BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitianyang diambil oleh penulis dalam Usulan penelitian ini adalah Pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Bellezkin Skincare Bandung.

Menurut Husein Umar (2005:303) mengatakan bahwa : "objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek peneletian juga dimana dan kapan penelitian dilkukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain yang dianggap perlu'".

Sedangkan pengertian objek penelitian menurut Sugiyono (2010:32) adalah sebagai berikut : "Objek Penelitian merupakan Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan".

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa objek penelitian digunakan untuk mendapatkan data sesuai tujuan dan kegunaan tertentu. Objek yang penulis gunakan dalam penelitian adalah Pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Usaha sebagai acuan untuk meningkatkan Keunggulan bersaing. Tempat penelitiannya dilakukan di Bellezkin Skincare Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Wardiyanta (2006: 1) metode penelitian adalah cara serta prosedur ilmiah yang dapat diterapkan untuk melaksanakan penelitian.

Menurut Sugiyono (2003: 11) penelitian berdasarkan tingkat eksplanasinya (tingkat kejelasan) dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Penelitian diskriptif

   Penelitian diskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

2. Penelitian komparatif

   Penelitian komparatif adalah suatu penelitian yang bersifat membandingkan. Disini variabelnya masih sama dengan variabel mandiri tetapi untuk sample yang lebih dari satu, atau dalam waktu yang berbeda.

3. Penelitian asosiatif

   Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan diskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi unguk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

Menurut Sugiyono, (2003:14) terdapat beberapa jenis penelitian antara lain:

1. Penelitian kuantitatif, adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.

2. Penelitian kualitatif, data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar.

Berdasarkan teori tersebut diatas, maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterprestasikan.

Dengan metode ini dapat diketahui berapa besarnya pengaruh variabel *independent* mempengaruhi terhadap variabel *dependent*, serta besarnya arah hubungan yang terjadi.

Berdasarkan jenis penelitiannya, yaitu penelitian deskriptif verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan adalah *Explanatory Survey*.

Metode *Explanatory survey* menurut Sugiyono (2010:7) adalah metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, te tapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis dan psikologis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Survey yaitu menggunakan alat pengumpul data berupa kuesioner kepada sampel dari populasi yang sudah ditetapkan.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain Penelitian menurut Husein Umar (2005:30) yaitu “Desain penelitian adalah semua proses yang dilakukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.”

Adapun dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu dua variabel bebas (Independen) dan satu variabel terikat (Dependen).

Dalam penelitian ini yang berjudul Pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Bellezkin Skincare Bandung, maka penulis melakukan langkah-langkah dalam penyusunan penelitian ini Sebagi berikut

1. Mengumpulkan data-data dari pihak pengusaha Bellezkin Skincare Bandung
2. Mengumpulkan data-data megenai respon dari para konsumen mengenai Inovasi Produk dan Lokasi Usaha pada Bellezkin Skincare Bandung.
3. Membuat hipotesis untuk meyakinkan bahwa adanya bukti didalam Inovasi Produk, Lokasi Usaha dan Keunggulan Bersaing mempunyai hubungan
4. Menganilisis data-data yang didapat untuk membuktikan kebeneran dari hipotesis yang telah dibuat
5. Membuat kesimpulan terhadap hasil hipotesis
6. Menyusun penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *Survey explanatory* yang digunakan untuk menjalankan hubungan kausal antara 3 variabel melalui pengujian hipotesis. Untuk mendapatkan tujuan penelitian yang pertama, kedua dan ketiga yaitu untuk mengetahui tanggapan mengenai Pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keungulan Bersaing digunakan penelitian deskriptif guna menyajikan variabel yang terstruktur, faktual, dan akurat mengenai permasalahan di atas dengan menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner kepada konsumen Bellezkin Skincare Bandung.

Sedangkan untuk mengetahui jawaban dari tujuan penelitian keempat yaitu besarnya Pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Bellezkin Skincare Bandung. Saling baik secara parsial, digunakan penelitian yang bersifat verifikatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden yaitu konsumen di Bellezkin Skincare Bandung selanjutnya untuk memperjelas dan mempermudah jalur dan sasaran pada penelitian ini, maka peneliti menggunakan matriks penelitian 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	Bellezkin Skincare Bandung	Cross Sectional
T-2	Descriptive	Descriptive dan Survey	Bellezkin skincare Bandung	Cross Sectional
T-3	Descriptive	Descriptive dan Survey	Bellezkin Skincare Bandung	Cross Sectional
T-4,5,6	Descriptive & Verifikatf	Descriptive dan Explanatory Survey	Bellezkin Skincare Bandung	Cross Sectional

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasinoal variabel dimaksud untuk mengetahui pengaruh pengukuran variabel-variabel peneliti. Variabel peneliti adalah suatu atribut atau sifat-sifat atau nilai dari seseorang. Obyek. Atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulanya (sugiyono, 2004:30)

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini di operasionalisasikan dalam dua variabel utama yaitu Variabel independent (bebas) adalah Inovasi Produk (X1) dan Lokasi Usaha (X2) Sedangkan variable dependent (terikat) yaitu Keungulan Bersaing (Y). Variabel terikat tersebut digunakan untuk mengukur dan menganalisis tingginya pengaruh.

Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel penelitian tersebut dapat dilihat dalam Tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2

Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Inovasi Produk (X_1)	Inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang pada akhirnya menciptakan pelanggan (Drucker dalam Berthon dkk, 2005:16).	1. Keunggulan relatif -Keunikan desain -Kemasan praktis 2. Kompatibilitas -Kesesuaian kualitasn produk dengan manfaat yang dirasakan setelah melakukan inovasi produk -Kesesuaian harga dengan inovasi produk yang tealah dilakukan 3. Kompleksitas -Kesulitan pemahaman petunjuk penggunaan setelah melakukan inovasi produk 4. Divisibilitas	- Tingkat keunikan tampilan desain produk - Tingkat kemasan praktis produk - Tingak kesesuaian kualitas yang dirasakan setelah melakukan inovasi produk - Tingkat kesesuaian harga dengan inovasi yang telah dilakukan - Tingkat kesulitan pemahaman petunjuk penggunaan setelah melakukan inovasi produk	O r d i n a l

		-Kesesuaian inovasi produk mengenai varian produk yang kumplit 5. Komunikabilitas -Kesesuain produk yang dijelaskan pihak Bellezkin pada konsumen -Seringnya konsumen mendengar dan mengetahui produk Bellezkin (Lukas dan Ferrell dalam Dewi, 2006:18)	- Tingkat kesesuaian produk mengeanai varian produk yang kumplit - Tingkat kesesuain produk yang dijelaskan pihak Bellezkin pada konsumen - Tingkat seringnya konsumen mendengar dan mengetahui produk Bellezkin	

Lokasi Usaha (X_2)	Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran eceran pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis. Berman & Evans dalam Ma'ruf, (2006: 113) dalam penelitian Hendra Fure (2013:274)	1. Ketersedian lahan parkir - keluasan parkir - Keamanan parkir 2. Memiliki tempat yang cukup luas -kelayakan diperluas 3. Lokasi Pasar bersehati dilalui banyak alat transportasi -transprortasi umum 4. Lokasi yag strategis -Lokasi mudah ditemukan (Fandy Tjiptono 2006).	- Tingkat keluasan area parkir - Tingkat keamanan area parkir untuk konsumen - Tingkat kelayakan perluasan tempat usaha - Tingkat transportasi umum yang relatif banyak dilalui - Tingkat kemudahan lokasi untuk ditemukan konsumen	Ordinal

Keunggulan bersaing (Y)	Menjelaskan bahwa "Keunggulan bersaing adalah konsep keunggulan bersaing tidak dapat dipahami dengan cara memandang sebuah perusahaan sebagai suatu keseluruhan tetapi harus dari asal keunggulan bersaing itu yaitu berbagai aktifvitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain memproduksi memasarkan menyerahkan dan mendukung produknya". Maka dari itu untuk menghadapi persaingan pasar agar mampu unggul dari pesaingnya Porter dalam penelitian Yuni Istanto (2010:125)	1. Keunikan produk -ciri khas 2. Kualitas produk -Kualitas 3. Harga bersaing -Penetapan harga Menurut Porter (1990) dalam Heri Setiawan (2012:14)	- Tingkat keunikan produk beda dari produk sejenis lainnya - Kualitas pelayanan dalam menyediakan produk - Tingkat ketepatan dalam menetapkan harga	O r d i n a l

3.2.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data

3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder)

Data yang diguanakan oleh peneliti ada dua jenis yaitu :

1. Data primer

Merupakan data yang diperoleh secara lansung dari Obyek yang diteliti baik dari pribadi (responden) maupun dari satu instansi yang mengolah data untuk keperluan penelitian, seperti dengan cara melakukan wawancara secara lansung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan

penelitian yang dilakukan, dalam hal ini adalah pada Bellezkin Skincare Bandung.

2. Data sekunder

Merupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta catatan-catatan kuliah yang menunjang penelitian ini.

3.2.3.1 Teknik Penentuan Data (Penentuan Sampel Minimal)

1. Populasi

Sugiyono (2013:402), Menyatakan bahwa bila dilihat dari sumber datanya maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder, Kesimpulannya Populasi merupakan sekumpulan objek yang bukan sekedar ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek, Populasi yang di peroleh penulis pada konsumen Bellezkin dalam satu bulan terakhir 308 pada periode bulan November sampai bulan Desember 2017.

2. Sampel

Sedangkan bagian terkecil dari populasi disebut sampel, menurut husein umar (2003:59) ukuran sampel dapat dilakukan dengan menggunakan teknik *Slovin* yaitu dengan rumus

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

Sumber : (Husein Umar, 2003:59)

Ket :
n= jumlah sampel
N= jumlah populasi
e= batas kesalahan yang ditoleransi (1% 5%, 10%)

Dari data yang didapat periode bulan november- desember konsumen yang datang ke Bellezkin sebanyak 308 orang dengan perhitungan sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{308}{1+(308x(0.1)^2}$$

n = 75,49 = 75

Berdasarkan teknik tersebut, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah 75 orang

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah :

1. Studi Pustaka (*Library Research)*

   Yaitu mengumpulkan data dan mempelajari atau membaca para pendapat ahli yang berhubungan daengan permasalahan yang akan diteliti untuk memperoleh landasa teori-teroi yang dapat menunjang penelitian. Sehingga peneliti yang dilaksanakan mempunyai landasan teori yang kuat dan menunjang

2. Studi lapangan *(Field Research)*

   Dalam teknik ini peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mengumpulkan mengelola dan menganalisis data yang diperlukan.

Adapun studi lapangan yang dilakukan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Yaitu pengumulan data yang dilakukan langsung terhadap objek penelitian dengan mengunjungi perusahaan. Data atau informasi yang diperoleh didapat secara langsung ini dimaksudkan untuk melengkapi data yang diperlukan serta membandingkan keterangan yang diperoleh sebelumny dengan ketepatan data yang ada diperusahaan.

b. Wawancara

Penulis mengadakan wawancara lansung dengan pihak perusahaan yang berwenang dalam bidang yang berhubungan dengan masalah yang dibaha sehingga memperoleh data-data yang diperlukan.

c. Kuesioner

Yaitu alat penelitian berupa daftar pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Disini peneliti menggunakan skala Likert

Tabel 3.3

Skala Likert

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

Sumber : Sugiyono 2007, 108

.

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut Cooper (2006:720) dalam penelitian Y Sidi (2015), 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 = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

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.

Dari definisi diatas validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Suatu alat ukur disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dalam penelitian ini yaitu untuk menggambarkan variabel Inovasi Produk (X1), Lokasi Usaha (X2), dan Keunggulan Bersaing (Y).

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas

Variabel	No.P	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Inovasi Produk	1	0,652	0,300	Valid
	2	0,563	0,300	Valid
	3	0,516	0,300	Valid
	4	0,344	0,300	Valid
	5	0,741	0,300	Valid
	6	0,755	0,300	Valid
	7	0,580	0,300	Valid
	8	0,602	0,300	Valid
Lokasi Usaha	9	0,709	0,300	Valid
	10	0,895	0,300	Valid
	11	0,445	0,300	Valid
	12	0,823	0,300	Valid
	13	0,538	0,300	Valid
Keunggulan Bersaing	14	0,631	0,300	Valid
	15	0,790	0,300	Valid
	16	0,633	0,300	Valid

Sumber: Olah data terlampir, 2018

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien validitas dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai kritis 0,30. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk kedua variabel sudah valid dan layak dijadikan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya

3.2.4.2 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 :

$$r1 = \frac{2\,r'b}{1 + r'b}$$

(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.

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	*Split Half*	Titik Kritis	Kesimpulan
1	Inovasi Produk	0,710	0,700	Reliabel
2	Lokasi Usaha	0,770		Reliabel
3	Keunggulan Bersaing	0,785		Reliabel

Pada tabel 3.5 di atas terlihat bahwa nilai reliabilitas kuesioner (*alpha cronbach's*) lebih besar dari nilai kritis 0,700. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan yang digunakan sudah reliabel sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel sudah memberikan hasil yang konsisten.

3.2.4.3 Uji Metode Suksesif Internal (MSI)

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.

1. Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval

   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 proporsi kumulatifnya
   c. Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
   d. Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
   e. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*

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

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

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

3.2.5.1.1 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 dilhat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

$$\% \text{ Skor} = \frac{\text{Skor actual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

Sumber : UmiNarimawati (2007:84)

Keterangan:

a. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah.
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 3.3 sebagai berikut :

Tabel 3.6
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden

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 Narimawati (2007:84)

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*).

3.2.5.1.3 Analisis Regresi dan Asumsi Klasik

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa 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:

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

Dimana :

Y = variabel dependen

X1, X2 = variabel independen

A = konstanta

β1, β2 = koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Inovasi Produk (X1) dan Lokasi Usaha (X2), sedangkan variabel dependen adalah Keunggulan Bersaing (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

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

Dimana:

Y = variabel dependen

α = Konstanta dari persamaan regresi

β1 = Koefisien regresi dari variable X1,

β2 = Koefisien regresi dari variable X2,

X1 = variabel independen

X2 = 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 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 berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah

data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah garfik. 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 multikolinearitas bila terjadi hubungan linear 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 (Mandala, 2001:268-270 dalam Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, 2011:198). Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama 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 korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar error nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas adalah dengan menggunakan Variance Inflation Factors (VIF). Menurut Gujarati (2003: 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 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 prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada 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 yang sebelumnya.

Akibat dari adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak efisien, artinya tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan koefisien regresi menjadi tidak stabil. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik DurbinWatson

(D-W). Kriteria uji: bandingkan nilai D-W dengan nilai d dari tabel Durbin-Watson :

a. Jika D-W < d_L atau D-W > 4 – d_L, kesimpulannya pada data terdapat autokorelasi.
b. Jika d_U < D-W < 4 – d_U, kesimpulannya pada data tidak terdapat autokorelasi.
c. Tidak ada kesimpulan jika $d_L \leq$ D-W $\leq d_U$ atau 4 – $d_U \leq$ D-W $\leq$ 4-d_L. Apabila hasil uji Durbin-Watson tidak dapat disimpulkan apakah terdapat autokorelasi atau tidak maka dilanjutkan dengan *runs test*.

3.2.5.1.4 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 14 for Windows, sehingga diperoleh rumus sebagai berikut :

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

Dimana: -1 ≤ r ≤ +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 3.7

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 : 157

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh *inovasi produk* dan *lokasi usaha* tehadap *keunggulan bersaing*. 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 :

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

t_{hitung} diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis

$H_o : \beta 1 = 0$ Secara parsial Inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan bersaing di Bellezkin Skincare Bandung.

$H_1 : \beta 1 \neq 0$ Secara parsial Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan bersaing di Bellezkin Skincare Bandung.

$H_o : \beta 2 = 0$ Secara parsial lokasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan bersaing Bellezkin Skincare Bandung.

$H_2 : \beta 2 \neq 0$ Secara parsial lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan bersaing Bellezkin Skincare Bandung.

c. Kriteria pengujian

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

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0,01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria peneerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

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

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

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H0 dan daerah penerimaan H1 :

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 G

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 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.

a. Hipotesis

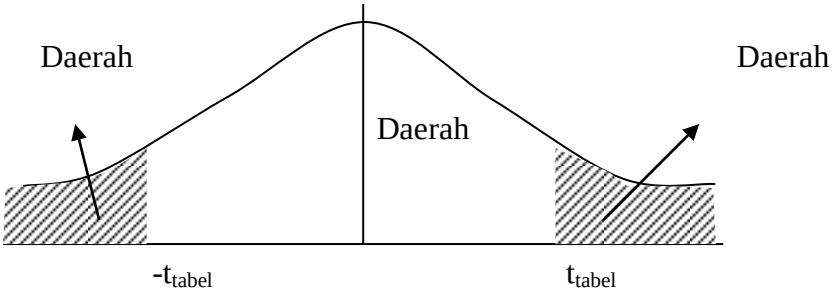
Ho: $\beta 1 = \beta 2, = 0$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari Inovasi produk dan lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing di Bellezkin Skincare Bandung .

Ha : $\beta 1 \neq \beta 2 \neq 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan dari Inovasi produk dan lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing di Bellezkin Skincare Bandung.

b. 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 yxi 0. Untuk mengetahui ρyxi yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.



Sumber : Sugiyono (2009:185)

Gambar 3.1 Daerah penerimaan dan penolakan Ho