BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data–data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut yang berjudul : "Pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pembeli Kerupuk Kedelai Rajawali (Survey pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai di Kota Banjar)".

Menurut Husein Umar (2004:303), mengatakan bahwa "Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu".

Di dalam penelitian ini, penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel yang akan diteliti di dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel independent (variabel bebas), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel independent (variabel X1) dalam penelitian Inovasi Produk dan (variabel X2) Diferensiasi Produk.

2. Variabel dependent (variabel tidak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel independent. Variabel dependent (variabel Y) dalam penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing.

Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk merupakan faktor penyebab, sedangkan Keunggulan Bersaing merupakan faktor akibat. Objek penelitian ini dilakukan pada Pembeli Sentra Industri Kerupuk Kedelai di Rajawali Kota Banjar.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu (Umi Narimawati, 2008:127). Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif karena penulis ingin mendeskripsikan Pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Pembeli Kerupuk Kedelai di Rajawali (Survey Pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai di Kota Banjar).

Menurut Sugiyono (2014:2): “Metode Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas”.

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2008 : 45) menyatakan bahwa: “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.”

Tujuan dari metode verifikatif yaitu merupakan pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif melalui suatu perhitungan statistik, penelitian yang digunakan untuk menguji variabel X1 dan X2 pengaruh nya terhadap Y yang akan diteliti. Sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Adapun objek yang diuji dalam penelitian ini adalah "Pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Pembeli Kerupuk Kedelai Rajawali (Survey pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai di Kota Banjar)". Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan, penelitian ini menggunakan Metode Survei Penjelasan (*Explanatory Survey Method*). Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dalam penelitian akan digunakan telaah statistika yang cocok, untuk itu dalam analisis menggunakan multiple regrestion (regresi berganda).

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian, karena langkah dalam melakukan penelitian mengacu kepada desain penelitian yang telah dibuat.

Menurut Sugiyono (2009:26), menjelaskan proses penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Sumber Masalah

   Peneliti menentukan masalah-masalah sebagai fenomena untuk dasar penelitian yaitu variabel Inovasi produk, variabel Diferensiasi Produk dan variabel Keunggulan Bersaing pada Pembeli Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar.

2. Perumusan Masalah

   Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Proses penemuan masalah merupakan tahap penelitian yang paling sulit karena tujuan penelitian ini adalah menjawab masalah penelitian sehingga suatu penelitian tidak dapat dilakukan dengan baik jika masalahnya tidak dirumuskan secara jelas. Rumusan masalah atau pertanyaan penelitian akan mempengaruhi pelaksanaan tahap selanjutnya didalam tahap penelitian. Pada penelitian ini masalah-masalah dirumuskan melalui suatu pertanyaan, yang akan diuji dengan cara menguji hipotesis.

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

   Untuk menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara (berhipotesis) maka, peneliti dapat membaca referensi teoritis yang relevan dengan masalah dan berfikir. Selain itu penemuan penelitian sebelumnya yang relevan juga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan jawaban sementara terhadap masalah

penelitian (hipotesis). Telaah teoritis mempunyai tujuan untuk menyusun kerangka teoritis yang menjadi dasar untuk menjawab masalah atau pertanyaan penelitian yang merupakan tahap penelitian dengan menguji terpenuhinya kriteria pengetahuan yang rasional.

4. Pengajuan hipotesis

   Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (faktual) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat pada penelitian ini adalah Pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Pembeli Kerupuk Kedelai Rajawali (Survey pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai di Kota Banjar). Untuk langkah-langkah pengujian hipotesis aitu menentukan variabel pengukuran, menentukan hipotesis nol (Ho), menentukan hipotesis alternatif (Hi) dan menguji tingkat signifikan.

5. Metode penelitian

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

6. Menyusun instrument penelitian

   Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusun instrument penelitian. Instrument ini digunakan sebagai alat pengumpulan data. Instrument pada penelitian ini berbentuk kuesioner, untuk pedoman wawancara atau observasi. Sebelum instrument digunakan untuk pengumpulan data, maka instrument penelitian harus terlebih dulu di uji validitas dan reliabilitasnya. Dimana validitas digunakan untuk mengukur kemampuan sebuat alat ukur dan reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana pengukuran tersebut dapat dipercaya. Setelah data terkumpul maka selanjutnya dianalisis untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang diajukan dengan teknik statistik tertentu. Pada penelitian ini untuk menguji adanya hubungan Pengaruh Inovasi Produk (variabel X1) dan Diferensiasi Produk (variabel X2) dengan Keunggulan Bersaing pada Pembelian Kerupuk Kedelai di Rajawali Kota Banjar (variabel Y) digunakan korelasi *pearson,* dan untuk menguji peran Inovasi Produk (variabel X1) dan Diferensiasi Produk (variabel X2) dengan Keunggulan Bersaing pada Pembeli Kerupuk Kedelai Rajawali (variabel Y) digunakan koefisien determinasi.
7. Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah, dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

Sedangkan menurut (Umi Narimawati, 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 pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar.
3. Merumuskan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dari Inovasi Produk, Diferensiasi Produk dan Keunggulan Bersaing.
4. Menetapkan tujuan penelitian yang dilakukan penulis pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena yang terja di pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar.
6. Memilih serta memberi definisi terhadap setiap pengeluaran variable. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengukuran dengan skala ordinal karena data yang diukurnya berupa tingkatan. Padas kala ini, urutan symbol atau kode berupa angka yang mempunyai arti urutan jenjang yang dimulai dari positif sampai yang paling negatif dan sebaliknya.
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data Inovasi Produk, Diferensiasi Produk dan Keunggulan Bersaing pada Pembeli Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar.

8. Melakukan analisis data mengenai informasi tentang Pengembangan Produk, Diferensiasi Produk dan Keunggulan Bersaing pada Pembeli Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar.
9. 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*	*Konsumen Sentra Industri kerupuk kedelai Rajawali di Kota Banjar*	Cross Sectional
T – 2	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	*Konsumen Sentra Industri kerupuk kedelai Rajawali di Kota Banjar*	Cross Sectional
T – 3	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	*Konsumen Sentra Industri kerupuk kedelai Rajawali di Kota Banjar*	Cross Sectional
T – 4	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive dan eksplanatory Survey*	*Konsumen Sentra Industri kerupuk kedelai Rajawali di Kota Banjar*	Cross Sectional

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Pengertian operasional variabel menurut Sugiyono (2010:58) adalah : “Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.”

Variabel yang akan saya teliti yaitu Inovasi Produk sebagai variable bebas independent dan Diferensiasi Produk sebagai variable independent yang ke dua sedangkan untuk variable dependen ataupun terikat adalah Keunggulan Bersaing supaya penelitian ini dapat tercapat sesuai target yang diharapkan maka perlu dipahami unsur-unsur penelitian yang menajdi suatu dasar penelitian ilmiah yang termuat dari operasionalisasi variable.

Maka variable-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel Independe (X1) dan (X2)

   Menurut Sugiyono (2008:39) :

   “Variabel bebas merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (variable terikat)”.

   Variabel independen yaitu variable bebas yang dapat mempengaruhi variable lain. Dalam penelitian ini variable independennya adalah Inovasi Produk (X1) dan Diferensiasi Produk (X2)

b. Variabel Dependen (Y)

   Menurut Sugiyono (2008:39) :

"Variabel dependen (variable terikat) merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, akrena adanya variable bebas".

Variabel dependen adalah variable terikat yang dipengaruhi atau mempengaruhi variable lain, dalam penelitian ini yang menajdi variable dependen yaitu Keunggulan Bersaing.

Sesuai dengan judul yang diambil penulis yaitu :"Pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Pembeli Kerupuk Kedelai Rajawali (Survey pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai di Kota Banjar" maka variable dalam penelitian ini terdiri dari :

- Inovasi Produk (Variabel X1)
- Diferensiasi Produk (Variabel X2)
- Keunggulan Bersaing (Variabel Y)

Adapun operasionalisasi variable dalam penelitian ini secara lebih jelas dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Inovasi Produk (Variabel X1)	Inovasi produk merupakan proses dalam membawa teknologi yang baru untuk ditanggap	Penemuan Pengembangan	1.Tingkat kreasi varian rasa baru suatu produk 2.Tingkat perbaikan dari suatu produk	Ordinal

	Lukas dan Ferrel (2000:217) dalam Adi Sismanto	Duplikasi Sinetesis **Machfoedz (2004:24)**	3.Tingkat peniruan ciri khas suatu produk yang telah ada 4.Tingkat pengambilan sejumlah ide produk yang ditemukan	
Diferensiasi Produk (Variabel X2)	Strategi Diferensiasi produk adalah penciptaan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk-produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik konsumen. **(Griffin,2003:357)**	Bentuk Mutu kinerja Mutu Kesesuaian Keandalan Gaya **Kotler (2007:385)**	5.Tingkat ukuran produk yang bervariasi 6.Tingkat penerimaan pemesanan produk 7.Tingkat kesesuaian produk dengan permintaan konsumen 8.Tingkat tidak ditemukannya produk yang gagal atau tidak 9.Tingkat penampilan produk sesuai keinginan konsumen	Ordinal

Keunggulan bersaing (Variabel Y)	Keunggulan kompetitif adalah manfaat yang ada ketika suatu perusahaan memiliki produk atau jasa yang dilihat oleh target pasar sebagai lebih baik daripada para pesaing. **(Longenecker, More Dan Petty 2003:30)**	Keunikan Produk Biaya/Harga Kualitas Produk **Droge dan Vickery (1994) dalam Sensi Tribuana Dewi (2006:27)**	10.Tingkat kemenarikan produk 11.Tingkat varian rasa produk yang unik 12.Tingkat keterjangkauan harga 13.Tingkat perbandingan harga dengan kualitas 14.Tingkat penggunaan bahan baku berkualitas 15.Tingkat ketahanan produk	Ordinal

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Dalam penelitian memiliki 2 sumber data yaitu sekunder dan primer yaitu :

1. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2010:193) sumber sekunder adalah: “Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen”.

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber pada literature dan buku-buku perpustakaan atau data-data dari perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2. Data Primer

Menurut Sugiyono (2010:137) adalah sebagai berikut : “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian mengenai Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk yang mempengaruhi Keunggulan Bersaing adalah data primer. Pengumpulan data primer penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu konsumen kerupuk kedelai Rajawali pada sentra industri kerupuk kedelai di Kota Banjar.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

1. Populasi

Untuk keperluan diperlukan sejumlah orang dalam suatu wilayah yang teliti (populasi) untuk diberikan kuesioner berisi sejumlah pertanyaan yang berisikan indikator dari variable yang diteliti. Menurut Sugiyono (2009:115), “Populasi adalah

wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini adalah Pembeli pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar sebanyak 972 orang .

Tabel 3.3
Jumlah Pembeli pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar Tahun 2016

No	Bulan	Jumlah Transaksi
1	Januari	85
2	Februari	85
3	Maret	90
4	April	93
5	Mei	88
6	Juni	90
7	Juli	83
8	Agustus	85
9	September	70
10	Oktober	70
11	November	68
12	Desember	65
Jumlah		**972**

Sumber : Bendahara Sentra Industri Kerupuk Kedelai Kota Banjar, 2016

2. Sampel

Menurut Umi Narimawati (2008) menyebutkan sampel adalah "Sebagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi unit pengamatan". Metode penarikan sampel yang digunakan mengacu kepada pendekatan slovin, pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan yang ditoleransi (10%)

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \longrightarrow n = \frac{972}{1+972(0.1)^2} = 90{,}67 = 91 \text{ orang}$$

Berdasarkan rumus di atas dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 91 orang.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan berasal dari sumber-sumber sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penulisan melakukan penelitian dengan metode lapangan yaitu penulisan terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data dan sebagai bahan bukti di tempat penulis teliti. Penelitian lapangan yang dilakukan penulis yaitu dengan cara sebagai berikut :

a. Obvervasi, yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan. Pengamatan secara langsung terhadap sentra industri yang berkaitan yaitu pada pembeli reseller sentra industri kerupuk kedelai di Kota Banjar.

b. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang di bahas. Penulis mengadakan hubungan langsung dengan pihak yang di anggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Pada wawancara ini peneliti mengadakan suatu wawancara guna mendapatkan informasi maupun data bagaimana inovasi produk dan diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing.

c. Kuesioner, yaitu dengan cara memberikan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya dihitung secara statistik. Kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditujukan kepada respoden yang berhubungan dengan penelitian ini. Hasil dari kuesioner ini yaitu berupa data-data mengenai Inovasi

Produk (X1), Diferensiasi Produk (X2) dan Keunggulan Bersaing (Y). Teknik pengolahan data hasil kuesioner digunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai 5 sampai dengan 1. Pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan baik mengenai Inovasi Produk (X1), Diferensiasi Produk (X2) dan Keunggulan Bersaing (Y), karena data ini bersifat ordinal maka selanjutnya nilai-nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan untuk setiap responden.

Adapun kriteria pembobotan nilai untuk alternatif jawaban dapat dilihat pada table 3.4 dibawah ini:

Tabel 3.4

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

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut Cooper (2006) yang dikutip oleh Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:42) mengemukakan :

"Validity is a characteristic of measuraenment concerned with the extent that a test measures what the researcher actually wishes to measure."

Berdasarkan definisi diatas, validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat test (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total.

Adapun rumus pada korelasi pearson adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum XY - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{\sqrt{\left(n\sum (X)^2 - (\sum X)^2\right)\left(n\sum (Y)^2 - (\sum Y)^2\right)}}$$

Keterangan :

r_1 = 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 Suharsimi Arikunto (2009:164) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.5
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 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat Tidak Tinggi

Sumber : Suharsimi Arikunto (2009:164)

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

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

r = Koefisien Korelasi Pearson

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

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel,}$ maka instrumen atau *item* pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel,}$ maka instrumen atau *item* pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Rangkuman hasil pengujian validitas disajikan pada table berikut:

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Inovasi Produk (X_1)	P1	0,857	0,361	Valid
	P2	0,587	0,361	Valid
	P3	0,779	0,361	Valid
	P4	0,822	0,361	Valid
Deferensiasi Produk (X_2)	P5	0,757	0,361	Valid
	P6	0,570	0,361	Valid

Variabel	Butir Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
	P7	0,626	0,361	Valid
	P8	0,620	0,361	Valid
	P9	0,710	0,361	Valid
Keunggulan Bersaing (Y)	P10	0,614	0,361	Valid
	P11	0,720	0,361	Valid
	P12	0,900	0,361	Valid
	P13	0,703	0,361	Valid
	P14	0,741	0,361	Valid
	P15	0,894	0,361	Valid

Sumber: Olah data terlampir, 2017

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Cooper (2006) yang dikutip oleh Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:43) mengemukakan:

"Reliability is a characteristic of measurenment concerned with accuracy, precision, and consistency."

Berdasarkan definisi diatas, maka reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistenan.

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* (*Spearman-Borwn 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-ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut:

1. Item dibagi dua secara acak (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 skor total kelompok II.
4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

Γ1 = realiabilitas internal seluruh item

Γb = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Keputusan pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan taraf signifikan 5% satu sisi adalah:

1. Jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% maka instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan.

2. Jika t_{hitung} kurang dari $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat digunakan.

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

Rangkuman hasil pengujian reliabilitas disajikan pada table berikut:

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Koefesien Reliabilitas	r-kritis	Keterangan
Inovasi Produk (X_1)	0,732	0,700	Reliabel
Deferensiasi Produk (X_2)	0,735	0,700	Reliabel
Keunggulan Bersaing (Y)	0,850	0,700	Reliabel

Sumber: Olah data terlampir, 2017

3.2.4.3 Uji MSI (Data ordinal ke Interval)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendektan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisa data di perlukan data internal, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan sekala interval melalui metode "*Methode Succesive Interval*" (Hays, 1969:39) dan selanjutnya dianalisis regresi korelasi serta determinasi.

1. Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut :

a.) Ambil data ordinal hasil kuesioner.

b.) Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk seetiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.

c.) Menghitung nilai Z (Tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data n > 30 di anggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.

d.) Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.

e.) Menghitung nilai skala dengan rumus *Methode Succesive Interval.*

$$\text{Mean of interval} = \frac{(\text{Dencity at Lower Limit}) - (\text{Dencity at Upper Limit})}{(\text{Area BelowUpper Limit}) - (\text{Area Bellow Lower Limit})}$$

Narimawati Umi (2010:47)

Dimana :

Means of Interval	: Rata-Rata Interval
Dencity at Lower Limit	: Kepadatan bawah atas
Dencity at Upper Limit	: Kepadatan atas bawah
Area Bellow Upper Limit	: Daerah di bawah batas atas
Area Bellow 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

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Adapun di dalam proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan program *software* MSI.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif (Kualitatif)

Analisis kualitatif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif dengan menggunakan alat bantu analisis data statistik, baik yang deskriptif, digunakan dalam penelitian ini dengan maksud mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum. Penilaian responden atau tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian sesuai dengan pernyataan dari Redi Panuju (2000:45) dalam bukunya komunikasi bisnis, yang menyatakan bahwa: ”Untuk menentukan kategori tinggi, sedang, dan rendah terlebih dahulu harus menentukan nilai indeks minimum, maksimal, dan intervalnya serta jarak intervalnya sebagai berikut :

1. Nilai indeks minimum adalah skor minimum dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
2. Nilai indeks maksimal adalah skor maksimal dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.

3. Interval adalah selisih antaranilai indeks maksimal dengan nilai indek minimum.
4. Jarak interval adalah interval ini dibagi jumlah jenjang yang diinginkan.

Penentuan kategori dalam ukuran persentase dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Skor minimum dalam persentase} = \frac{\text{skor minimum}}{\text{skor maksimum}} \times 100\%$$
$$= \frac{1}{5} \times 100\%$$
$$= 20\%$$
$$\text{Skor maksimum dalam persentase} = \frac{\text{skor maksimum}}{\text{skor minimum}} \times 100\%$$
$$= \frac{5}{5} \times 100\%$$
$$= 100\%$$
$$\text{Interval dalam persentase} = \text{skor maksimum} - \text{skor minimum}$$
$$= 100\% - 80\%$$
$$= 20\%$$
$$\text{Panjang Interval dalam persentase} = \frac{\text{Interval}}{\text{jenjang}}$$
$$= 16\%$$

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

Tabel 3.9

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intesitas	Kriteria
20% - < 36%	Sangat Tidak Baik , Sangat Rendah
36% - < 52%	Tidak Baik , Rendah
52% - < 68%	Cukup Baik , Cukup
68% - < 84%	Baik , Tinggi
84% - < 100%	Sangat Baik , Sangat Tinggi

(Sumber : Umi Naramawati, 2007:85)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner 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 melalui "*Methode of Successive Interval"* (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel peneliti menggunakan analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

1. Analisis Regresi Berganda dan Asumsi Klasik

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

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana :

Y = variabel dependen

X1, X2 = variabel independen

A = konstanta

β 1, β 2 = koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Inovasi Produk (X_1) dan Diferensiasi Produk (X_2), sedangkan variabel dependen adalah Keunggulan Bersaing (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta\ 2X2 + e$$

Dimana:

Y = Keunggulan Bersaing

α = Konstanta dari persamaan regresi

β1 = Koefisien regresi dari variabel X1, Inovasi Produk

β2 = Koefisien regresi dari variabel X2, Diferensiasi Produk

X1 = Inovasi Produk

X2 = Diferensiasi Produk

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 linear 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 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 Multikolinieritas

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 tersebut akan 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 dapat di taksir

a. 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.

2. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X1 (inovasi produk) dan X2 (diferensiasi produk) dengan variabel Y (keunggulan bersaing) secara bersamaan. Untuk memahami bagaimana menerapkan korelasi berganda pada penelitian, berikut ini adalah rumus korelasi berganda:

$$\mathbf{RX1X2Y} = \sqrt{\frac{\boldsymbol{b1}\sum \boldsymbol{x1y} + \boldsymbol{b2}\sum \boldsymbol{x2y}}{\sum \boldsymbol{y2}}}$$

Dimana:

RX1X2Y = Korelasi berganda antara variabel X1 dan X2 dengan Y

X1 = Variabel X1 (Inovasi Produk)

X2 = Variabel X2 (Diferensiasi Produk)

Y = Variabel Y (Keunggulan Bersaing)

b1, b2 = Koefisien regresi masing-masing variable

3.Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti, maka dihitung koefisien determinasi (Kd) dengan asumsi dasar

faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan atau tetap. Nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (r2). Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka menunjukan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Dalam hal ini, terdapat dua analisis koefisien yang dilakukan, yaitu analisis koefisien determinasi berganda dan analisis koefisien korelasi parsial.

a. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X1 (inovasi produk) dan variabel X2 (diferensiasi produk) terhadap variabel Y (keunggulan bersaing) secara simultan. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi berganda, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut

$$\mathbf{Kd = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi Product Moment

b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X1 (inovasi produk) dan variabel X2 (diferensiasi produk) terhadap variabel Y (keunggulan bersaing) secara parsial. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi parsial, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\mathbf{Kd = \beta \times Zero\ order\ x}$$

Keterangan:

B = Beta (nilai *standardized coefficients*)

Zero order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana:

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah

Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

2. Analisis Korelasi

Pengertian analisis korelasi menurut Jonathan Sarwono (2006:37) adalah: "Analisis korelasional digunakan untuk melihat kuat lemahnya antara variable bebas dengan tergantung". Selain pengertian diatas analisis korelasi juga digunakan untuk mengetahui derajat korelasi antara kedua variabel, sehingga digunakan analisis korelasi product moment yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat, analisis korelasi ini dapat pula dihitung dengan menggunakan program SPSS for Windows, sehingga diperoleh rumus sebagai berikut :

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

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

r = koefisien korelasi

x = variabel independen

y = variabel dependen

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel dibawah ini:

Tabel 3.10

Tingkat Keeratan Korelasi

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

Sumber: Syahri Alhusin, 2003 : 15

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya hubungan signifikan dari inovasi produk (X1) dan diferensiasi produk (X2) terhadap keunggulan bersaing (Y) pada sentra industri kerupuk kedelai 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 :

a. Pengujian secara simultan/Total

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

Rumus uji F yang digunakan adalah:

$$\boldsymbol{Fhitung} = \frac{\boldsymbol{JK}_{\mathbf{regresi}}/\mathbf{k}}{\boldsymbol{JK}_{\mathbf{residu}}/\{\mathbf{n}-(\mathbf{k}+\mathbf{1})\}}$$

Dimana :

*JK*residu = koefisien korelasi ganda

K = jumlah variabel bebas

N = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan F – test yang terdapat pada analisis of variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan Microsoft. Jika nilai F hitung > F kritis maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (inovasi produk dan diferensiasi produk) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (keunggulan bersaing) ditolak dan sebaliknnya.

H0 : ρ = 0 berarti ditolak, secara simultan pengaruh inovasi produk dan diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing pada kerupuk kedelai rajawali di kota banjar.

Hi : $\rho \neq 0$; H1 diterima, berarti secara simultan pengaruh inovasi produk dan diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing pada kerupuk kedelai rajawali di kota banjar.

Kriteria pengujian

H0 ditolak apabila F hitung > dari F tabel ($\alpha = 0{,}05$)

Apabila pada pengujian secara simultan H0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah pyxi tidak sama dengan 0 untuk mengetahui pyxi tidak sama dengan 0, maka dilakukan pengujian parsial.

b. Pengujian secara parsial

Melakukan uji t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis ssebagai berikut rumus yang digunakan adalah :

$$\textbf{T hitung } (\mathbf{X1, 2}) = \frac{\mathbf{b1,2}}{\mathbf{se(b1,2)}}$$

Keterangan :

t hitung (X1,2) = nilai t hitung X1 (inovasi produk) dan nilai t hitung X2 (diferensiasi produk)

b1 dan b2 = koefisien regresi masing-masing variabel.

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

Hipotesis

H01 : $\beta 1 = 0$ inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada kerupuk kedelai di kota banjar.

H11 : $\beta 1 \neq 0$ inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada kerupuk kedelai di kota banjar.

H02 : $\beta 2 = 0$ diferensiasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada kerupuk kedelai di kota banjar.

H12 : $\beta 2 \neq$ diferensiasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada kerupuk kedelai di kota banjar.

Kriteria pengujian

Untuk mengetahui apakah H0 diterima atau ditolak, digunakan uji signifikasi yaitu:

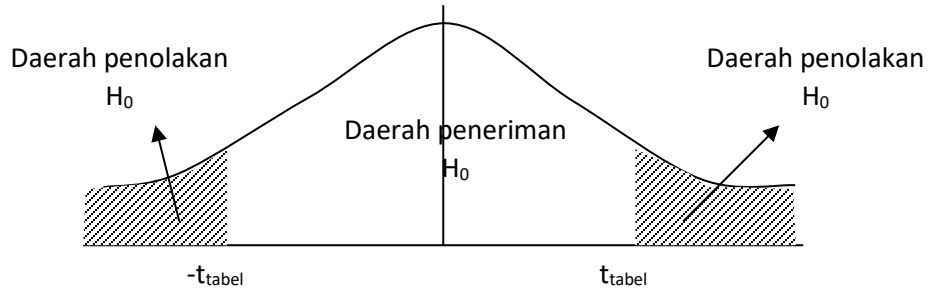
Jika t hitung > t tabel 0,1 (dk = n – 2), maka H0 : ditolak

Jika t hitung < t tabel 0,1 (dk = n – 2), maka H0 : diterima

Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan pengujian hipotesis dan kriteria-kriteria yang ditetapkan dengan teori untuk masalah yang diteliti. Seperti gambar berikut ini.

Dimana :

1. Dengan tingkat signifikan (α) = 0,05
2. Derajat kebebasan (dk) = n – 2



Sumber: Sugiyono (2009:185)

Gambar 3.1

Daerah penerimaan dan penolakan Ho