BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu tulisan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data – data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut yang berjudul : **"Pengaruh Kekuatan Pemasok dan Pengembangan Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Usaha Cinderamata Alat Musik Tradisional Di Kota Bandung). "**

Pengertian Objek penelitian menurut **Sugiyono (2011:32)** adalah sebagai berikut : "Objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan"

Sesuai dengan pengertian diatas bahwa pengertian objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah. Objek penelitian ini adalah variabel pendapat – pendapat pemilik usaha cinderamata alat music tradisional di kota Bandung.

Didalam penelitian ini, penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapaun variabel yang akan diteliti didalam peneitian ini adalah:

1. Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti (Ferdinand, 2006). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *dependent* adalah Keunggulan Bersaing

2. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006). Variabel bebas adalah variabel yang menjadi penyebab atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Adapun yang menjadi variabel *independent* dalam penelitian ini adalah Kekuatan Pemasok dan Pengembangan Produk.

3.2 Metode Penelitian

Menurut **Sugiyono (2012:5)** Metode penelitian bisnis adalah: "Cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bidang bisnis.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan keadaan berdasarkan data dan fakta yang dikumpulkan

kemudian disusun secara sistematis yang selanjutnya dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan. Sedangkan metode verifikatif merupakan metode yang digunakan untuk menguji hipotesis yang ditentukan oleh peneliti dengan statistik dan kemudian dijadikan kesimpulan. Metode verifikatif juga digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis, sehingga metode ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel penelitian dan besarnya arah hubungan antar variabel, seperti besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah satu sampai lima. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data dapat dikumpulkan, dianalisis, dan ditarik kesimpulan dengan teori-teori yang telah dipelajari, untuk kemudian ditarik kesimpulan.

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut **Mashuri (2008)** dalam Umi Narimawati (2010:29) adalah sebagai berikut: “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 hal ini dimana variabel X1 adalah pengaruh Kekuatan Pemasok , variable X2 adalah Pengembangan Produk dan variabel Y adalah Keunggulan Bersaing . Penelitian ini bertujuan memperoleh gambaran tentang variabel faktor

pemasok dan produk mempengaruh kemampuan suatu usaha dapat bersaing. Sedangkan, pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif, karena data pengaruh Pemasok dan Pengmbangan produk terhadap keunggulan bersaing yang diperoleh dari penelitian ini berupa data kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data tersebut akan dikumpulkan, dianalisis dan diproses lebih lanjut sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari, jadi dari data tersebut akan ditarik kesimpulan.

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis.

Menurut Moh. Nazir (2005:84) desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2002:249) menyatakan bahwa : "Desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode dan prosedur – prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data."

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.

Dari pemaparan di atas maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan penelitian mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu.

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan desain penelitian yang lebih luas, yang mencangkup proses-proses berikut ini:

1. Sumber Masalah

   Peneliti menentukan masalah-masalah sebagai fenomena untuk dasar penelitian.

2. Perumusan Masalah

   Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Pada penelitian ini masalah-masalah dirumuskan melalui suatu pertanyaan, yang akan diuji dengan cara yang relevan dan penemuan yang relevan.

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 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 Kekuatan pemasok dan Pengembangan produk terhadap Keunggulan bersaing .

5. Metode Penelitian

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

6. Menyusun Instrumen Penelitian

   Peneliti dapat menyusun instrument penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Pada penelitian ini untuk menguji adanya hubungan dari Kekuatan pemasok (Variabel Independen“X1”) dan

Pengembangan produk (Variabel Independen“X2”) terhadap Keunggulan bersaing (Variabel dependen“Y”) digunakan korelasi *Analisis Regresi Berganda*, dan untuk menguji pengaruh dari *Kekuatan pemasok* (Variabel Independen“X1”) dan Pengembangan produk (Variabel Independen“X2”) terhadap Keunggulan bersaing (Variabel dependen“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 bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat ditentukan desain penelitian sebagai berikut:

Table 3.1 Matriks Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis Penelititan	**Metode yang Digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Usaha cinderamata alat musik tradisional	*Cross Sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Usaha cinderamata alat musik tradisional	*Cross Sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Usaha cinderamata alat musik tradisional	*Cross Sectional*

T-4	*Verificative*	*Explanatory Survey*	Usaha cinderamata alat musik tradisional	*Cross Sectional*
T-5	*Verificative*	*Explanatory Survey*	Usaha cinderamata alat musik tradisional	*Cross Sectional*

Sumber: Umi Narimawati (2008)

3.2.2 Operasional Variable

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikkan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2004).

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai Pengaruhkekuatan pemasok dan pengembangan produk terhadap keunggulan bersaing, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Pengaruh Kekuatan pemasok sebagai variabel independen pertama (X1)
2. Variabel Pengembangan produk sebagai variabel Independen kedua (X2)
3. Variabel Keunggulan bersaing sebagai variabel dependen ke tiga (y)

Untuk lebih jelasnya rincian masing-masing variabel dapat dijelaskan dalam table dibawah.

Tabel 3.2

Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Kekuatan Pemasok (X1)	Pemasok merupakan organisasi yang menyediakan input bagi perusahaan seperti bahan baku, jasa, dan tenag kerja. Daya tawar pemasok, menunjukan kemampuan yang dimiliki pemasok untuk menaikan harga input atau menaikan harga produksi perusahaan dengan menyediakan input yang kurang berkualitas. (Ismail Solihin 2012;42)	Jumlah Pemasok	kepenting jumlah pemasok Produk	Tingkat kepenting jumlah pemasok Produk	Ordinal
		Kemampuan Pemasok mengendalikan bahan baku	Kemampuan Pemasok mengendalikan bahan baku	Tingkat Kemampuan Pemasok mengendalikan bahan baku	Ordinal
			Kemampuan Pemasok mengendalikan harga bahan baku	Tingkat Kemampuan Pemasok mengendalikan harga bahan baku	Ordinal
		Hubungan pemasok dengan perusahaan	Hubungan pemasok dengan perusahaan	Tingkat Hubungan pemasok dengan perusahaan	Ordinal
		kepentingan bahan baku yang dipasok	kepentingan bahan baku yang dipasok	Tingkat kepentingan bahan baku yang dipasok	Ordinal
Pengembangan Produk (X2)	Kotler dan Armstrong (2008:309), pengembangan produk adalah	Kinerja Produk	Kemampuan kinerja produk	Tingkat kemampuan kinerja produk	Ordinal

	mengembangkan konsep produk menjadi produk nyata untuk dapat memastikan bahwa ide produk dapat di ubah menjadi produk yang bisa dikerjakan. Pengembangan produk merupakan strategi pemasaran yang memerlukan penciptaan produk baru yang dapat dipasarkan.	Biaya Produk	Besar biaya produk atau produksi per unit	Tingkat besar biaya produk atau produksi per unit	Ordinal
		Waktu pengembangan produk	Jangka waktu dalam pengembangan produk	Tingkat jangka waktu dalam pengembangan produk	Ordinal
		Biaya pengembangan	Kemampuan perusahaan membiayai pengembangan	Tingkat kemampuan perushaan membiayai pengmbangan	Ordinal
		Kapabilitas pengembangan	Kemampuan perusahaan memberi nilai tambah produk	Tingkat kemampuan perusahaan memberi nilai tambah produk	Ordinal
Keunggulan Bersaing (Y)	Kotler (2001:95), keunggulan bersaing adalah keunggulan atas pesaing yang didapat dengan menyampaiakn nilai pelanggan yang lebih bersar, melalui harga yang lebih murah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi.	Keunikan Produk	Keunikan dari produk pasaran	Tingkat keunikan dari produk pasaran	Ordinal
		Kualitas Produk	Kualitas Produk yang di produksi	Tingkat kualitas Produk	Ordinal
		Harga	Persaingan harga dipasaran	Tingkat persaingan harga dipasaran	Ordinal

Dalam penelitian ini, skala yang digunakan adalah skala ordinal. Pengertian dari skala ordinal menurut **Sugiyono (2012)** adalah sebagai berikut "Skala ordinal adalah skala yang berjenjang dimana sesuatu lebih atau kurang dari yang lain. Data yang diperoleh dari pengukuran dengan skala ini disebut dengan data ordinal yaitu data yang berjenjang yang jarak antara satu data dengan yang lain tidak sama."

Dari pengertian diatas tujuan dari penggunaan skala ordinal adalah memperoleh informasi berupa nilai pada jawaban. Variabel-variabel tersebut diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuesioner berskala ordinal yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala *likert*

Menurut **Sugiyono (2012 :132)** skala *likert* adalah sebagai berikut "Skala ***likert*** digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial."

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

Tabel 3.3

Pilihan jawaban kuisoner positif

Keterangan	Nilai

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Kurang Setuju	2
Tidak Setuju	1

Sumber : **Sugiyono (2012: 133)**

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data ada dua yaitu data primer dan sekunder. **Sugiyono (2012:193)** menyatakan bahwa "Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau melalui dokumen".

Menurut Umar Husein (2005:41), Sumber data ada dua yaitu data primer dan sekunder, yaitu:

1. Data Primer

   Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti baik dari pribadi (*franchisee*) maupun dari satu instansi yang mengolah data untuk keperluan penelitian, seperti dengan cara melakukan wawancara secara

langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

2. Data Sekunder Merupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta catatan-catatan kuliah yang menunjang penelitian ini. Metode Penarikan Sample

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, maka peneliti melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan, yaitu

3.2.3.3.1. Populasi

Pengertian populasi menurut **Sugiyono (2012:115)**, adalah "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Menurut **Sugiyono (2012:115)**, populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain, bukan pula jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Dengan demikian maka populasi dalam penelitian ini adalah 15 pengusaha atau pemilik usaha cinderamatae alat music tradisional di bandung

3.2.3.3.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Adapun definisi sampel menurut Sugiyono adalah :

”Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi, meskipun jumlah sampel relatif kecil tetapi harus dapat mewakili ciri-ciri dan sifat-sifat keseluruhan populasi”.(Sugiyono ,2003 : 74)

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah metode sampling, yaitu suatu metode yang memilih sebagian dari populasi untuk dijadikan data yang akan diolah untuk penelitian.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling jenuh atau sensus. Pengertian dari sampling jenuh atau sensus menurut Sugiyono (2008:122), adalah :

“Sampling jenuh atau sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.”

Berdasarkan dari pengertian tersebut, maka dapat diketahui bahwa sampling jenuh atau sensus teknik penentuan sampel dengan menggunakan semua anggota populasi. Dalam penelitian ini karena jumlah populasinya sedikit (terbatas) sehingga tidak memungkinkan untuk menggunakan sampel, sehingga peneliti mengambil

jumlah sampel sama dengan jumlah populasi kemungkinan yang ada atau disebut dengan sensus yaitu Pemilik usaha cinderamata alat musik tradisional sebanyak 15 orang.

3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

3.2.4.1 Jenis Data

Data yang digunakan oleh peneliti ada dua jenis, yaitu :

1. Data primer, yaitu merupakan data informasi yang diperoleh pengamatan langsung pada pemilik yang menjadi objek penelitian.
2. Data sekunder, yaitu merupakan data yang diperoleh dari perusahaan, buku-buku, laporan-laporan ilmiah.

3.2.4.2 Metode Pengumpulan Data

Data didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut seperti yang dikemukakan oleh **Sugiyono (2012:194-203):**

a. **Wawancara (Interview),** yaitu dengan melakukan wawancara dengan pihak terkait, seperti koordinator dan pemilik dari usaha yang bersangkutan, secara terstruktur maupun tidak terstruktur.
b. **Kuesioner,** yaitu dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab yang berhubungan dengan variabel yang akan diteliti. Disini peneliti menggunakan skala Likert. Adapun kriteria pembobotan nilai untuk alternatif jawaban dapat dilihat pada

tabel dibawah ini :

tabel 3.4

Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai
	Positif
a. Sangat Setuju (SS)	5
b. Setuju (S)	4
c. Ragu (R)	3
d. Tidak Setuju (TS)	2
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono 2007, 108

c. **Observasi,** yaitu dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek penelitian dengan menggunakan semua alat inra. Pada penelitian ini, penggunaan observasi dengan pengamatan pada kegiatan. Dari pengamatan tersebut peneliti mengetahui, mengamat, mengidentifikasi masalah.

d. **Studi Literatur,** penulis mencari informasi dan data – data berupa teori, uraian, pengertian yang dikemukakan oleh peneliti terdahulu atau para ahli sebagai dasar landasan teoritis variabel kekuatan pemasok, pengembangan produk, dan keunggulan bersaing. Adapun studi literature bersumber pada :

1) Perustakaan UNIKOM, UPI, UNPAD
2) Skripsi, Tesis

3) Jurnal

4) Media Internet

Agar peneliti dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya maka harus dilakukan tahapan analisis dan pengujian hipotesis. Untuk melakukan sebuah analisis data dan pengujian hipotesis, terlebih dahulu peneliti akan menentukan metode apa yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dan merancang metode untuk menguji sebuah hipotesis. Untuk menilai kuesioner apakah valid dan reliabel maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

3.2.5 Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis

Pada dasarnya rancangan analisis data yang digunakan terdiri dari dua bagian yaitu analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2006:13), data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar. Sementara untuk data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (skoring). Analisis kualitatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah satu, dua dan tiga, yaitu mengenai kekuatan pemasok,dan Pengembangan produk serta keunggulan bersaing dengan cara mengelompokan data, ditabulasikan, kemudian diberikan penjelasan. Sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang keempat, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kekuatan pemasok dan Pengembangan produk terhadap keunggulan bersaing konsumen .

Untuk mengungkap aspek-aspek atau variabel-variabel yang diteliti, diperlukan suatu alat ukur atau skala tes yang valid dan dapat diandalkan, agar kesimpulan penelitian tidak akan keliru dan memberikan gambaran yang tidak jauh berbeda dengan keadaan yang sebenarnya. Suatu instrumen ukur yang tidak valid dan tidak reliabel akan memberikan informasi yang tidak akurat mengenai keadaan subjek atau individu yang dikenai tes tersebut. Untuk itu perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap alat ukur penelitian ini, yaitu kuesioner.

Sugiyono (2004:110) menyatakan bahwa dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

3.2.5.1 Uji MSI

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut:

a) Ambil data ordinal hasil kuesioner
b) Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
c) Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
d) Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.

e) Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*

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

Dimana:

Means of Interval = Rata-Rata Interval

Density at Lower Limit = Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit = Kepadatan atas bawah

Area Under Upper Limit = Daerah di bawah batas atas

Area Under Lower Limit = Daerah di bawah batas bawah

f) Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Minimal + 1

Untuk mengetahui pengaruh antara kekuatan pemasok dan pengembangan produk terhadap keunggulan bersaing dalam hal ini adalah pengusaha cinderamata maka digunakan analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

3.2.5.2 Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data menurut Sugiyono (2009:121) menjelaskan mengenai validitas adalah sebagai berikut : “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang

digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid.Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak di ukur".

Lebih lanjut uji validitas menurut *Cooper* dalam Narimawati Umi (2010:42), validitas adalah : *"Validity is a characteristic of measuraenment concerned with the extent that a test measures what the researcher actually wishes to measure"*.

Dari definisi diatas validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (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. Uji validitas dalam penelitian ini yaitu untuk menggambarkan variabel Kekuatan pemasok (X_1) dan Pengembangan produk Usaha (X_2).

Tabel 3.5

Standart Penilaian untuk Validitas

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

Sumber *:* Barker *et al,* 2002:70

Secara teknis valid tidaknya suatu butir pernyataan dinilai berdasarkan kedekatan jawaban responden pada pernyataan tersebut dengan jawaban responden pada pernyataan lainnya. Nilai jawaban responden diukur menggunakan koefisien korelasi, yaitu melalui nilai korelasi setiap butir pernyataan dengan total butir pernyatan lainnya. Butir pernyataan dinyatakan valid jika memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,30. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakanrumus korelasi *pearson product moment* (r).

Seperti dilakukan pengujian lebih lanjut, semua item pernyataan dalam kuesioner harus diuji keabsahannya untuk menentukan valid tidaknya suatu item. Uji Validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam kuesioner. Validitas suatu data tercapai jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diungkapkan. Uji Validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi *pearson product moment.* Untuk mempercepat dan mempermudah penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer dengan menggunakan *software SPSS 17.0 for windows* dengan metode korelasi untuk mencari koefisien korelasi antar variabel dengan rumus sebagai berikut:

$$rx = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)-(\sum y)}{N}}{\sqrt{[n\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}][\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}}}$$

(Sumber: Umi Narimawati 2010: 42)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson*

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Berikut ini adalah hasil uji validitas dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment untuk variabel Kekuatan Pemasok (X1):

Hasil Uji Validitas Kekuatan Pemasok

Correlations

		X1
X11	Pearson Correlation	.810
X12	Pearson Correlation	.465
X13	Pearson Correlation	.685
X14	Pearson Correlation	.639
X15	Pearson Correlation	.395

Sumber : Output SPSS 23.0 (diolah)

Berikut ini adalah hasil uji validitas dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment untuk variabel Pengembangan Produk (X2):

Hasil Uji Validitas Pengembangan Produk

Correlations

		X2
X21	Pearson Correlation	.857
X22	Pearson Correlation	.565
X23	Pearson Correlation	.715
X24	Pearson Correlation	.921
X25	Pearson Correlation	.715

Sumber : Output SPSS 20.0 (diolah)

Berikut ini adalah hasil uji validitas dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment untuk variabel Keunggulan Bersaing (Y):

Hasil Uji Validitas Keunggulan Bersaing

Correlations

		Y
Y1	Pearson Correlation	.857
Y2	Pearson Correlation	.932
Y3	Pearson Correlation	.909

Sumber : Output SPSS 20.0 (diolah)

Setelah ditemukan bahwa pernyataan-pernyataan (butir) yang digunakan penelitian ini valid, maka selanjutnya pernyataan yang dinyatakan valid diuji reliabilitasnya.

3.2.5.3 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2009:3), reliabiltas adalah : "Derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu". Selain memiliki tingkat kesahihan (validitas) alat ukur juga harus memiliki kekonsistenan. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau kekonsistensian alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman-Brown Correlation)* Teknik Belah dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

a. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.

b. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.

c. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II.

$$\frac{2\,Ґb}{1 + Ґb}$$

Sumber: Umi Narimawati (2010:44)

d. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r1 = \frac{2rb}{1+rb}$$

Sumber: Umi Narimawati (2010:44)

Dimana :

Γ1 = reliabilitas internal seluruh item

Γ*b* = korelasi product momen

t antara belahan pertama dan belahan kedua

Tabel 3.6

Standart Penilaian untuk Reliabilitas

Kriteria	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

Selain valid instrument penelitian juga harus memiliki keandalan, keandalan instrument penelitiam menunjukan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah.

Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas dengan menggunakan Split-Half Method (Spearman-Brown Correlation) untuk variabel Kekuatan Pemasok (X1):

Hasil Uji Reliabilitas Kekuatan Pemasok

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.632
		N of Items	3[a]
	Part 2	Value	.025
		N of Items	2[b]
		Total N of Items	5
		Correlation Between Forms	.605
Spearman-Brown Coefficient		Equal Length	.754
		Unequal Length	.760
		Guttman Split-Half Coefficient	.709

a. The items are: x11, x13, x15.

b. The items are: x15, x12, x14.

Sumber : Output SPSS 23.0 for windows

Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas dengan menggunakan Split-Half Method (Spearman-Brown Correlation) untuk variabel Pengembangan Produk (X2):

Hasil Uji Reliabilitas Pengembangan Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.860
		N of Items	3[a]
	Part 2	Value	.764
		N of Items	2[b]
		Total N of Items	5
		Correlation Between Forms	.825
Spearman-Brown Coefficient		Equal Length	.904
		Unequal Length	.907
		Guttman Split-Half Coefficient	.863

a. The items are: x21, x23, x25.

b. The items are: x25, x22, x24.

Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas dengan menggunakan Split-Half Method (Spearman-Brown Correlation) untuk variabel Keunggulan Bersaing (Y):

Hasil Uji Reliabilitas Keunggulan Bersaing

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.771
		N of Items	2[a]
	Part 2	Value	1.000
		N of Items	1[b]
		Total N of Items	3
		Correlation Between Forms	.839
Spearman-Brown Coefficient		Equal Length	.913
		Unequal Length	.921
		Guttman Split-Half Coefficient	.833

a. The items are: y1, y3.

b. The items are: y3, y2.

3.2.6 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.6.1 Rancangan Analisis

Menurut Narimawati umi (2010:41), rancangan analisis dapat di definisikan sebagai berikut :

“Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam katagori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dimengerti”

3.2.6.1.1 Analisis Data Deskriptif

Dalam pelaksanaan, penelitian ini menggunakan jenis atau alat bentuk penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian Deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh Usaha cinderamata alat musik tradisional berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan.

Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana masing masing variabel penelitian. Metode kualitatif yaitu metode pengolahan data yang menjelaskan pengaruh dan hubungan yang dinyatakan dengan kalimat. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat faktor penyebab. Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut: deskriptif seperti distribusi

frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut :

$$\text{Skor Total} = \frac{Skor\ Aktual}{Skor\ Ideal} \text{ x } 100\ \%$$

(Sumber: Narimawati Umi, 2010:45)

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. Analisis deskriptif dilakukan mengacu kepada setiap indikator yang ada pada setiap variabel yang diteliti dengan berpedoman pada tabel berikut:

Tabel 3.7

Kriteria Pengklasifikasian Persentase Skor Tanggap Responden

No.	Skor (%)	Kriteria
1	20.00% – 36.00%	Sangat Buruk/Sangat Rendah
2	36.01% –52.00%	Buruk/Rendah
3	52.01% – 68.00%	Cukup Baik/Sedang
4	68.01% – 84.00%	Baik/Tinggi
5	84.01% – 100%	Sangat Baik/Tinggi

Sumber: Umi Narimawati (2007:85)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan doiolah dengan pendektan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untung menganalisa data di perlukan data internal, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan menjadi skala interval melalui metode "*Methode Succesive Interval*" (Hays, 1969:39) dan selanjutnya dianalisis regresi korelasi serta determinasi. Untuk mengetahui antar variabel dapat digunakan salah satunya adalah sebagai contoh analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

1. Analisis Regresi

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah (X1) dan (X2), sedangkan variabel dependen adalah (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

Dan Persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y=a+\beta 1X1+\beta 2X2+\varepsilon$$

Dimana :

Y = Variabel Keunggulan bersaing

X1 = Variabel Kekuatan pemasok

X2 = Variabel Pengembangan produk usaha

a = Konstanta dari persamaan regresi

β1, β2 = Koefisien masing-masing factor

ε = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel y

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat Best Linier Unbiased Estimator (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik yang harus dipatuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (Multiple Linier Regression) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti terdiri atas:

2. Analisis Korelasi

Menurut Sujana (1989) dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:49) pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi pearson dengan rumus :

$$r=\frac{(\Sigma XiYi)-(\Sigma Xi)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n(\Sigma Xi2)-(\Sigma Xi)2\}-(\{n(\Sigma yi^2)-(\Sigma yi)^2\}}}$$

Dimana : -1≤ r ≤+1

r = koefisien korelasi

x = variabel orientasi kewirausahaan dan variabel pasar

y = variabel keunggulan bersaing

n = jumlah *franchisee*

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada tabel dibawah ini.

0-0.20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

(Syahri Alhusin, 2003 : 157)

3. Analisis Koefisian Determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukan oleh besarnya koefisien determinan (R2).Semakin besar nilainya maka menunjukan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari R2 =SSreg/SStot

Kd=R2x100%

Dimana :

d : Koefisien determinasi

r : Koefesien Korelasi

3.2.6.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah pengaruh Variabel Kekuatan Pemasok dan Variabel Pengembangan Produk terhadap Variabel Keunggulan Bersaing. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan di uji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi. Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

Pengujian Secara Parsial dan Simultan

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

A. Rumus uji t (parsial) yang digunakan adalah

$$\text{Thitung } (x1,2) = \frac{b1,2}{(b1,2)}$$

Thitung diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

- Hipotesis

  H1. β = 0 Tidak terdapat pengaruh Variabel Kekuatan pemasok terhadap Variabel Keunggulan bersaing

H1. $\beta \neq 0$ Terdapat pengaruh Variabel Kekuatan pemasok terhadap Variabel Keunggulan bersaing

H2. $\beta = 0$ Tidak terdapat pengaruh Variabel Pengembangan produk Usaha terhadap Variabel Keunggulan bersaing.

H2. $\beta \neq 0$ Terdapat pengaruh Variabel Pengembangan produk usaha terhadap Variabel Keunggulan bersaing

B. Rumus uji f yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n-k-i)R2yx\ldots}{k(i-R2y.X\ldots)}$$

dimana :

F = Koefisien Korelasi Ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

a. Hipotesis

$H_{01.}$ $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh kekuatan pemasok dan pengembangan produk terhadap keunggulan bersaing.

$H_{11.}$ $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh kekuatan pemasok dan pengembangan produk terhadap keunggulan bersaing.

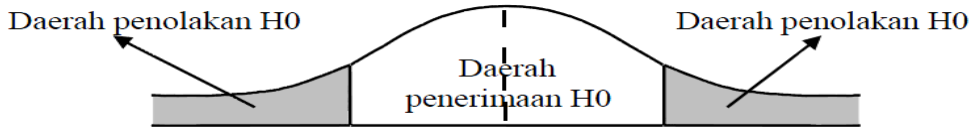
A. Kriteria Pengujian

H0 ditolak apabila thitung < dari Tabel (α = 0,05)

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

a. Jika dihitung ≥ tabel maka H0 ada doi daerah penolakan , berarti Ha diterima artinya Diantara variabel X dan Variabel Y ada hubungannya.
b. Jika dihitung ≤ tabel maka H0 ada di daerah penerimaan berarti ha ditolak artinta antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubunganya.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H0 dan daerah penerimaan H1 :



Gambar 3.1
Daerah Penerimaan Penolakan Ho

Sumber : Sugiyono (2012:226)