BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan.

Menurut Husein Umar (2005:303) pengertian objek penelitian adalah sebagai berikut: "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."

Objek yang dikaji dalam penelitian ini adalah **"Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada CV. Tugu mandiri".** dengan uraian variabel sebagai berikut:

1. Variabel Independen (variabel bebas/variabel X), merupakan variabel yang mempengaruhi atau mengakibatkan variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen penelitian ini adalah Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis.
2. Variabel Dependen (Variabel terikat/variabel Y), merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabeldependen dalam penelitian ini adalah Kinerja Bisnis CV. Tugu mandiri fresh milk

Penelitian dilakukan di CV. Tugu mandiri fresh milk dengan memilih responden penelitian adalah para manajer atau pemilik usaha CV. Tugu mandiri.fresh milk

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara penulis dalam menganalisis data. Pengertian dari metode penelitian adalah sebagai berikut:

Metode penelitan menurut Sugiyono (2010:4) adalah sebagai berikut:

> "Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah"

Metode penelitian menurut Sugiyono (2012:2) adalah "cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Dari penjabaran di atas maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah suatu teknik atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan, mencatat data, baik primer maupun sekunder yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun karya ilmiah dan kemudian menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok permasalahan sehingga akan didapat suatu kebenaran atau data yang diperoleh.

Metode yang digunakan adalah metode analisis 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.

Paradigma ini menganggap bahwa komponen-komponen kompetensi dan komponen-komponen orientasi pasar memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kinerja bisnis. Dimana kompetensi yang dimiliki seorang wirausaha dalam menjalankan bisnis dan kemampuan berorientasi pasar akan mengubah kinerja bisnis menjadi baik atau buruk.

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 telaah statistika yang cocok, untuk itu dalam analisis menggunakan Analisis Regresi Berganda.

3.2.1 Desain Penelitian

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

> Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:288), pengertian desain penelitian yaitu: “Rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh peneliti alam pemilihan, pengumpulan dan analisis data”.

Berdasarkan hal tersebut maka desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan yaitu difokuskan pada kompetensi wirausaha dan orientasi pasar. Dengan itu ditarik judul: **"Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada distributor susu CV. Tugu mandiri fresh milk di cisarua kab Bandung barat ".**
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi. Dalam penelitian ini identifikasi masalahnya merupakan dampak dari kurang responnya para pengusaha yang berada CV. Tugu mandiri freh milk mengakibatkan kurangnya kompetensi kewirausahaan dan kemampuan dalam berorientasi pasar sehingga terjadi penurunan pendapatan dan jumlah dan berdampak pada kinerja secara keseluruhan.
3. Menetapkan rumusan masalah. Merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya dengan pengumpulan data. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Seberapa besar Pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis CV. Tugu mandiri freash milk baik secara simultan maupun parsial.
4. Menetapkan tujuan penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui dan menganalisis kompetensi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja CV. Tugu mandiri fresh milk.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori. Penulis menetapkan hipotesis dalam penelitian ini ialah: Kompetensi wirausaha dalam *tehnical competence* cukup baik pada CV.

Tugu mandiri fresh milk. Orientasi pasar dalam hal kemampuan merespon cukup baik pada CV. Tugu mandiri. Kinerja bisnis dalam hal kepuasan pelanggan terhadap produk perusahaan cukup baik pada CV. Tugu mandiri fresh milk. Kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada CV. Tugu mandiri fresh milk. Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada CV. Tugu mandiri fresh milk.

6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini konsep kompetensi wirausaha mengacu pada pendapat Suryana (2006:91), konsep orientasi pasar mengacu pendapat Ali Hasan (2008:17) sedangkangkan konsep kinerja bisnis mengacu pada pada pendapat dalam jurnal penelitian Wayan Gede Suparta (2009:77).
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Teknik *nonprobability* sampling yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *sample random sampling.* Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, wawancara, studi literature, dan dokumentasi.
8. Melakukan analisis data. Analisis data dalam penelitian ini ialah menggunakan (Regresi Berganda).
9. Melaporkan pelaporan hasil penelitian. Akan disajikan dalam tabel 3.1 dibawah. 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*.

10. Dibawah ini adalah desain penelitian "Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis pada Sentra CV. Tugu mandiri" fresh milk.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Tujuan Penelitian	Jenis Penelitian	Metode yang Digunakan	Unit Analisis
Tujuan-1	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Manajer/Pengusaha di CV. Tugu mandiri
Tujuan-2	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Manajer/Pengusaha di CV. Tugu mandiri
Tujuan-3	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Manajer/Pengusaha di CV. Tugu mandiri
Tujuan-4	*Descriptive dan Verificatif*	*Descriptive dan Explanatory Survey*	Manajer/Pengusaha di CV. Tugu mandiri

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Jonathan Sarwono (2006:67), mengemukakan bahwa:

"Variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari hubungannya antara satu variabel dengan lainnya dan pengukurannya"

Menurut Nur Indriantoro & Bambang Supomo (2002:69), mengemukakan bahwa penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definsi operasional menjelaskan cara tertentu dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalisasikan *construct,* sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa 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 yang diambil penulis yaitu; "Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada CV. Tugu Mandiri Fresh Milk di Cisarua kab.Bandung barat", maka variabel dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Variabel independent (X1) dalam penelitian ini adalah Kompetensi wirausaha.
2. Variabel independent (X2) dalam penelitian ini adalah Orientasi pasar.
3. Variabel dependent (Y) daam penelitian ini adalah Kinerja bisnis.

Adapun definisi operasionalisasi masing-masing variabel adalah sebagai

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kompetensi Kewirausahaan (Variabel X1)	Kompetensi diartikan sebagai karakteristik dasar personal yang menjadi faktor penentu sukses atau tidaknya seseorang dalam mengerjakan suatu pekerjaan atau pada situasi tertentu. Moeheriono (2009:4)	***Technical Competence*** ***Marketing Competence*** ***Human Relation Competence*** ***Financial Competence***	- Tingkat teknik produksi - Tingkat kinerja pemasaran - Tingkat kemampuan berelasi dengan pihak internal -Tingkat kemampuan teknik keuangan	Ordinal

Variabel	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Orientasi Pasar (Variabel X2)	Orientasi pasar *(Market Orientation=MO)* merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran. Fandy Dkk. (2008:85)	**Intelejensi pasar/informasi pemasaran** **Pendistribusian Produk** **Kemampuan merespon**	- Tingkat Kemampuan mencari informasi - Kemampuan informasi pasar yang luas - Kemampuan membuat perubahan - Tingkat Pendistribusian Produk - Tingkat pemenuhan pesanan pelanggan	Ordinal
Kinerja Bisnis (Variabel Y)	Kinerja bisnis sebagai hasil-hasil fungsi pekerjaan / kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode waktu tertentu	**Perubahan Volume Penjualan** **Pangsa Pasar** **Keuntungan**	- Tingkat volume penjualan - Tingkat keluasan pangsa pasar - Tingkat keuntungan	Ordinal

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder)

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder.

1. **Data Primer**

   Sumber data dalam penelitian ini berasal dari objek yang dilakukan pada para manajer / pemilik perusahaan di CV.Tugu mandiri. Jenis data yang dikumpulkan yaitu data primer dan data sekunder.

> "Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpul data". (Sugiyono 2009:137).

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)".

Data primer dalam penelitian dari variabel "Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis". diperoleh dari survey lapangan (wawancara).

Dalam hal ini data dari manajer / pemilik perusahaan yang merupakan sampel. Selain itu penelitian ini juga mengambil sumber pustaka dari buku-buku yang berkaitan dengan teori dan konsep yang sesuai dengan variabel yang diteliti.

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 (Sangadji dan Sopiah, 2010:172).

Sementara untuk data sekunder diambil dari perpustakaan dan penelitian terdahulu. “Data Sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data”. (Sugiyono 2009:137).

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data (Penentuan Sampel Minimal)

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penyusunan penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui:

1. Populasi

   Pengertian populasi menurut pendapat Sugiyono (2012:80) 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”.

   Menurut Uma Sekaran (2006:121) “populasi *(population)* mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi”.

   Unit analisis dalam penelitian ini adalah *CV. Tugu Mandiri freshmilk* sebanyak 20 karyawan.

2. Sampel

   Sampel adalah bagian dari populasi yang akan dijadikan objek dalam melakukan penelitian dan pengujian data. Metode yang digunakan dalam penarikan sampel ini adalah 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 atau disebut dengan sensus yaitu seluruh karyawan sebanyak 20 responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data 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 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.

Kuesioner, yaitu alat penelitian berupa daftar pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden.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

3.3 Metode Analisis Data

Agar data yang dikumpulkan dapat dimanfaatkan, maka data tersebut diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga nantinya dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan.

3.3.1 Analisis Data Kualitatif

Analisis data kualitatif (bebas nilai) artinya, peneliti memiliki kebebasan dalam menentukan berbagai kriteria untuk menilai gejala sosial atau variabel yang akan diteliti (Nanang Martono, 2010)

3.3.2 Analisis Kuantitatif

Penelitian kuantitatif menganggap bahwa gejala sosial bersifat riil dan memiliki pola yang hampir sama. Artinya bahwa gejala sosial memiliki sifat –

sifat umum yang hampir sama. (Nanang Martono 2010). Analisis kuantitatif terdiri dari:

3.3.2.1 Uji Realibitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel.Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005).

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman – Brown Correlation)*, teknik belah dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subjek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap – ganjil).

Berdasarkan hasil data kuesioner yang diolah dengan SPSS 17.0 maka dapat diperoleh pengujian reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3.4

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Kompetensi Kewirausahaan (X_1)	0,655	0,444	Reliabel
Orientasi Pasar (X_2)	0,784	0,444	Reliabel
Kinerja Bisnis (Y)	0,837	0,444	Reliabel

(Sumber: Hasil pengolahan data : 2016)

Pada tabel di atas dapat dilihat koefisien reliabilitas yang diperoleh adalah seluruhnya lebih besar dengan dari r_{tabel} yaitu 0,444, sehingga alat ukur yang digunakan dinyatakan reliabel.

3.3.2.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini menggunakan content validity yang dapat menggambarkan kesesuaian sebuah pengukuran data dengan apa yang diukur (Ferdinand, 2006). Jika suatu indikator mempunyai korelasi antara skor masing-masing indikator terhadap skor totalnya (skor variabel konstruk) maka dikatakan indikator tersebut valid.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan koefisien validitas atau r_{hitung} dengan $r_{tabel,}$ karena n (jumlah responden) = 20 maka diketahui r_{tabel} sebesar 0,444 berikut adalah hasil uji validitas yang disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Kompetensi Kewirausahaan (X_1)	1	0,814	0,444	Valid
	2	0,841	0,444	Valid
	3	0.835	0,444	Valid
Orientasi Pasar (X_2)	4	0,847	0,444	Valid
	5	0,706	0,444	Valid
	6	0.861	0,444	Valid
	7	0,775	0,444	Valid
	8	0.592	0,444	Valid
Kinerja Bisnis (Y)	9	0.838	0,444	Valid
	10	0.827	0,444	Valid
	11	0.826	0,444	Valid

(Sumber: Hasil pengolahan data : 2016)

Pada tabel di atas menunjukkan hasil uji validitas seluruh pertanyaan yang digunakan untuk mengukur Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Kinerja Bisnis. Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai koefisien validitas yang lebih besar dari 0.444 yang artinya seluruh instrumen pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas yang telah diuraikan di atas, penulis menyimpulan bahwa keseluruhan jumlah pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini sudah teruji valid dan reliabel sehingga seluruh instrumen pertanyaan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

3.5.2.3 Analisis Regresi

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif.Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan layanan purna jual terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda (Multiple regresional analisis).Regresi berguna dilakukan terhadap model lebih dari satu variabel bebas, untuk diketahui pengaruhnya terhadap variabel terikat (Santoso, 2000). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian terhadap sepeda motor Suzuki, sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah kualitas produk, harga, promosi dan layanan purna jual. Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2004) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y : kinerja bisnis (variabel dependen)

X_1 : Variabel Kompetensi wirausaha (variabel independen)

X_2 : Variabel Orientasi pasar (variabel independen)

a : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi variable x1

b_2 : Koefisien regresi variabel x2

e : error

3.5.2.4 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model variabel bebas dan terikat keduanya bebas dan berdistribusi normal.Model yang baik bila memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dilakukan dengan cara analisis grafik.

a. Dengan mengamati *histogram* yang membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Apabila distribusi data observasi mendekati distribusi yang mendekati distribusi normal maka model memenuhi asumsi normalitas.
b. Selain *histogram* digunakan juga *normal probability plot* dengan membandingkan distribusi kumulatif dari data yang sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Jika plot data mengikuti garis

diagonal yang dibentuk oleh distribusi normal maka model memenuhi asumsi normalitas.

3.5.2.4.2. Uji multikolinearitas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel (Ghozali, 2001).Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi.Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas

Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya yaitu 1) dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi, 2) dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r2)dengan nilai determinasisecara serentak(R2), dan 3) dengan melihat nilai *eigenvalue* dan *condition index*. Pada pembahasan ini akan dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi dan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r2)dengan nilai determinasisecara serentak(R2). Menurut Santoso (2001), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya

3.5.2.4.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penafsiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar

koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi.Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji *Rank Spearmen* yaitu dengan mengkolerasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolute dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

3.5.2.5 Uji Korelasi

Menurut Sujana (1989) dalam Umi Narimawat, *et al* (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 = koefisien korelasi

x = variabel independen (Stres dan Kecerdasan Emosional)

y = variabel dependen (Kinerja Karyawan)

n = jumlah responden

3.5.2.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisiensi determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien

determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap varibel dependen. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

3.5.2.7. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui signifikansi dari hipotesa dalam penelitian ini maka perlu dilakukan beberapa uji sebagai berikut :

3.5.2.5.1. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi variasi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2, X3 benar-benar berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (kinerja bisnis). Dalam melakukan uji t, digunakan penyusunan hipotesis yang akan diuji, berupa hipotesis nol (Ho) dan hipotesis alternatif (Hi).

3.5.2.5.2. Uji F

Uji F sering pula disebut dengan uji analisis ragam atau ANOVA *(Analysis of Variance)*.Sama dengan uji t, uji F juga digunakan untuk mencari perbedaan antara nilai rata-rata atau nilai kelompok data.Perbedaannya dengan uji t, uji F dapat dilakukan untuk lebih dari dua kelompok data. Misalnya membandingkan kecepatan transfer data tiga jenis modem yang berbeda.

Dalam perkembangannya, uji F sering digunakan dalam Rancangan Percobaan *(experimental design)* karena selain dapat menganalisis perbedaan

kelompok juga dapat menganalisis bagaimana pengaruh perlakuan terhadap kelompok-kelompok tersebut.Uji F juga sering digunakan dalam analisis regresi untuk melihat kemampuan variabel bebas secara menyeluruh menjelaskan keragaman variabel terikat.