BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran dalam rangka memperoleh data untuk diolah dan dianaisis lebih lanjut. Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:38). Objek penelitian dalam penelitian ini yaitu Keunggulan Bersaing (Y) pada Sentra Topi jenis *Snapback* di Desa Rahayu Kabupaten Bandung sebagai variabel terikat (*dependent*) yang dipengaruhi oleh Orientasi Pasar (X_1) dan Orientasi Pembelajaran (X_2) sebagai variabel bebas (*independent*).

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan dari suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2013:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu bagian dari statistik yang mempelajari cara pengumpulan dan penyajian data sehingga mudah difahami (Hasan, 2011:6).

Sugiyono (2017:29) menyatakan bahwa statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Sedangkan menurut Priyono (2016:37) penelitian deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena.

Tujuan dari penelitian deskriftif berupa menggambarkan mekanisme sebuah proses dan menciptakan seperangkat kategori atau pola. Dalam penelitian ini metode yang diterapkan berupa teknik survei yaitu penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Kuesioner merupakan lembaran yang berisi beberapa pertanyaan dengan struktur yang baku. Dalam pelaksanaan survei, kondisi penelitian tidak dimanipulasi oleh peneliti (Priyono, 2016:43).

Selain itu, penelitian ini juga bersifat verifikatif, yaitu metode yang bertujuan untuk menguji secara matematis dugaan mengenai adanya hubungan antar variabel dari masalah yang sedang diselidiki di dalam hipotesis, atau untuk menguji kebenaran suatu hipotesis dimana dalam penelitian ini yang akan diuji adalah pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Topi Jenis *Snapback* di Desa Rahayu Kabupaten Bandung.

Penelitian ini mengambil lokasi di di Desa Rahayu Kabupaten Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Dalam penelitian ini, yang menjadi unit sample adalah para pengrajin/pengusaha topi di Sentra Topi Jenis Snapback. Untuk menjawab masalah dan tujuan penelitian pertama yaitu untuk mengetahui pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing, digunakan penelitian yang bersifat deskriptif dengan sumber data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden.

Untuk menjawab masalah dan tujuan penelitian kedua yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran

terhadap Keunggulan Bersaing, digunakan penelitian yang bersifat verifikatif dengan mempergunakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden.

3.2.1 Desain Penelitian

Menurut Nazir (2014: 70) desain dari penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam pengertian yang lebih sempit, desain penelitian hanya mengenai pengumpulan dan analisis data saja. Dalam pengertian yang lebih luas, desain penelitian mencakup proses-proses berikut :

1. Identifikasi dan pemilihan masalah penelitian.
2. Pemilihan kerangka konseptual untuk masalah penelitian serta hubunganhubungan dengan penelitian sebelumnya.
3. Memformulasikan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dari tujuan, luas jangkau (*scope*), dan hipotesis untuk diuji.
4. Membangun penyelidikan dan percobaan.
5. Memilih serta memberi definisi terhadap pengukuran variabel-variabel.
6. Memilih prosedur dan teknik *sampling* yang digunakan.
7. Menyusun alat serta teknik untuk mengumpulkan data.
8. Membuat *coding*, serta mengadakan *editing* dan *processing* data.
9. Menganalisis data serta pemilihan prosedur statistik untuk mengadakan
10. generalisasi serta *inferensi statistik.*
11. Pelaporan hasil penelitian, termasuk proses penelitian, diskusi serta interpretasi

data, generalisasi, kekurangan-kekurangan dalam penemuan, serta menganjurkan beberapa saran-saran dan kerja penelitian yang akan datang.

Sedangkan menurut Narimawati, Anggadini dan Ismawati (2011:30) langkah-langkah desain penelitian adalah sebagai berikut :

1. menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi.
3. Menetapkan rumusan masalah.
4. Menetapkan tujuan penelitian.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori.
6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan.
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data.
8. Melakukan analisis data. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis kualitatif (metode deskriptif) dan analisis kuantitatif (metode verifikatif).
9. Menyusun pelaporan hasil penelitian melalui data informasi yang diperoleh dari perusahaan kemudian data menyimpulkan penelitian, sehingga akan diperoleh penjelasan dan jawaban atas identifikasi masalah dalam penelitian.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat digambarkan desain dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian		Desain Penelitian		
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive dan survey*	Pengrajin	*Cross Sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive dan survey*	Pengrajin	*Cross Sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive dan survey*	Pengrajin	*Cross Sectional*
T-4, 5, 6	*Descriptive & verifikatif*	*Descriptive dan explanatory survey*	Pengrajin	*Cross Sectional*

Sumber: Narimawati, Anggadini dan Ismawati (2011:31)

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2017:2) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

3.2.2.1 Variabel Dependen

Variabel Dependen menurut Sugiyono (2017:4) variabel dependen atau dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen atau variabel terikat yaitu Keunggulan Bersaing (Y).

3.2.2.2 Variabel Independen

Variabel independen menurut Sugiyono (2017:4) dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

1. Orientasi Pasar (X_1).
2. Orientasi Pembelajaran (X_2).

3.2.3 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2013:31), definisi operasional adalah penentuan kosntrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Adapun variabel penelitian beserta definisi operasionalnya dijelaskan dalam Tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Orientasi Pasar (X_1)	Budaya untuk mengumpulkan nilai konsumen dan proses secara terus menerus untuk menciptakan nilai tertinggi bagi pembeli (Cravens, 2003 (ikutip Ade Octavia, 2012:142)	**Orientasi Pelanggan** - penciptaan kepuasan konsumen - pemahaman terhadap kebutuhan konsumen - upaya meningkatkan nilai produk - memberikan layanan purna jual	- Tingkat penciptaan kepuasan konsumen - Tingkat pemahaman terhadap kebutuhan konsumen - Tingkat upaya peningkatkan nilai produk - Tingkat pemberian layanan purna jual	Ordinal
		Orientasi Pesaing - merespon dengan cepat dari pesaing - mendiskusikan dengan pekerja untuk menghadapi persaingan - aktif memantau strategi pesaing	- Tingkat kecepatan respon dari pesaing - Tingkat mendiskusikan dengan pekerja dalam menghadapi persaingan	Ordinal

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
		- meningkatkan keunggulan bersaing	- Tingkat aktifitas pemantauan strategi pesaing - Tingkat peningkatkan keunggulan bersaing	
		Koordinasi Antar Fungsi - membagi informasi tentang konsumen - mengetahui informasi pasar - kontribusi peningkatan nilai pelanggan, - terlibat dalam pengembangan produk.	- Tingkat membagi informasi tentang konsumen - Tingkat pengetahuan informasi pasar - Tingkat kontribusi peningkatan nilai pelanggan, - Tingkat keterlibatan dalam pengembangan produk.	Ordinal
Orientasi Pembelajaran (X_2)	Suatu proses dimana organisasi atau perusahaan belajar untuk memiliki keahlian dalam menciptakan, mempelajari dan mentransfer pengetahuan serta sikap dari perusahaan untuk merefleksikan hasil belajar dari perusahaan (Gervin, dikutip Bagas Prakoso, 2005:42-43)	**Komitmen belajar** - Berpikir berdasarkan fakta - Budaya yang sejalan dengan proses pembelajaran	- Tingkat berpikir berdasarkan fakta - Tingkat budaya yang sejalan dengan proses pembelajaran	Ordinal
		Berbagi visi - Pemikiran yang terbuka - Kesamaan tujuan pembelajaran	- Tingkat pemikiran yang terbuka - Tingkat kesamaan tujuan pembelajaran	
		Keterbukaan pemikiran - Kesamaan arah - Kesamaan intensitas	- Tingkat kesamaan arah - Tingkat kesamaan intensitas	
Keunggulan Bersaing (Y)	Suatu kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama (Michael E Porter, 2008:12)	**Keunikan produk** - Produk yang unik - Berbeda dengan produk pesaing	- Tingkat keunikan produk - Tingkat perbedaan dengan produk pesaing	Ordinal
		Kualitas produk - Produk yang lebih rapi - Produk yang tahan lama	- Tingkat kerapihan produk - Tingkat ketahanan produk	
		Harga bersaing	- Tingkat kompetitif harga produk	

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
		- Harga produk yang kompetitif - Harga produk yang lebih murah	- Tingkat kemurahan harga produk	

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Jenis dan sumber data yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian ini adalah :

1. Data primer, pengumpulan data primer dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pada para UMKM Topi Jenis *Snapback* di Desa Rahayu Kabupaten Bandung.
2. Data sekunder, yaitu data yang telah ada dan tersusun secara sistematis serta merupakan hasil penelitian dari dokumen-dokumen perusahaan serta literature lain seperti buku, majalah, surat kabar, makalah, dan situs web.

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Data primer ini berupa data:

1. Persepsi responden mengenai Orientasi Pasar.
2. Persepsi responden mengenai Orientasi Pembelajaran.
3. Persepsi responden mengenai Keunggulan Bersaing.

Data primer menurut Hasan (2011:33) adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer diperoleh dari kuesioner yang dilakukan. Sedangkan data sekunder menurut Hassan (2011:33) adalah data yang diperoleh atau

dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan peneliti terdahulu..

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

1. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono. 2017:61). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah para pengrajin dan pemasar Topi Jenis *Snapback* di Desa Rahayu Kabupaten Bandung yang berjumlah 32 UMKM.

2. Sampling Sensus

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugyono, 2017:62). Jadi dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan sebuah perwakilan dari jumlah populasi atau dapat disebut juga sebagai subset dari beberapa populasi yang diambil karena kasus yang tidak mungkin meneliti semua jumlah populasi.

Teknik yang diambil dalam penelitian ini adalah teknik sampling total, karena kurang dari 100 orang atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil, maka teknik sampling yang diambil adalah semua UMKM pada Sentra Industri Topi Jenis *Snapback* di Desa Rahayu Kabupaten Bandung sebanyak 32 UMKM. Sampling total adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2017:67).

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan (*field research*), dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan data sekunder. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:

1. Observasi (pengamatan langsung)

   Melakukan pengamatan secara langsung dilokasi untuk memperoleh data yang diperlukan. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan yang berhubungan dengan variabel penelitian. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan.

2. Wawancara atau *interview*

   Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Penulis dapat mengadakan hubungan langsung dengan pihak-pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan penelitian. Dalam teknik wawancara ini, penulis dapat mengadakan tanya jawab kepada sumber yang dapat memberikan data atau informasi.

3. Kuesioner

   Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara

statistik kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden yang berhubungan dalam penelitian ini.

Sedangkan data sekunder didapatkan melalui teknik-teknik Dokumentasi dengan melakukan pengumpulan data melalui telaahan dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan, literature, dan buku-buku referensi serta hasil penelitian yang ada.

3.2.4.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument (Arikunto, 2013:211). Sedangkan menurut (Sugiono, 2013: 173) valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mengukur validitas instrument menggunakan rumus Korelasi *Product Moment* dengan rumus :

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(\sum x^2 - (x)^2)(\sum y^2 - (y)^2}}$$

Keterangan :
r = koefisien validitas item yang dicari
X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal
$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal
$\sum X^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor
X $\sum Y^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor
Y n = banyaknya responden

Dalam mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut (Arikunto, 2013: 164) dapat dilihat pada tabel 3.3 sebagai berikut :

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

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

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

Dimana :
n = ukuran sampel
r = koefisien korelasi person

Keputusan pengujian validitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan dengan 5 % satu sisi adalah :

1. Item instrument dikatakan valid jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ = 1,9744 maka instrument tersebut dapat digunakan.
2. Item instrument dikatakan tidak valid jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ = 1,9744 maka instrument tersebut tidak dapat digunakan.

Hasil uji validitas yang dilakukan terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuisioner pada variabel Orientasi Pasar (X_1) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Uji Validitas Variabel Orientasi Pasar (X_1)

No.	r_{hitung}	Sig. r	Keterangan
X11	0,881	0,000	Valid
X12	0,745	0,000	Valid
X13	0,841	0,000	Valid
X14	0,886	0,000	Valid
X15	0,692	0,000	Valid
X16	0,819	0,000	Valid
X17	0,875	0,000	Valid
X18	0,880	0,000	Valid
X19	0,894	0,000	Valid
X110	0,850	0,000	Valid
X111	0,750	0,000	Valid
X112	0,778	0,000	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Ver. 24, 2017

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel Orientasi Pasar (X_1) tersebut seluruh pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid berdasarkan nilai signifikansi < α = 0,05; sehingga setiap item pernyataan dapat dipergunakan untuk mengukur Variabel Orientasi Pasar (X_1).

Hasil uji validitas yang dilakukan terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuisioner pada variabel Orientasi Pembelajaran (X_2) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5
Uji Validitas Variabel Orientasi Pembelajaran (X_2)

No.	r_{hitung}	Sig. R	Keterangan
X21	0,960	0,000	Valid
X22	0,936	0,000	Valid
X23	0,942	0,000	Valid
X24	0,938	0,000	Valid
X25	0,962	0,000	Valid
X26	0,925	0,000	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Ver. 24, 2017

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel Orientasi Pembelajaran (X_2) tersebut seluruh pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid berdasarkan nilai signifikansi < α = 0,05; sehingga setiap item pernyataan dapat dipergunakan untuk mengukur Variabel Orientasi Pembelajaran (X_2).

Hasil uji validitas yang dilakukan terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuisioner pada variabel Keunggulan Bersaing (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.6
Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

No.	r_{hitung}	Sig. R	Keterangan
Y1	0,898	0,000	Valid
Y2	0,946	0,000	Valid
Y3	0,897	0,000	Valid
Y4	0,907	0,000	Valid

No.	r_{hitung}	Sig. R	Keterangan
Y5	0,947	0,000	Valid
Y6	0,879	0,000	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Ver. 24, 2017

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel Keunggulan Bersaing (Y) tersebut seluruh pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid berdasarkan nilai signifikansi < α = 0,05; sehingga setiap item pernyataan dapat dipergunakan untuk mengukur Variabel Keunggulan Bersaing (Y).

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto, (2013:100) reliabilitas berhubungan dengan masalah kepercayaan. Suatu tes dapat dikatakan mempunyai taraf kepercayaan yrng tinggi jika tes tersebut dapat memberikan hasil yang tetap. Tuntutan bahwan instrument evaluasi harus vakid menyangkut harapan yang diperolehnya data yang valid, sesuai dengan kenyataan. Jika validitas terkait dengan ketepatan objek yang tidak lain adalah tidak menyimpangnya data dari kenyataan, artinya bahwa data tersebut benar.

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrument. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method* (*Guttman Split-Half 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 ganjil-genap). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara asak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokan dalam kelompok I dan kelompok II.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
3. Korelasikan skor total kelompok I dan total skor kelompok II.
4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r\ 1 = \frac{2r^2 b}{1 + r^2 b}$$

Keterangan :
r1 = reliabilitas internal seluruh item
rb = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

keputusan pengujian reliabilitas instrument dengan menggunakan taraf signifikasn 5% satu sisi adalah :

1. Jika t hitung lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% maka instrument dinyatakan reliable dan dapat digunakan.
2. Jika t hitung kurang dari $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliable dan tidak dapat digunakan.

Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS menggunakan data sekumpulan butir pertanyaan dalam kuesioner dapat diterima jika memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,7.

Tabel 3.7

Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

Kriteria	Reliability	Validity
Good	0,80	0,50
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

Sumber: Barker, et al., (2002:70)

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	*Guttman Split-Half Correlation*	Kriteria	Keterangan
1.	Orientasi Pasar (X_1)	0,962	*Good*	Reliabel
2.	Orientasi Pembelajaran (X_2)	0,971	*Good*	Reliabel
3.	Keunggulan Bersaing (Y)	0,969	*Good*	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS Ver. 24, 2017

Hasil uji reliabilitas menunjukkan hasil reliabel untuk ketiga variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini. Hasil ini memperlihatkan kekonsistenan jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan untuk setiap variabelnya, sehingga data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data kuesioner seluruhnya dapat diolah lebih lanjut.

3.2.4.3 Metode Successive Interval

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (Husein, 2011:187), agar dapat dianalisis secara statistik maka data tersebut harus dinaikan menjadi skala interval dengan menggunakan *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 :

1. ambil data ordinal hasi kuesioner.

2. Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaba dan hitung proporsi kumulatifnya.
3. Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
4. Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
5. Menghitung nilai skala dengan rumus *Methode of Successive Interval*.

$$\textit{Means of Interfal} = \frac{\textit{Density at Lower limit} - \textit{Denisty at Upper Limit}}{\textit{Area at Below Denisty Upper Limit} - \textit{Area at Below Lower Limit}}$$

Dimana :

Means of Interval	= Rata-rata Interval
Density at Lower Limit	= Kepadatan batas bawah
Denisty at Upper Limit	= Kepadatan atas bawah
Area at Upper Limit	= Daerah di bawah batas atas
Area at Lower Limit	= Daerah di bawah batas bawah

6. Menentukan nilai transformasi (nilai umtuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Minimal + 1.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Menurut Narimawati, Anggraini dan Ismawati (2010:41), rancangan analisis adalah Proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan

yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data merupakan suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Bogdan dalam Sugiyono, 2013:244).

Metode analisis data merupakan salah satu cara yang digunakan oleh seorang peneliti untuk mengetahui sejauh mana suatu variabel mempengaruhi variabel lain. Tujuan metode analisis data adalah untuk menginterprestasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Agar data yang telah dikumpulkan dapat bermanfaat bagi penelitian, maka data yang diperoleh harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan.

3.2.5.2 Analisis Deskriptif

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

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat 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 predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

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

Sumber: Narimawati, Anggadini dan Ismawati (2011: 84)

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

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.5 sebagai berikut :

Tabel 3.9

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	00,00 – 20,00	Sangat Rendah
2	20.01 – 40.00	Rendah
3	40.01 – 60.00	Sedang
4	60.01 – 80.00	Tinggi
5	80.01 – 100,00	Sangat Tinggi

Sumber: Narimawati, Anggadini dan Ismawati (2011: 84)

3.2.5.3 Analisis Verifikatif

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (Husein, 2011: 187), agar dapat dianalisis secara statistik maka data tersebut harus dinaikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Methode of Successive Interval.* Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel dapat

digunakan salah satunya adalah sebagai contoh analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression*).

1. Analisis Regresi Linier Berganda dan Asumsi Klasik

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel yaitu Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen yaitu variabel Keunggulan Bersaing, baik pengaruh secara bersama-sama maupun pengaruh parsial. Persamaan regresi linier berganda adalah :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots. + \beta n Xn + \varepsilon$$

Dimana :

Y	= variabel dependen
X_1, X_2	= variabel independen
A	= konstanta
β_1, β_2	= koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran, sedangkan variabel dependen adalah Keunggulan Bersaing, sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana :
Y = variabel dependen
α = konstanta dari persaman regresi
β_1 = koefisien regresi dari variabel X_1,
β_2 = koefisien regresi dari variabel X_2,
X_1 = variabel independen
X_2 = variabel independen
ε = faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan

persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi 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-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, 2011: 181).

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probablitas (*Asyimtotic Significance*), yaitu :

1) Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal.
2) Jika probabilitas < maka 0,05 populasi tidak berdistribusi secara normal.

b) Uji Multikolinieritas

Menurut Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinieritas bila terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibatnya model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Purwanto dan Sukistyastuti, 2011:198). Jika terdapat korelasi yang kuat diantara sesame variabel independen maka konsekuensinya adalah :

1) Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
2) Nilai standar *error* setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar kolerasi diantara sesame variabel independen, maka tingkat keasalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar *error* nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Menurut (Gujarati, 2005: 362) jika nilai *VIF* nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas

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 koefisen-koefisen 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

koefisen korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogeny).

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

d) Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan deret waktu dalam model regresi atau dengan kata lain *error* dari observasi yang satu dipengaruhi oleh *error* dari observasi sebelumnya. Akibat dari adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak efisen, artinya tingkat kesalahnnya menjadi sangat besar dan koefisien regresi menjadi tidak stabil. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik Durbin-Watson (D-W). kriteria uji : bandingkan nilai D-W dengan nilai d dari tabel Durbin-Waston :

1) Jika D-W < dL atau D-W > 4 – dL, kesimpulannya pada data terdapat autokorelasi.
2) Jika dU < D-W < 4 – dU, kesimpulannya pada data tidak ada autokorelasi.

3) Tidak ada kesimpulan jika dL ≤ D-W ≤ dU atau 4 – dU ≤ D-W ≤ 4 – dL. Apabila hasi uji Durbin-Waston tidak dapat disimpulkan apakah terdapat autokorelasi atau tidak maka dilanjutkan dengan *runs test.*

2) Analisis Korelasi

Menurut Sujana (dikutip Narimawati, Anggadini, dan Ismawati, 2011: 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 = Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran
y = Keunggulan Bersaing
n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel di bawah ini.

Tabel 3.10

Tingkat Keeratan Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0.199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0.40 – 0,599	Sedang
0.60 – 0,799	Kuat
0.80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017: 231)

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 didapat dari R^2 = SSreg/SStot .

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

Dimana:
d : Koefisien determinasi
r : Koefisien Korelasi

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan atau jawaban sementara mengenai sesuatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris, untuk mengetahui apakah pernyataan (dugaan atau jawaban) itu dapat diterima atau tidak. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Topi Jenis *Snapback* di Desa Rahayu Kabupaten 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 Parsial

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

a. Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$t\ hitung\ (x1,2) = \frac{b\ 1,2}{se(b1,2)}$$

Keterangan:
t hitung (X1,2) = Nilai **t** hitung X1 (Orientasi Pasar) dan Nilai **t** hitung X2 (Orientasi Pembelajaran)
b1 dan b2 = Koefisien regresi masing-masing variabel

Hasilnya dibandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikansi 5%

b. Hipotesis

$H_1.\beta = 0$, Tidak terdapat pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing

$H_1.\beta \neq 0$, Terdapat pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing

$H_2.\beta = 0$, Tidak terdapat pengaruh Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing

$H_2.\beta \neq 0$, Terdapat pengaruh Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing

c. Kriteria pengujian

Untuk mengetahui apakah Ho diterima atau ditolak, digunakan uji signifikasi yaitu :

Jika t hitung > t tabel 0,05 (dk = n-2), maka Ho = ditolak, Ha diterima

Jika t hitung < t tabel 0,05 (dk = n-2), maka Ho = diterima, Ha ditolak

Dimana :
1. Dengan tingkat signifikasi ( ) = 0,05
2. Derajat kebebasan (dk) = n-2

2. Pengujian Secara Simultan/Bersama

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 variable terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan anatara 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 (Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Keunggulan Bersaing) ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sugiyono (2017:228), 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

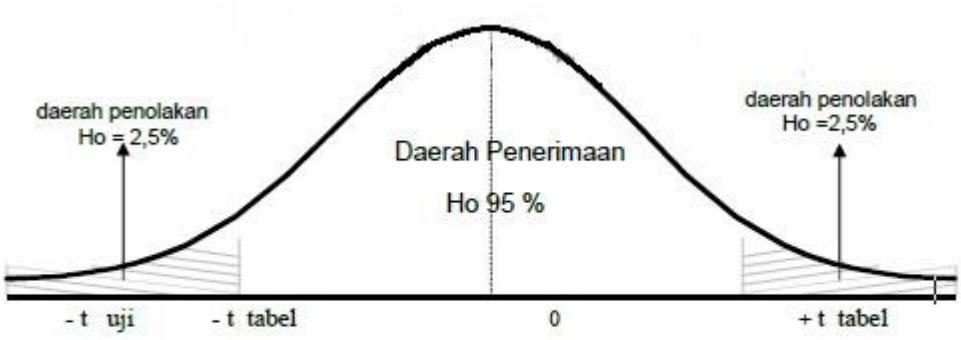
H0 ; ρ= 0, Tidak terdapat pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Topi Jenis Snapback di Desa Rahayu Kabupaten Bandung.

H1 ; ρ0, Terdapat pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Topi Jenis Snapback di Desa Rahayu Kabupaten Bandung.

c. Kriteria pengujian

H0 ditolak apabila Fhitung> dari Ftabel (α = 0,05)

Apabila pada pengujian secara simultan H0 ditolak, artinya sekurangkurangnya sebuah yxi 0. Untuk mengetahi ρyxi yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian parsial.



Gambar 3.1 Kurva Distribusi Normal

Penarikan Kesimpulan Daerah yang diarsir merupakan daerah penolakan. Tingkat signifikasi 5% artinya kita mengambil risiko salah dalam mengambil keputusan untuk menolak hipotesis yang benar adalah sebanyak-banyaknya 5% dan benar dalam mengambil keputusan sedikit-dikitnya adalah 95% (tingkat kepercayaan). Atau dengan kata lain, kita percaya bahwa 95% dari keputusan untuk menolak hipotesis yang salah adalah benar.