BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:38) pengertian objek penelitian adalah "Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Pendapat lain, menurut Made (2006:39), "Objek penelitian (variable penelitian) adalah karakteristik tertentu yang mempunyai nilai, skor atau ukuran yang berbeda untuk unit atau individu yang berbeda atau merupakan konsep yang diberi lebih dari satu nilai".

Dalam penelitian ini penulis mengemukakan variable yang akan diteliti. Adapun variable-variabel tersebut adalah:

1. Variabel Independent atau variabel Bebas (Variabel X1 dan X2), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel Independent dalam penelitian ini adalah Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk.
2. Variabel Dependent atau variabel tidak bebas (Variabel Y) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel Independent. Variabel Dependent dalam penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Adapun objek penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini mengenai "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Peneliti melakukan Penelitian di Sentra Susu Cipageran Cimahi di daerah Cipageran kota Cimahi dengan memilih responden penelitian adalah para pemilik usaha.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Sugiyono (2012:3) 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 adalah penelitian yang dilakukan terhadap variabel mandiri yaitu tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya. (Sugiyono, 2012:21). Sedangkan metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan ditempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan. (Masyhuri, 2008:45).

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

Dengan menggunakan metode penelitian, maka akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel-variabel yang diteliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dalam penelitian akan digunakan telah statistika yang cocok, untuk itu dalam penelitian ini analisis menggunakan analisis jalur atau *path analysis*.

3.2.1. Desain Penelitian

Sebelum melakukan penelitian sangatlah perlu kita melakukan suatu perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan sistematis.

Desain penelitian menurut Narimawati Umi (2008) adalah sebagai berikut:

> "Desain Penelitian adalah Suatu Rencana Struktur, dan Strategi untuk menjawab permasalahan, yang mengoptimasi validitas".

Desain penelitian menurut Indrianto Nur dan Supomo Bambang (2002:249) adalah sebagai berikut :

> "Desain Penelitian adalah rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data."

Dari uraian di atas tersebut maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh penulis dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data.

Menurut Sugiyono (2009:13) penjelaskan proses penelitian disampaikan seperti teori 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 penjelasan proses penelitian diatas maka proses penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sumber Masalah

Membuat identifikasi masalah berdasarkan latar belakang penelitian sehingga mendapatkan judul sesuai dengan masalah yang ditemukan. Identifikasi masalah diperoleh dari adanya fenomena yang terjadi yaitu :

1. Lemahnya kemampuan dalam hal memprediksi atau membaca faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh para pemilik usaha Sentra Susu Cipageran Cimahi. Kurang melakukan perubahan dalam usahanya serta kesulitan mengelola perubahan yang dilakukan.
2. Inovasi yang dilakukan masih kurang dalam hal memenangkan persaingan, sehingga Sentra Susu Cipageran Cimahi cenderung untuk mencari pasar tersendiri yang relative lebih kecil yang mengakibatkan pendapatan yang fluktuatif.

2. Merumuskan Masalah

Rumusan Masalah merupakan pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data yaitu :

1. Bagaimana Orientasi Kewirausahaan pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
2. Bagaimana Inovasi Produk pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
3. Bagaimana Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
4. Apakah Terdapat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk

Terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi baik secara parsial maupun secara simultan.

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 Memilih prosedur dan teknik yang digunakan terhadap masalah penelitian (hipotesis).Telah 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 Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi 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 instrument Penelitian

Peneliti dapat menyusun instrument penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Pada penelitian ini untuk menguji adanya hubungan dari Orientasi Kewirausahaan (Variabel Independen"X1") dan Inovasi Produk (Variabel Independen "X2") terhadap Keunggulan Bersaing (Variabel dependen"Y") digunakan korelasi Analisis Regresi Berganda, dan untuk menguji pengaruh dari Orientasi Kewirausahaan (Variabel Independen"X1") dan Inovasi 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.

Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode 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 di atas, maka dapat digambarkan desain dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelititan	**Metode yang Digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	Descriptive	Descriptive Survey	Sentra Susu Cipageran Cimahi	Cross Sectional
T-2	Descriptive	Descriptive Survey	Sentra Susu Cipageran Cimahi	Cross Sectional
T-3	Descriptive	Descriptive Survey	Sentra Susu Cipageran Cimahi	Cross Sectional
T-4	Verificative	Explanatory Survey	Sentra Susu Cipageran Cimahi	Cross Sectional

Keterangan :

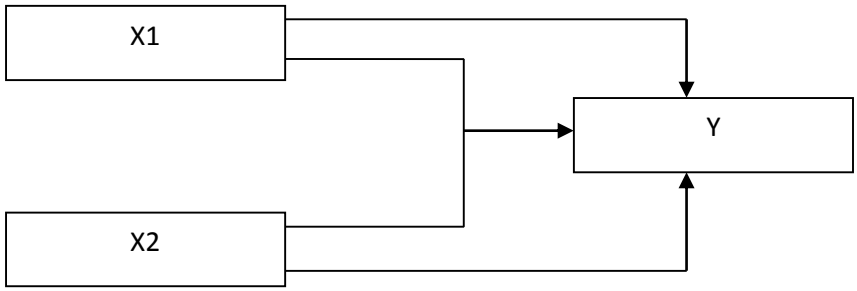
T1 = Orientasi Kewirausahaan pada Sentra Susu Cipageran Cimahi

T2 = Inovasi Produk pada Sentra Susu Cipageran Cimahi

T3 = Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi

T4 = Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi

Desain penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1
Desain Penelitian

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Menurut Umi Narimawati (2008:30) pengertian operasional variabel adalah sebagai berikut:

> "Operasionalisasi Variabel adalah proses penguraian variabel penelitian ke dalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasionalisasi dilakukan bila dasar konsep dan indikator masing-masing variabel sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis faktor".

Sesuai dengan judul penelitian yang diungkapkan oleh penulis yaitu Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independen (X_1) dan (X_2)

Variabel independen yaitu variabel bebas yang biasa juga mempengaruhi variabel lain. Variabel variabel independen dalam biasa peneliian juga ini Orientasi

Kewirausahaan (X_1) dan Inovasi Produk (X_2) Orientasi Kewirausahaan (X_1) dan Inovasi Produk (X_2)

Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk ditentukan dengan skala ordinal, data-data diperoleh dari hasil wawancara pada Sentra Susu Cipageran Cimahi dan melalui kuesioner.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel terkait yang dipengaruhi atau mempengaruhi variabel lain, dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Keunggulan Bersaing.

Agar lebih jelas indikator tersebut dapat dituangkan dalam table Operasional dibawah ini :

Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian

Variable	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	Sumber Data
Orientasi kewirausahaan (X1)	Orientasi Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Weerawerdeena (2003:411)	Keinovatifan	Tingkat Kemampuan menghasilkan produk baru	Ordinal	Pelaku Usaha
		Pengambilan resiko	Tingkat kegagalan Produk		Pelaku Usaha
		Keproaktivan	Tingkat pengambilan keputusan yang lebih inovatif		Pelaku Usaha
Inovasi Produk (X2)	Inovasi Produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk	Perluasan Produk	Tingkat pengetahuan terhadap pasar	Ordinal	Pelaku Usaha
		Peniruan	Tingkat		Pelaku

	baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsionil/kegunaannya Crawford dan De Benedetto (2000:9)	Produk	Diferensiasi Produk		Usaha
		Produk Baru	Tingkat kebutuhan konsumen		Pelaku Usaha
Keunggulan Bersaing (Y)	Keunggulan Bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan *value added* (nilai lebih) terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan Styagraha (1994:45)	Keunikan Produk	Tingkat Keunikan Produk	Ordinal	Pelaku Usaha
		Biaya	Tingkat Penetapan biaya		Pelaku Usaha
		Kualitas Produk	Tingkat Ketahanan produk		Pelaku Usaha
		Pengalaman Pelangganan	Tingkat Pengalaman konsumen		Pelaku Usaha
		Kemudahan Konsumen	Tingkat Kenyamanan konsumen		Pelaku Usaha

3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1. Sumber Data (Primer dan Sekunder)

1. Data Primer

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari objek yang dilakukan pada para pemilik unit usaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:171) data primer merupakan "Sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli tidak

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

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono, (2012:193) adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini berfungsi sebagai pelangkap data primer. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan mauapun tidak dipublikasikan. Sementara untuk data sekunder diambil dari perpustakaan dan penelitian terdahulu.

3.2.3.2. Teknik Penentuan Data

1. Populasi

Pengertian Menurut **Sugiyono (2009;115),** "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Maka dengan jumlah ukuran populasi Sentra Susu Cipageran Cimahi adalah 35 pemilik unit usaha.

2. Sampel

Menurut **Sugiyono (2009:116),** sampel adalah bagian dari sejumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang diambil dalam penelitian ini adalah teknik Sampling jenuh, karena kurang dari 100 orang maka teknik sampling yang diambil adalah semua pelaku usaha Sentra Susu Cipageran Cimahi sebanyak 35 pemilik unit usaha. Teknik ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2001:61) Sampling Jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua populasi digunakan sebagai sampel dan dikenal juga dengan istilah sensus, maka jenis penelitian ini disebut sensus.

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 atau disebut dengan sensus yaitu seluruh pemilik unit usaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi sebanyak 35 responden.

3.2.4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan daya yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Lapangan (*Field Research*), yang dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan sekunder (data yang diambil langsung dari Sentra Susu Cipageran Cimahi).

Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*) yaitu untuk memperoleh data

dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.

2. Studi Lapangan (*Field Research*) yaitu dengan mencari dan memperoleh data dari perusahaan yang penulis teliti dengan cara :
   a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung dilapangan.
   b. Wawancara, yaitu dengan mengadakan tanya jawab pihak-pihak yang mempunyai kaitan langsung dengan objek yang diteliti.
   c. Kuesioner, yaitu alat penelitian berupa daftar pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah perusahaan. Disini peneliti menggunakan skala Likert.

Adapun kriteria pembobotan nilai untuk alternatif jawaban dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.3

Skala Likert

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

(Sumber : Sugiyono 2007, 108)

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 kuisioner apakah valid dan realibel maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

3.2.4.1. Uji Validitas

Validitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur, dalam hal ini kuesioner mengukur apa yang hendak diukur atau sejauh mana alat ukur yang digunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat tes, maka alat tersebut akan semakin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pertanyaan mana yang valid dan mana yang tidak valid dengan mengkonsultasikan data tersebut dengan tingkat r kritis.

Menurut **Masrun** dalam **Sugiyono (2009:134)** :

"Item yang mempunyai korelasi yang positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi menunjukan item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r=0,3. Pengujian statistik mengacu pada kriteria :

$r_{hitung} < r_{kritis}$ maka tidak

valid $r_{hitung} > r_{kritis}$ maka valid

Untuk pengujian validitas instrumen penelitian ini, penulis menggunakan program

excel dalam tabulasi data, kemudian data tersebut di MSI untuk mendapatkan skala tertinggi (interval) dan memasukkan data tersebut ke dalam program *SPSS 19. for windows.*

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis *Korelasi Pearson* (*Product Moment Pearson*) dengan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{N\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\left[N\sum X^2 - \sum X^2\right]\left[N\sum Y^2 - \sum Y^2\right]}}$$

r = Nilai Korelasi Pearson

$\sum X$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

$\sum Y$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah dari Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

$\sum X^n$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

$\sum Y^n$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan

Dengan kententuan apabila r lebih besar atau sama dengan 0,30 maka item tersebut dinyatakan valid. Hal ini berarti, instrument penelitian tersebut memiliki derajat ketepatan dalam mengukur variabel penelitian, dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Tetapi apabila r lebih kecil dari 0,30 maka item tersebut dinyatakan tidak valid, dan tidak akan di ikutsertakan dalam pengujian hipotesis berikutnya atau instrument tersebut dihilangkan dari pengukuran

variabel. Pengujian validitas dalam penilitan ini dapat dilakukan menggunakan program *SPSS 20*, dengan menelaah nilai *Pearson correlation.* Setelah ditemukan bahwa pernyataan-pernyataan (butir) yang digunakan penelitian ini valid, Maka selanjutnya pernyataan yang dinyatakan valid diuji reabilitasnya.

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan korelasi *product moment* (indeks validitas), diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas

Kuesioner Orientasi Kewirausahaan

Variabel	No Item	Koef.Validitas	Titik Kritis	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X_1)	1	0,701	0,30	Valid
	2	0,858	0,30	Valid
	3	0,724	0,30	Valid

Keterangan : Valid jika koefisien validitas lebih besar dari titik kritis (0,30)

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas

Kuesioner Inovasi Produk

Variabel	No Item	Koef.Validitas	Titik Kritis	Keterangan
Inovasi Produk (X_2)	1	0,833	0,30	Valid
	2	0,740	0,30	Valid
	3	0,466	0,30	Valid

Keterangan : Valid jika koefisien validitas lebih besar dari titik kritis (0,30)

Tabel 3.6

Hasil Uji Validitas

Kuesioner Keunggulan Bersaing

Variabel	No Item	Koef.Validitas	Titik Kritis	Keterangan
Keunggulan Bersaing (Y)	1	0,677	0,30	Valid
	2	0,722	0,30	Valid
	3	0,410	0,30	Valid
	4	0,828	0,30	Valid
	5	0,771	0,30	Valid

Keterangan : Valid jika koefisien validitas lebih besar dari titik kritis (0,30)

Berdasarkan table 3.4 hingga table 3.6 diatas dapat dilihat bahwa semua item memiliki koefisien validitas yang lebih besar dari nilai r kritisnya (0,30), hasil uji ini mengindikasikan bahwa semua butir pernyataan yang diajukan pada ketiga variabel valid dan layak digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian dan dapat diikutsertakan pada analisis selanjutnya.

3.2.4.2. Uji Realibilitas

Setelah dilakukan uji validitas atas pertanyaan yang digunakan dalam penelitian tersebut, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individual, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau akurasi yang ditujukan oleh instrumen pengukuran. Instrumen yang reliabel berarti instrumen tersebut bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan mengahasilkan data yang sama.

Uji Reliabilitas dikenal untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrumen. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method* (*Spearman–Brown Correlation*) Tehnik Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap–ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

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

Skor untuk masing–masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II

Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II

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

$$Γ1 = \frac{2Γ_b}{1+Γ_b}$$

Dimana :

Ґ1 = reliabilitas internal seluruh item

Ґ*b* = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

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

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan metode *alpha*-crombach diperoleh hasil uji reabilitas sebagai berikut:

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

No	Variabel	*Split Half*	Titik Kritis	Kesimpulan
1	Orientasi Kewirausahaan (X_1) dan Inovasi Produk (X_2)	0,872	0,70	Reliabel
2	Keunggulan Bersaing (Y)	0,783	0,70	Reliabel

Ketereangan: Reliabel jika nilai *Spit Half* lebih besar dari titik kritis (0,700)

3.2.4.3. Uji MSI

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 untuk melakukan transformasi data menurut **Harun Al Rasyid** adalah:

a. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan.
b. Menentukan proporsi setiap responden yaitu dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah sampel.
c. Menentukan proporsi secara berurutan untuk setiap responden sehingga diperoleh proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran normal baku.
d. Menentukan nilai Z untuk masing-masing proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran normal baku.
e. Menghitung Scale Of Value (SV) untuk masing-masing proporsi responden, dengan rumus:

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

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

f. 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

$$Y = SV + \left[1 + \left|SV \min\right|\right]$$

3.2.5. Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1. Rancangan Analisis

Menurut Umi Narimawati (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".

3.2.5.1.1. Analisis Deskriftif (Kualitatif)

Analisis Deskriptif (kualitatif) digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat 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, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

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

Dimana:

Skor aktual jawaban seluruh responden yakni 100 responden atas pertanyaan yang diajukan

Skor ideal bobot tertinggi yakni 5 X 100 responden X jumlah pertanyaan

%Skor aktual skor aktual dibagi skor ideal berarti X 100%

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing ukuran penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel. 3.9

Kriteria Presentase Tanggapan Responden

Jawaban	Skala Nilai
Sangat Mampu/Sangat Baik/Sangat Tinggi/Sangat Bertanggung Jawab/Sangat Paham	**5**
Mampu/Baik/Tinggi/Betanggung Jawab/Paham	**4**
Cukup	**3**
Kurang Mampu/Rendah/Kurang Bertanggung Jawab/Kurang Paham	**2**
Tidak Mampu,Tidak Baik/Sangat Rendah/Tidak Bertanggung Jawab/Tidak Paham	**1**

Metode kualitatif yaitu metode pengelolahan 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:

1) Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan dalam lima alternatif jawaban dengan menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban.
2) Dihitung total skor setiap variabel / subvariabel = 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, juga digunakan 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 :

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

(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 3.10

Kriteria Presentase Skor Tanggapan 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

(Umi Narimawati, 2007:85)

3.2.5.1.2. Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Menurut Sugiyono (2012:8) analisis kuantitatif adalah metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

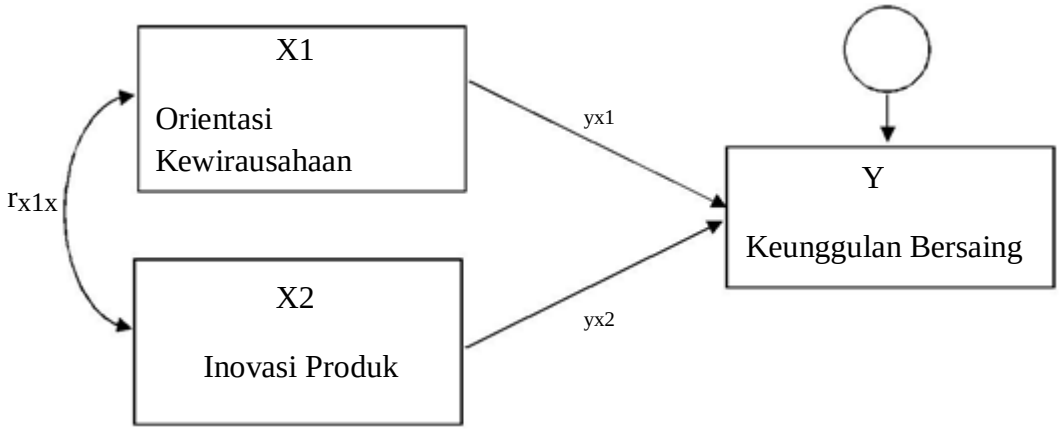
3.2.5.1.3. Analisis Jalur (*path analysis*)

Dalam penelitian ini, analisis jalur (path analysis) digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat, dengan tujuan menerangkan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung seperangkat variabel, sebagai variabel penyebab terhadap variabel lainnya yang merupakan variabel akibat.

Analisis Jalur (*Path Analysis*) menurut Ating Somantri dan Sambas Ali Muhidin (2006:259) mengemukakan bahwa"Analisis jalur (*path analysis*) digunakan apabila secara teori kita yakin berhadapan dengan masalah yang berhubungan sebab akibat. Tujuanya adalah menerangkan akibat langsung dan tidak langsung seperangkat variabel, sebagai variabel penyebab, terhadap variabel lainnya yang merupakan variabel akibat."

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis)* karena peneliti ingin memastikan apakah ada pengaruh antara orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

Model analisis jalur adalah sebagai berikut:



Gambar 3.2
Analisis Jalur

Gambar ini melukiskan adanya hubungan antara variabel *eksogen* yaitu X_1 dan X_2 dengan variabel *endogen* yaitu Y. Setiap variabel baik *eksogen* maupun *endogen* digambarkan dalam bentuk persegi atau kotak sedangkan *error* ( ) atau variabel lain diluar *Y* digambarkan dalam bentuk lingkaran. Hubungan antara X_1 dan X_2 menggambarkan hubungan korelasi, sedangkan hubungan antara X_1 dan X_2 terhadap Y menggambarkan hubungan pengaruh (*causal path*). Pengaruh dari X_1 dan X_2 terhadap Y disebut pengaruh langsung (*direct effect*), sedangkan dari X_1 terhadap Y melalui X_2, dari X_2 terhadap Y melalui X_1 disebut pengaruh tidak langsung (*indirect effect*).

1. Asumsi Klasik

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 merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan penguian terhadap hipotesis.

Beberapa 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 :

A. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik .Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2011:181).

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

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

B. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efesien dan hasil dapat menjdi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Rank Spearman yaitu dengan mengkolerasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolute dari residual (error) ada yang signifikan,maka kesimpilan terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

2. Analisis Korelasi

Menurut Sujana (1989:152) dalam Umi Narimawati (2010:49), pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus :

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

Dimana: $-1 \leq r \leq +1$

r = koefisienkorelasi

x = Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk

y = Keunggulan Bersaing

n = jumlahresponden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan dibawah ini :

Tabel 3.11

Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidakhubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yanglemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: Syahri Alhusin, 2003 :157

3. Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2).Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variable terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual

$$Kd = r^2 x 100\%$$

Dimana:

d:Koefisiendeterminasi

r :KoefisienKorelasi

didapat dari $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$.

3.2.5.2. Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Kelengkapan Produk dan lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Indomaret Tn6v Sindangaya Bandung. 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

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

a) Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F\ hitung = \frac{Jk_{regresi}/K}{Jk_{residu} / \{n - (k + 1)\}}$$

Dimana: Jkresidu = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah variabel bebas

N= Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berpengaruh atas variabel terikat.Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada tabel *Analisis of Variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft.Jika nilai $F_{hitung} > F_{krisis}$, maka H_0 yang

menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat ditolak dan sebaliknya.

Menurut (Sugiyono, 2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi Product Moment atau dikenal dengan rumus Pearson.

b) Hipotesis

H_0 : □ = 0, tidak terdapat pengaruh Variabel X_1(Orientasi Kewirausahaan) dan Variabel X_2 (Inovasi Produk) Terhadap Variabel Y (Keunggulan Bersaing)

H_1:□□ ≠0, terdapat pengaruh Variabel X_1 (Orientasi Kewirausahaan) dan Variabel X_2 (Inovasi Produk) Terhadap Variabel Y (Keunggulan Bersaing).

c) Kriteria pengujian

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

2) Pengujian Secara Parsial

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

a. Rumus uji t yang digunakan adalah

$$t\ hitung(x_{1,2}) = \frac{b_{1,2}}{se(b_{1,2})}$$

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

b. Hipotesis

H1 □ = 0, Tidak terdapat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

H.1 □ ≠0, Terdapat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

H2 □=0, Tidak terdapat Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

H2 □≠0, Terdapat Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

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

Kriteria pengujian

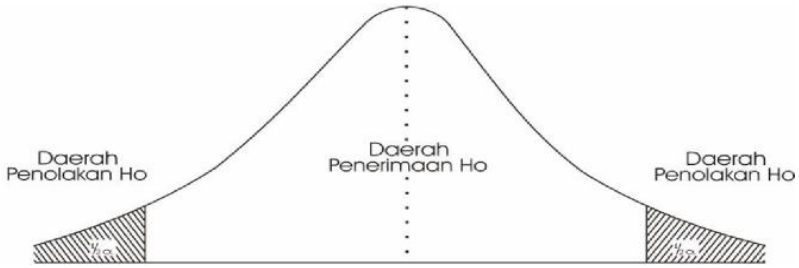
H0 ditolak apabila thitung< dari ttabel (α = 0,05) Kriteria PenarikanPengujian:

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

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.

b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak adahubungannya.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1:



Sumber : Sugiono

Gambar 3.3

Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis