* dipengaruhi oleh variable *exogenus*. Hal ini dapat ditentukan sesuai

dengan model yang kita ajukan sesuai paradigm kerangka pemikiran. Pada contoh diatas pada baris pertama Y dipengaruhi oleh X1 dan X2. Sedangkan pada baris kedua mengindikasikan Z dipengaruhi oleh X1, X2 dan Y

f) Options, merupakan hasil output yang ingin kita tampilkan pada hasil olah data
    1) RS (*standardized residual, Q-plot, and Fitted Covariance or correlation or moment*).
    2) EF (*total effects and indirect effects*). memperlihatkan pengaruh total antar variable dan pengaruh tidak langsung
    3) SC (*solution completely standardized*)
    4) SS (*standardized solution*).
    5) GF (*Goodness Of Fit Index*). Memperlihatkan uji kecocockan model dengan data yang diajukan
    6) Nd (*number of decimals*). Nilai output jumlah angka dalam decimal contoh Nd=5 hasilnya 3,12345 sedangkan Nd=2 hasilnya 3,12
g) *Syntax path* merupakan hasil output akhir yang menggambarkan diagram jalur lengkap dengan koefisisen pengaruh antar variabel.
h) *Syntax* penutup untuk mengakhiri pemrograman pada Simplis Project.

Setelah membuat bahasa pemrograman dalam simplis project maka akan didapatkan hasil output yang berupa *path diagram* dan output yang berupa angka yang menunjukan data telah diolah sesuai dengan program simplis yang kita

ajukan. Data tersebut berisi mengenai persamaan structural dan nilai pengaruh antar variable eksogenus dan variable endogenus, serta uji kecocokan model.

3.3.2. Cara Membaca *PATH analysis* berdasarkan hasil Output LISREL

Hasil output Lisrel akan memperlihatkan beberapa hasil matrix yang telah diurai berdasarkan data yang kita olah menggunakan aplikasi tersebut, biasanya berupa hubungan antar variable bebas terikat dan tidak terikat, atau hubungan pengaruh langsung dan tidak langsung antar variable dan uji kecocokan model. Hasil tersebut dapat ditampilkan sebagai berikut:

a) Hasil Output Structural Model pada Path Analysis Lisrel Versi 8.8

1. Matrik Beta (Full Matrix, menunjukkan hubungan antar construct endogenous)

$$B = \begin{bmatrix} 0 & 0 \\ \beta_{21} & 0 \end{bmatrix}$$

2. Matrik Gamma (Full Matrix, menunjukkan hubungan antara construct exogenous dan construct endogenous)

$$\Gamma = \begin{bmatrix} \gamma_{11} & \gamma_{12} \\ \gamma_{21} & \gamma_{22} \end{bmatrix}$$

3. Matrik Psi (Full Matrix, menunjukkan error dari construct endogenous)

$$\Psi = \begin{bmatrix} \psi_{11} & \\ 0 & \psi_{22} \end{bmatrix}$$

4. Standardized Total Effects of X on Y (memperlihatkan total effect antara variable Exogenus dan variable Endogenus)

$$\begin{matrix} & \begin{matrix} \text{X1} & \text{X2} \end{matrix} \\ \begin{matrix} Y \\ Z \end{matrix} & \begin{bmatrix} 00 & 00 \\ 00 & 00 \end{bmatrix} \end{matrix}$$

5. Standardized Indirect Effects of X on Y (pengaruh tidak langsung variable Exogenus ke variable endogenus)

$$\begin{matrix} & \begin{matrix} \text{X1} & \text{X2} \end{matrix} \\ \begin{matrix} Y \\ Z \end{matrix} & \begin{bmatrix} - & - \\ 00 & 00 \end{bmatrix} \end{matrix}$$

6. Standardized Total Effects of Y on Y (pengaruh total antara variable endogenus)

$$\begin{matrix} & \begin{matrix} Y & Z \end{matrix} \\ \begin{matrix} Y \\ Z \end{matrix} & \begin{bmatrix} - & - \\ 00 & - \end{bmatrix} \end{matrix}$$

b) Likelihood Ratio Chi-Square Statistics

Alat ukur yang paling penting untuk menguji model keseluruhan adalah likelihood chi square. Nilai chi square yang besar (relatif terhadap derajat kebebasan) menunjukkan perbedaan antara matrik input terhadap matrik hasil estimasi (korelasi atau kovarians), P-value dari statistik chi square diharapkan untuk lebih besar dari 0.05 atau 0.1, yakni uji tidak signifikans. Bila uji tidak signifikans, yang berarti matrik input dengan matrik hasil estimasi tidak berbeda, maka model yang diajukan cocok.

Kekurangan dari statistik chi square ini adalah dapat dipengaruhi oleh jumlah sampel yang terlalu besar atau terlalu kecil, dengan kata lain statistik chi square sensitif terhadap jumlah sampel. Disarankan jumlah sampel berkisar antara 100 sampai 200.

c) Goodness of Fit Index (GFI)

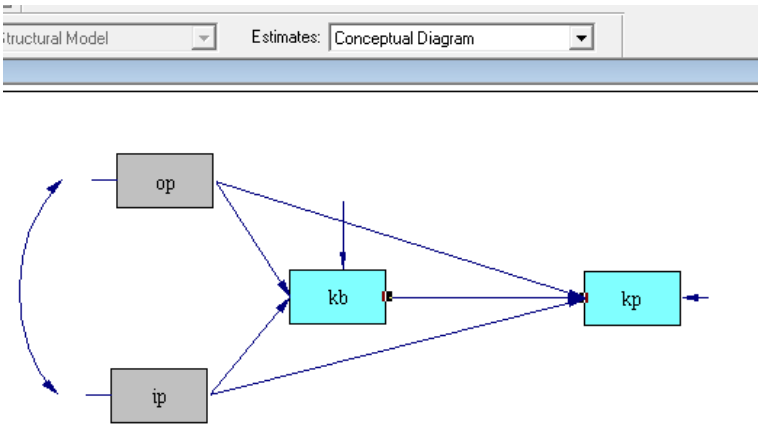
merupakan sebuah nilai yang disediakan LISREL, GFI tidak memiliki acuan signifikansi. Akan tetapi sebuah model dikatakan baik apabila nilai GFI (P) mendekati 1 dan buruk apabila mendekati 0. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa jika nilai P=1 model telah sesuai dengan data yang diinginkan.

3.3.3. Hasil Output Path Diagram pada Path Analysis Lisrel Versi 8.8

Path diagram merupakan salah satu OUTPUT Lisrel. Path diagram menggambarkan beberapa hasil output dalam bentuk diagram dengan fungsi masing masing dan hasil output yang kita inginkan

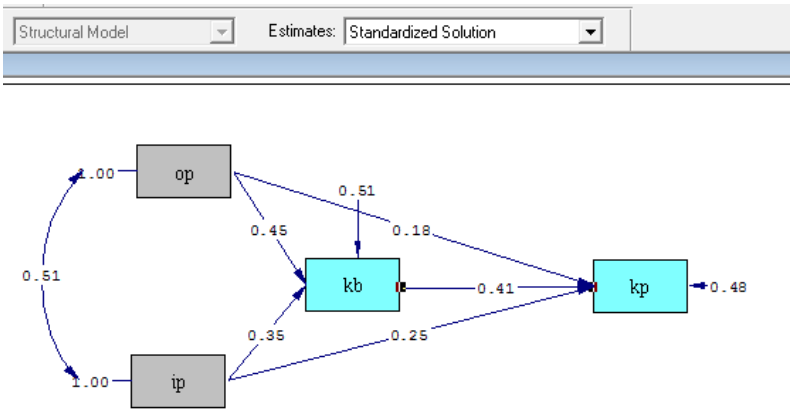
Path Diagram merupakan hasil output syntak dari bahasa pemrograman *Simplis Project*. Umumnya berisi mengenai model yang diajukan (kausal dan korelasional), nilai standar masing-masing pengaruh antar variabel, nilai T_{hitung} antar variabel. Hasil output tersebut dapat kita ketahui sebagai berikut:

1. *Conceptual Diagram* (Model yang Diajukan sesuai kerangka



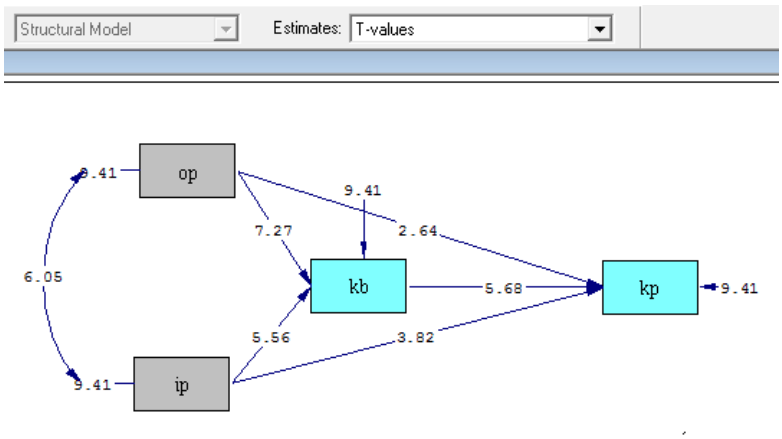
Gambar 3.6
Conceptual Diagram

2. *Standard Solution* (Nilai tiap pengaruh antara tiap variable yang telah diperlihatkan dengan diagram jalur)



Gambar 3.7
Standard Solution

3. *T-Values* (Nilai T_{hitung} tiap variabel yang secara otomatis dihasilkan oleh aplikasi Lisrel yang digambarkan dalam diagram jalur)



Gambar 3.4
T-Values Diagram Output Lisrel 8.8

3.4. Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian akan diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis jalur (*path analysis*) yang diperoleh. Penelitian menggunakan pengujian hipotesis statistik, taraf signifikan dan uji statistik.

Pengujian hipotesis menggunakan analisis jalur dilakukan dua tahapan yaitu pengujian secara parsial (pengujian pengaruh variabel secara masing-masing) dan secara simultan (pengujian model pengaruh variabel secara bersama-sama). Adapun statistik uji yang diuji berbunyi seperti demikian:

a) Terdapat pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing secara parsial maupun simultan
b) Terdapat pengaruh orientasi pasar, inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran secara parsial maupun simultan
c) Terdapat pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran.

3.4.1. Hipotesis Simultan

Hipotesis secara simultan adalah pengujian yang dilakukan untuk melihat kebermaknaan variabel-variabel penyebab secara bersama-sama terhadap variabel akibat. Langkah untuk pengujian ini adalah menggunakan uji F yang dijelaskan sebagai berikut :

a. Hipotesis yang diuji adalah.

H_o: $P_{yx1} = P_{yx2} = 0$	Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Orientasi Pasar, Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.
H_1: $P_{x3xi} \neq 0$	Terdapat pengaruh yang signifikan Orientasi Pasar, Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.

b. Penentuan hasil pengujian (penerimaan atau penolakan H_0) dapat dilakukan dengan membandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

c. Menghitung $_{Fhitung}$ dengan rumus:

$$F = \frac{(n-k-1)\text{x } R^2_{yx1x2}}{K \text{ x } (1 - R^2_{yx1x2})}$$

Dimana:

R^2 = Koefisien Determinasi X_1, X_2 , Y

n = Jumlah Observasi

k = Banyaknya variabel

d. Hasil F_{hitung}dibandingkan dengan F_{tabel} dengan kriteria:

- H0 diterima bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$
- H0 ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$

3.4.2. Hipotesis Parsial

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan bermakna atau tidaknya pengaruh satu variabel eksogen secara parsial terhadap variasi variabel endogen. Langkah pengujian hipotesis menggunakan uji statistik t adalah sebagai berikut :

a) Penetapan hipotesis

H0 : $\rho_{YX1} = 0$ Tidak terdapat pengaruh variabel eksogen secara parsial terhadap *endogen*

H1 : $\rho_{YX1} \neq 0$ Terdapat pengaruh variabel eksogen secara parsial terhadap *endogen*

b) Menentukan tingkat signifikan α = 0,05 dan derajat bebas (db) = (n-k–1) atau dengan menggunakan Tabel distribusi T untuk menentukan nilai T_{tabel} yang merupakan patokan daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.

c) Menghitung statistik uji untuk pengujian T_{hitung} dengan rumus:

$$t_h = \frac{\rho yx_i}{\sqrt{\frac{(1-R^2_{yx1x2})xCR_{ii}}{(n-k-1)}}}$$

Keterangan:

ρ_{YXi} = koefisien jalur

R^2_{YX1X2} = koefisien determinasi

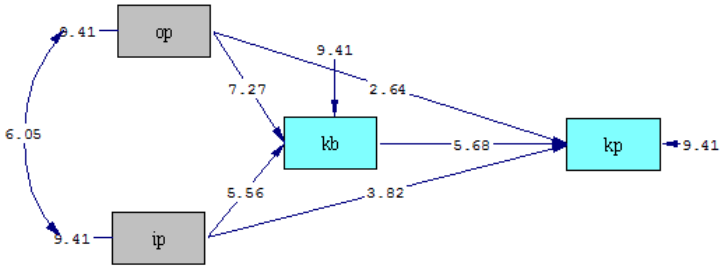
CR_{ii} = nilai diagonal invers matrik korelasi

d) Hasil t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan kriteria:

Ho diterima jika $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

Namun karena penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi LISREL versi 8.8, maka t_{hitung} langsung didapatkan dengan melihat hasil output pada pada aplikasi tersebut.



Gambar 3.9 Path diagram menampilkan hasil t_{hitung}