BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian pada perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi online yang telah cukup lama berada di Indonesia khususnya di daerah Bandung. Dengan kata lain perusahaan tersebut telah cukup dikenal banyak oleh masyarakat Indonesia. Menurut Sugiyono (2011: 32) adalah sebagai berikut: "Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variable tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulanya".

Berdasarkan definsi diatas, objek dalam penelitian ini adalah "Pengaruh E-Business dan Strategi Kompetitif terhadap Keunggulan Bisnis Pada PT. Go-jek Indonesia Di Kota Bandung".

1. Variabel bebas *(variabel Indevendent*)

   Menurut Sugiyono (2008:59) "variabel bebas (variabel Indevendent) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebeb perubahannya atau timbulnya variabel terikat". Dimana (variabel X1) dalam penelitian ini adalah pengaruh e-business dan (variabel X2) strategi kompetitif.

2. Variabel terikat (*variabel dependent*)

   Menurut Sugiono (2008:59) “variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adaya variabel bebas”. Dimana Variabel terikat (variabel Y) dalam penelitian ini adalah keunggulan bisnis.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan cara dan keguanaan tertentu. Metode penelitian menurut Sugiyono (2013:5) : “adalah metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, untuk pengetahuan tertentu sehingga pada giliranya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.”

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif.

Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2011:147) : “adalah sebagai berikut metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Mashuri (2008) dalam Narimawati Umi (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."

Metode verifikatif dilakukan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis, sehingga metode verifikatif ini digunakan untuk mengetahui dan metode verifikatif dilakukan untuk menguji. Dengan metode ini dapat diketahui berapa besarnya pengaruh variabel independent mempengaruhi terhadap variabel dependent, serta besarnya arah hubungan yang terjadi.

Menurut Sugiyono (2013:13) "Mendefinisikan metode penelitian kuantitatif adalah sebagai berikut metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

Metode Penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh E-Business sebagai Variabel X1 dan Strategi Kompetitif sebagai X2 terhadap Keunggulan Bisnis sebagai Variabel Y yang diteliti. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Dengan menggunakan metode penelitian dan analisis statistik, maka akan mengetahui hubungan antar variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

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 menuru Narimawati Umi (2008) adalah sebagai berikut Desain Penelitian adalah Suatu Rencana Struktur, dan Strategi untuk menjawab permasalahn, yang mengoptimasi validitas.

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.

Nenurut Sugiyono (2009:13) penjelasan proses penelitian disampaikan seperti teori sebagai berikut dimana proses penelitian meliputi :

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

Berdasarkan penjelasan proses penelitian diatas makan proses penelitian adalah sebagai berikut:

1. Sumber Masalah

   Peneliti melakukan survei awal untuk menentukan fenomena yang terjadi untuk dijadikan sebagai dasar penelitian

2. Rumusan Masalah

   Penelitian ini merumuskan sebagai berikut :

   1. Bagaimana sistem teknologi informasi berbasis e–business pada PT. Go-jek Di Kota Bandung.
   2. Bagaimana strategi kompetitif yang diterapkan oleh perusahaan dalam menunjang operasional PT. Go-jek Di Kota Bandung.
   3. Bagaimana keunggulan bisnis pada PT. Go-jek Di Kota Bandung.

4. Seberapa besar pengaruh e-business dan strategi kompetitif terhadap keunggulan bisnis pada PT. Go-jek Di Kota Bandung Secara Parsial dan Simultan.

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

   Untuk menjawab hipotesis penelitian ini yang terdapat dalam rumusan masalah maka diperlukan sumber data teoritis yang relevan atau dalam penelitian sebelumnya dengan tema yang sama untuk digunakan dalam menjawab pertanyaan sementara.

4. Pengajuan Hipotesis

   Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (factual) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat dalam penelitian ini adalah Pengaruh E-Business mempunyai pengaruh yang positif terhadap Strategi Kompetitif, dan Keunggulan Bisnis mempunyai pengaruh yang positif.

5. Metodologi Penelitian

   Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan teknik analisis data menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif.

6. Menyusun Instrumen Penelitian

   Setelah menentukan metode penelitian, maka peneliti dapat menyusun instrument penelitian. Instrument ini digunakan sebagai alat pengumpul data.

7. Kesimpulan

   Langkah terakhir dari suatu periode penelitian adalah penarikan kesimpulan, yang berupa terhadap rumusan masalah berdasarkan informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Narimawati Umi (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 E-Business dan Strategi Kompetitif Terhadap Keunggulan Bisnis Pada PT. Go-Jek Indonesia Di Kota Bandung.

Maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independen (X1) dan (X2)

   Variebel independen yaitu variabel bebas yang biasa juga mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini E-Business (X1) dan Strategi Kompetitif (X2). E-Business dan Strategi Kompetitif ditentukan dengan skala ordinal, data-data diperoleh dari hasil wawancara pada produsen dan melalui kuisioner.

2. Variabel Dependen (Y)

   Variabel dependen adalah variabel terkait yang dipengaruhi atau mempengaruhi variabel lain, dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Keunggulan Bisnis (Y).

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
E-Business (X1)	E-business atau bisnis elektronik merujuk pada definisi e-commerce yang lebih luas, tidak hanya pembelian dan penjualan barang serta jasa, tetapi juga pelayanan pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis, e-learning, dan transaksi elektronik dalam perusahaan. Menurut Turban (2005)	1. Nilai-nilai yang diterima konsumen, sebagai berikut : (Philip Kotler:1999). a.Produk Value : Konsumen memperoleh produk yang berkualitas sesuai dengan harapan. b.Service Value : Konsumen memperoleh jasa yang berkualitas sesuai dengan yang diharapkan. c.Personnel Value : Konsumen memperoleh layanan yang memuaskan dari karyawan perusahaan. d.Image Value : Citra perusahaan yang menjadi bahan pertimbangan customer dalam menentukan suatu pembelian produk atau jasa. 2. Proses Efisiensi adalah Kemampuan	1. Customer Value (Plhillip Kotler:1999) 2. Proses Operasi 3. Inovasi. 4. Human Resources. 5. Komitmen Manajemen. 6. Penggunaan Internet.	Ordinal

		perusahaan untuk mengoptimalisasi rasio input terhadap output. 3. Inovasi adalah Penerapan ide atau gagasan baru dalam proses bisnis maupun yang berhubungan langsung dengan produk atau jasa yang diberikan. 4. Human Resources adalah Sumber daya manusia dalam perusahaan yang dapat menunjang dan mendukung strategi perusahaan. 5. Komitmen Manajemen adalah Besarnya perhatian manajemen perusahaan terhadap penerapan e-business perusahaan. 6. Penggunaan Internet adalah Untuk menunjang implementasi e-business di perusahaan, dengan melihat : a. Tersedianya situs perusahaan. b. Tersedianya transaksi bisnis melalui internet.		

Strategi Kompetitif (X2)	Strategi bersaing adalah kombinasi antara akhir (tujuan) yang diperjuangkan oleh perusahaan dengan alat (kekuatan) dimana perusahaan berusaha sampai kesana Menurut M.E Porter (2008)	1. Keunggulan Biaya (Cost Leadership Strategi). 2. Deferensiasi (Defferentiation Strategy) 3. Fokus (Focus Strategy)	1. Mampu menghasilkan barang dengan tingkat biaya yang rendah. 2. Berusaha memproduksi dan memasarkan barang atau jasa dengan karakteristik tertentu yang khas. 3. Memusatkan perhatian perusahaan untuk melayani satu atau beberapa segmen pasar.	Ordinal
Keunggulan Bisnis (Y)	Dalam bukunya berjudul “The Competitive Advantage of Nations”. Menurutnya terdapat empat atribut utama yang bisa membentuk lingkungan dimana perusahaan-perusahaan local berkompetisi	1. Optimalisasi layanan bisnis yang tebaik 2. Ketersediaan sistem teknologi yang menunjang bisnis 3. Inovatif dalam menjalankan bisnis 4. Meningkatkan kinerja yang signifikan. Menurut Supriyanto (2004)	1. Perhatian terhadap pasar atau pelanggan 2. Kekayaan intelektual 3. Penurunan biaya yang signifikan 4. Tim yang solid dengan hubungan di dalamnya.	Ordinal

	sedemikian rupa, sehingga mendorong terciptanya keunggulan kompetitif. Keempat atribut tersebut meliputi: a. Kondisi Faktof Produksi (Factor Conditions). b. Kondisi Permintaan (Demand Conditions) c. Industry Terkait dan Industry Pendukung (Related and Supporting Industries). d. Strategi, Struktur dan Persaingan Perusahaan Menurut M.E Porter (1990)			

3.2.3. Sumber Dan Teknik Penentuan Data

Jenis dan metode pengumpulan data yang penulis lakukan dalam penulisan Metodologi Penelitian ini yaitu sabagai berikut :

Sumber data ada dua yaitu data primer dan sekunder. Umar Husein (2005:41) menyatakan bahwa : "Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk table-tabel atau diagram-diagram."

3.2.3.1 Sumber Data Primer

1. Observasi

   Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan langsung terjun ke lapangan untuk mengamati permasalahan yang terjadi dalam perusahaan secara langsung ditempat kejadian. Disini penulis mengumpulkan data – data secara langsung mendatangi tempat operasional perusahaan itu berjalan dan terjun langsung kelapangan memantau kegiatan tersebut.

2. Wawancara

   Wawancara merupakan salah satu usaha atau percobaan secara sistematis, untuk mengumpulkan informasi yang kita butuhkan dari seseorang. Tujuan dari wawancara adalah untuk memperoleh informasi yang lebih akurat dan

lengkap, untuk menyusun sistem yang baru agar sesuai dengan kebutuhan sistem organisasi. Penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik perusahaan tersebut dan bertanya tentang perkembangan dan kendala yang dihadapinya. Serta meninjau langsung kepada masyarakat khususnya pengguna layanan tersebut.

3.2.3.2 Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan cara pengumpulan data dengan cara mempelajari data yang telah tersedia atau dikumpulkan. Cara yang digunakan untuk mengumpulkan data sekunder adalah metode Dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dari sumber-sumber kebanyakan dari materi sejenis dokumen yang berkenaan dengan masalah yang diteliti. Metode ini digunakan penulis untuk pengumpulan data yang berhubungan dengan sistem informasi E-Business, dimana data tersebut didapatkan melalui media elektronik, buku dan jurnal.

3.2.3.3 Teknik Penentuan Data

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

1. Populasi

   Pengertian populasi menurut Narimawati Umi (2008:72), adalah: 40

   "Populasi adalah objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai informasi yang ditetapkan oleh peneliti, sebagai unit analisis penelitian."

2. Sampel

   Pengertian sampel menurut Narimawati Umi (2008:77), adalah:

   "Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi unit pengamatan dalam penelitian."

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling. Menurut Sugiyono (2013: 118) menjelaskan bahwa simple random sampling dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

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

Ket: n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas kesalahan yang ditoleransi (1%, 5%, 10%)

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

Sampel dari penelitian ini adalah mengambil populasi secara acak yaitu konsumen atau objek yang akan kita ambil sebagai sempel dan akan menghasilkan besaran jumlah sampel yang akan diteliti.

Dan apabila besar populasi tidak diketahui maka peneliti akan menggunakan metode penelitian Cross – Sectional yaitu sebagai berikut :

Untuk penelitian survei, biasanya rumus yang bisa dipakai menggunakan proporsi binomunal (binomunal proportions). Jika besar populasi (N) diketahui, maka dicari dengan menggunakan rumus berikut :

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2}\, p\,(1-p)\, N}{d^2(N-1) + Z^2_{1-\alpha/2}\, p\,(1-p)}$$

Rumus Sampel Cross Sectional

Dengan jumlah populasi (N) yang diketahui, maka peneliti bisa melakukan pengambilan sampel secara acak.

Namun apabila besar populasi (N) tidak diketahui atau (N-n)/(N-1)=1 maka besar sampel dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2_{\alpha}\ p\ q}{d^2} = \frac{Z^2\ p\ (1-p)}{d^2}$$

(Snedecor GW & Cochran WG, 1967)
(Lemeshowb dkk, 1997)

Rumus Lemeshow Besar Sampel Penelitian

Keterangan :

n = jumlah sampel minimal yang diperlukan

α = derajat kepercayaan

p = jumlah driver go-jek

q = 1-p (jumlah driver go-jek)

d = limit dari error atau presisi absolut

Jika ditetapkan α =0,05 atau $Z_{1 - \alpha/2} = 1{,}96$ atau $Z^2_{1 - \alpha/2} = 1{,}96^2$ atau dibulatkan menjadi 4, maka rumus untuk besar N yang diketahui diubah menjadi :

$$n = \frac{4\ p\ q}{d^2}$$

Penyederhanaan Rumus Lemeshow Atau Disebut Rumus Slovin.

Untuk mendapatkan nilai p, kita harus melihat dari penelitian yang telah ada atau literatur. Jika tidak diketemukan nilai p dari penelitian atau literature lain, maka dapat dilakukan maximal estimation dengan p = 0,5. Jika ingin teliti maka nilai d sekitar 2,5% (0,025) atau lebih kecil lagi.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013:193), pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari setting-nya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (*natural setting*), pada laboratorium dengan metode experimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dll. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

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 atau sekunder (data yang diambil langsung dari PT. Go-jek Indonesia).

Data primer ini didapatkan melalui penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan peninjauan ke tempat obyek penelitian dan memperoleh data primer. Adapun teknik-tekniknya sebagai berikut :

a. Interview (Wawancara)

   Menurut Sugiyono (2013: 194), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report,* atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.

b. Kuesioner (Angket)

   Menurut Sugiyono (2013: 199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

c. Observasi

   Menurut Sugiyono (2013: 203), observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri-ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.

Dalam melakukan observasi ini, penulis melakukan observasi nonpartisipasi yaitu peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen. Sedangkan observasi yang digunakan penulis dari segi instrumensasi adalah observasi terstruktur, yaitu observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang kan diamati, di mana tempatnya.

Data sekunder ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

Dokumentasi : Pengumpulan data dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan, mulai dari literature, dan buku-buku yang ada.

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 Validitas

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

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

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

(Sumber: Umi Narimawati, 2010: 42)

Keterangan :

r = Koefisien korelasi pearson

X = E-Busineess dan Strategi Kompetitif

Y = Keunggulan Bisnis

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

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

$$t = \frac{r\sqrt{b^2 - 4ac}}{2a}$$

n = ukuran sampel

r = koefisien korelasi pearson

Taraf signifikansi ditentukan 5%. Jika diperoleh hasil korelasi yang lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 0,05 berarti butir pertanyaan tersebut valid.

Uji validitas adalah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir, apabila koefesien korelasinya (r_{hitung}) lebih besar atau sama dengan r_{tabel} dengan df = n – 2 (30 – 2 = 28), dengan α (0,05) diperloeh angka 0,361 maka pernyataan tersebut valid.

Berikut hasil pengujian validitas dengan bantuan *Software SPSS v21* dengan metode *Pearson Product Moment*, disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.2

Hasil Uji Validitas Variabel E-Business

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P1	0,730	0,361	Valid
P2	0,838	0,361	Valid
P3	0,703	0,361	Valid
P4	0,761	0,361	Valid
P5	0,416	0,361	Valid
P6	0,411	0,361	Valid
P7	0,656	0,361	Valid
P8	0,608	0,361	Valid
P9	0,568	0,361	Valid
P10	0,410	0,361	Valid
P11	0,577	0,361	Valid
P12	0,720	0,361	Valid
P13	0,514	0,361	Valid
P14	0,757	0,361	Valid
P15	0,785	0,361	Valid
P16	0,391	0,361	Valid
P17	0,422	0,361	Valid
P18	0,453	0,361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan *software SPSS v21*(terlampir)

Berdasarkan tabel di 3.2 atas, dapat diketahui bahwa nilai koefesien validitas (r_{hitung}) dari setiap item pernyataan pada variabel E-Business lebih besar dari r_{tabel} (0,361). Hasil pengujian ini menunjukan bahwa semua butir pernyataan yang mewakili variabel E-Business sudah valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Kompetitif

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P19	0,780	0,361	Valid
P20	0,560	0,361	Valid
P21	0,611	0,361	Valid
P22	0,693	0,361	Valid
P23	0,676	0,361	Valid
P24	0,700	0,361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan *software SPSS v21*(terlampir)

Berdasarkan tabel di 3.3 atas, dapat diketahui bahwa nilai koefesien validitas (r_{hitung}) dari setiap item pernyataan pada variabel strategi kompetitif lebih besar dari r_{tabel} (0,361). Hasil pengujian ini menunjukan bahwa semua butir pernyataan yang mewakili variabel strategi kompetitif sudah valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bisnis

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P25	0,536	0,361	Valid
P26	0,615	0,361	Valid
P27	0,659	0,361	Valid
P28	0,446	0,361	Valid
P29	0,712	0,361	Valid
P30	0,729	0,361	Valid
P31	0,709	0,361	Valid
P32	0,605	0,361	Valid
P33	0,599	0,361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan *software SPSS v21*(terlampir)

Berdasarkan tabel di 3.4 atas, dapat diketahui bahwa nilai koefesien validitas (r_{hitung}) dari setiap item pernyataan pada variabel keunggulan bisnis lebih besar dari r_{tabel} (0,361). Hasil pengujian ini menunjukan bahwa semua butir pernyataan yang mewakili variabel keunggulan bisnis sudah valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

3.3.2.2 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.

$$\frac{2\,r_b}{1 + r_b}$$

(Sumber: Umi Narimawati, 2010:44)

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

$$\Gamma 1 = \frac{2\,\Gamma b}{1 + \Gamma b}$$

(Sumber : Narimawati Umi, 2010:44)

Dimana :

Γ1 = reliabilitas internal seluruh item.

Γ*b* = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua.

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.

Alat ukur selain harus valid juga harus memiliki reliabilitas atau keandalan. Suatu alat ukur dapat dikatakan andal jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Pengujian reliabilitas ini dimaksudkan untuk menguji tingkat konsistensi dari alat ukur penelitian. Dalam penelitian ini, untuk menguji tingkat konsistensi dari alat ukur penelitian digunakan *Spearman Brown*.

Suatu konstruk dapat diterima jika memilki nilai koefisien reliabilitas yang lebih besar atau sama dengan 0,7 (*acceptable*). Hasil perhitungan koefisien reliabilitas dapat dilhat pada tabel berikut :

Tabel 3.5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	**Koefesien Reliabilitas**	**r-kritis**	**Keterangan**
E-Business (X_1)	0,937	0,700	Reliabel
Strategi Kompetitif (X_2)	0,811	0,700	Reliabel
Keunggulan Bisnis (Y)	0,893	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan *software SPSS v21*

Pada tabel 3.5 di atas, terlihat bahwa dari ke-3 (tiga) variabel yang diteliti, diperoleh nilai *Spearman Brown* sebesar 0,937 ; 0,811 dan 0,893. Ke 3 (tiga) nilai koefisien reliabilitas tersebut lebih besar dari 0,700, maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas yang telah diuraikan, dapat dinyatakan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan pada setiap variabelnya masing-masing sudah layak dan dapat diandalkan sebagai alat ukur penelitian.

3.3.2.3 Uji MSI (Data Ordinal ke Interval)

Menurut Hays (1969:39), data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapatkan dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan

ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*". Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

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 proposi kumulatifnya
c) Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data n>30 dianggap mendekati lus daerah dibawah kurva normal
d) Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai Z pada rumus distribsi normal
e) Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*

$$\text{Means of Interval} = \frac{\text{Density at Lower limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area at Bellow Density Upper Limit} - \text{Ara=ea at Below Lower Limit}}$$

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

3.3.3 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.3.3.1 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.

Peneliti melakukan analisa data terhadap data yang telah diuraikan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

3.3.3.2 Analisis Deskriptif / 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 dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengn skor ideal. Skor aktual telah diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifiasi bobot yang diberikan (1, 2, 3, 4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi niai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikaliakan jumlah responden.

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

(Sumber: Umi Narimawati, 2007:84)

Keterangan:

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

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 3.6

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

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

(Sumber: Umi Nariamawati, 2007:84)

3.3.3.3 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melaui "*Methode of Successive Interval*" (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel dapat digunakan salah satunya adalah sebagai contoh analisis regresi berganda (*Multiple Regression*).

3.3.3.4 Analisis Regresi dan Asumsi Klasik

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh variabel E-Business (X1) dan Strategi Kompetitif (X2) terhadap Keunggulan Bisnis (Y).

Menurut Sugiyono (2013:277), analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunnya nilai). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

Persamaan regresi untuk dua prediktor dalam penelitian ini adalah:

$Y = a + b1X1 + b2X2$

Dimana:

Y = Keunggulan Bisnis

a = bilangan berkonstanta

b1, b2 = koefisien arah garis

X1 = E-Business

X2 = Strategi Kompetitif

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada anaisis 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 linear beraganda yang dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi linier berganda (*multiple linear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas :

a) Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independe atau keduanya berdistibusi 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 (Asymtotic Significance), yaitu :

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

b) Uji Multikolinier

Menurut Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolenieritas bila terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibat model tersebutakan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Mandala, 2001: 268-270) dalam (Erwan Agus Purwanto Dyah Ratih Sulistiastuti, 2011:198). Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuesinya adalah :

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dpaat di taksir.
2. Nilai standar erornya miring setiap koefisien regresi menjadi tak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingakat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar erornya miring semakin besar pula.Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolenieritas adalah dengan menggunakan Variance Implation Factors (VIF). Menurut Gujarati (2003:362), jika VIF kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat multikolinieritas tidak terdapat.

c) Uji Heteroskedastitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran 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 Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual.Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual *(error)* ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

Selain itu, dengan menggunakan program SPSS, heteroskedastisitas juga bisa dilihat dengan melihat grafik scatterplot antara nilai tambah prediksi variabel yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID, jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.3.3.5 Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian yang dikemukakan dalam kerangka pemikiran adalah “semakin besar pengaruh e-business dan strategi kompetitif terhadap keuggulan bisnis maka akan berpengaruh pada keunggulan bisnis.”

Hipotesis tersebut dalam hipotesis statistik menjadi :

- H_0 : rs $\leq$ 0, E-Business mempunyai pengaruh yang positif terhadap keunggulan bisnis.
- H1 : rs $\geq$ 0, Strategi kompetitif mempunyai pengaruh yang positif terhadap keunggulan bisnis.

Untuk mengetahui apakah hipotesis yang dikemukakan diterima atau tidak kita harus membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel distribusi t.

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Variabel E-Business (X1) dan Variabel Strategi kompetitif (X2) terhadap Variabel Keunggulan bisnis (Y). 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 Parsial

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

   a. Rumus uji t yang digunakan adalah:

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

      T hitung diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

   b. Hipotesis

      H1. $\beta = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel X1, terhadap Variabel Y.

      H1. $\beta \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel X1 terhadap Variabel Y.

      H2. $\beta = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel X2 terhadap Variabel Y.

      H2. $\beta \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel X2 terhadap Variabel Y.

   c. Kriteria pengujian

      H0 ditolak apabila thitung < dari ttabel ($\alpha = 0{,}05$) Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

      - Jika thitung ≥ ttabel maka H0 ada di daerah penolakan, berati Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.

- Jika thitung ≤ ttabel maka H0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan Y tidak ada hubungannya.

2. 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 variable bebas secara bersama-sama dapat berperan 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 Fhitung > Fkritis, maka H0 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 Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson*.

b. Hipotesis

H0;= 0, Tidak terdapat pengaruh Variabel X1 dan Variabel X2 terhadap Variabel Y

H1;ρ 0, Terdapat pengaruh Variabel X1 dan Variabel X2 terhadap Variabel Y.

c. Kriteria pengujian

H0 ditolak apabila F hitung > dari F tabel (α = 0,05)

Apabia pada pengujian secara simultan H0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada yxi 0. Untuk mengetahui ρyxi yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.



Gambar 3.1 Daerah penerimaan dan penolakan Ho

(Sumber : Sugiyono, 2009:185)