BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:38) menyatakan, “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Pendapat lain, menurut Made (2006:39), “Objek penelitian (variable penelitian) adalah karakteristik tertentu yang mempunyai nilai, skor atau ukuran yang berbeda untuk unit atau individu yang berbeda atau merupakan konsep yang diberi lebih dari satu nilai”.

Objek dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan di Sepatu dan Kulit Cibaduyut Bandung. Objek penelitian yang digunakan penulis dalam memenuhi tugas akhir ini adalah pengaruh komunikasi bisnis dan peluang bisnis terhadap keberhasilan usaha.

Dalam penelitian ini penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel-variabel tersebut adalah:

1. Variabel Independent atau variabel Bebas (Variabel X), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel Independent dalam penelitian ini adalah Komunikasi Bisnis dan Peluang Bisnis.

2. Variabel Dependent atau variabel tidak bebas (Variabel Y) yaitu variable yang dipengaruhi oleh variabel Independent. Variabel Dependent dalam penelitian ini adalah Keberhasilan Usaha

3.2. Metode Penelitian

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

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

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2012:21) "Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan terhadap variable mandiri yaitu tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variable lainnya."

Masyhuri (2008:45) "metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan ditempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan."

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 pengaruhnya 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 obyek yang di uji dalam penelitian ini adalah "Pengaruh Komunikasi Bisnis dan Peluang Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha di Sentra Sepatu dan Kulit Cibaduyut Bandung."

3.2.1. Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis. Menurut Moh. Nazir (2003:84) "Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian." Menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2002:249) menyatakan bahwa : "Desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode dan prosedur – prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data."

Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian, karena langkah dalam melakukan penelitian mengacu kepada desain penelitian yang telah dibuat. Dari pemaparan di atas maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian

merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan penelitian mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu.

Penjelasan proses penelitian menurut Sugiyono (2006:18), dapat disimpulkan seperti teori sebagai berikut:

Proses penelitian meliputi:

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

Berdasarkan proses penelitian yang dijelaskan di atas, maka desain pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumber Masalah

   Peneliti menentukan masalah-masalah sebagai fenomena untuk dasar penelitian, dan yang menjadi sumber masalah adalah Pengaruh Komunikasi Bisnis dan Peluang Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha.

2. Rumusan Masalah

Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi di Sentra Sepatu dan Kulit Cibaduyut Bandung. Merumuskan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dari tujuan dan hipotesis untuk diuji. Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah Komunikasi Bisnis (variabel X1) dan Peluang Usaha (variabel X2) serta Keberhasilan Usaha (variabel Y).

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 berpikir. Selain itu penemuan penelitian sebelumnya yang relevan juga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan jawaban sementara terhadap masalah penelitian (hipotesis). Telah 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 sementara 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.

5. Metode Penelitian

Menetapkan data-data dan melakukan analisis mengenai varibael Komunikasi Bisnis dan Peluang Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha di Sentra Cibaduyut Bandung.

6. Menyusun instrument penelitian

   Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusuninstrumen penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrument pada penelitian ini berbentuk kuesioner, untuk pedoman wawancara atau observasi. Sebelum instrumen digunakan untuk pengumpulan data, maka instrumen penelitian harus terlebih dulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Dimana validitas digunakan untuk mengukur kemampuan sebuah 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 pengaruh Komunikasi Bisnis dan Peluang Bisnis (variabel X) terhadap keberhasilan usaha(variabel Y) digunakan korelasi Rank Spearman.

7. Kesimpulan

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.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat di gambarkan desain dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan paradigm hubungan antara dua variabel bebas secara bersamaan yang mempunyai hubungan dengan satu variabel tergantung.

Tabel 3.1.

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive & survey*	*Descriptive Survey*	Sentra Sepatu dan Kulit Cibaduyut Bandung	*Cross Sectional*
T-2	*Descriptive &*	*Descriptive*	Sentra Sepatu	*Cross Sectional*

	survey	*Survey*	dan Kulit Cibaduyut Bandung	
T-3	*Descriptive & survey*	*Descriptive Survey*	Sentra Sepatu dan Kulit Cibaduyut Bandung	*Cross Sectional*
T-4	*Descriptive & Verificative*	*Descriptive and Explanatory Survey*	Sentra Sepatu dan Kulit Cibaduyut Bandung	*Cross Sectional*
T-5	*Descriptive & Verificative*	*Descriptive and Explanatory Survey*	Sentra Sepatu dan Kulit Cibaduyut Bandung	*Cross Sectional*
T-6	*Descriptive & Verificative*	*Descriptive and Explanatory Survey*	Sentra Sepatu dan Kulit Cibaduyut Bandung	*Cross Sectional*

(Sumber: Umi Narimawati, 2008)

3.2.2. Operasional Variabel

Sugiyono (2004).Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikkan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai Pengaruh Komunikasi Bisnis dan Peluang Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha di Sentra Sepatu dan Kulit Cibaduyut Bandung. maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Kounikasi Bisnis sebagai variabel independen pertama (X1)
2. Variabel Peluang Usaha sebagai variabel Independen kedua (X2)
3. Variabel Keberhasilan Usaha sebagai variabel dependen ketiga (Y)

Agar lebih jelas indikator tersebut dapat dituangkan dalam table operasional di bawah ini:

Table 3.2.

Operasional Variabel

Variabel	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Komunikasi Eksternal	Komunikasi eksternal adalah	Pemahaman	Tingkat Pemahaman	Ordinal

(X1)	komunikasi yang berlangsung antara pemimpin atau orang maupun kelompok yang mewakilinya dengan public sasaran yang meliputi masyarakat sekitar, organisasi, instansi pemerintah, konsumen, dan pelanggan, mediamassa (Effendi, 2004:128)	Kesenangan	Tingkat Kesenangan	Ordinal
		Pengaruh pada sikap	Tingkat Pengaruh pada sikap	Ordinal
		Hubungan yang makin baik	Tingkat Hubungan yang makin baik	Ordinal
Peluang Bisnis (X2)	pengertian peluang usaha adalah kesempatan yang dimiliki seseorang untuk mencapai tujuan (keuntungan, uang, kekayaan) dengan cara	Mengenali kebutuhan masyarakat	Tingkat kebutuhan	Ordinal
		Memadukan bisnis yang ada	Tingkat perpaduan bisnis	Ordinal
		Mengembangkan produk	Tingkat mengembangkan	Ordinal

	melakukan usaha yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki. **Dr. D.J. Schwartz.**	yang telah ada	produk	
		Mengenali kecenderungan (tren)	Tingkat mengenali tren	Ordinal
		Mewaspadai kemungkinan yang tidak di inginkan	Tingkat mewaspadai risiki	Ordinal
Keberhasilan Usaha (Y)	Orang yang berhasil dalam berwirausaha adalah orang yang dapat menggabungkan nilai, sifat utama (pola sikap), dan perilaku dengan bekal pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan praktis. **Suryana (2017:63)**	Hasil cukup memenuhi kebutuhan rumah tangga.	Tingkat kecukupan memenuhi kebutuhan	Ordinal
		Usaha bisa tetap bertahan	Tingkat kestabilan kegiatan usaha	Ordinal
		Kesejahteraan keluarga terjamin	Tingkat kebahagiaan keluarga	Ordinal
		Kesejahteraan karyawan terpenuhi	Tingkat kebutuhan terlaksanakan	Ordinal
		Dapat	Tingkat peluang	Ordinal

		berkembang	untuk menambah tempat usaha	

Sumber: Data yang diolah 2018

3.2.3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2009:137):

1. Data Primer

   Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Penelitian menggunakan data primer apabila peneliti mengumpulkan sendiri data-data yang dibutuhkan yang bersumber langsung dari objek pertama yang akan diteliti.

   Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui wawancara dan menyebarkan kuesioner secara langsung dari lapangan. Data diambil dari narasumber yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, yaitu para pelaku usaha di Sentra Kulit Sepatu Cibaduyut yang berjumlah 20.

2. Data Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan.

3.2.3.2.Teknik Penentuan Data

1. Populasi

   menurut Sugiyono (2014:80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

   Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah para pelaku usaha di Sentra kuulit sepatu cibaduyut yang berjumlah 30.

2. Sampel

   menurut Sugiyono (2014:81) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”

   Jadi sampel adalah sebagian atau perwakilan dari jumlah populasi yang dapat mewakili jumlah populasi karena tidak memungkinkan untuk meneliti semua jumlah populasi.

Teknik yang diambil dalam penelitian ini adalah teknik sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono : 2014 : 85). Teknik sampel ini digunakan karena jumlah populasinya relatif kecil yaitu pelaku usaha di Sentra kulit sepatu cibaduyut yang berjumlah 30.

3.2.4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yaitu mengadakan peninjauan langsung pada para pelaku usaha di Sentra kulit sepatu cibaduyut yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer, yang didapatkan teknik sebagai berikut:

1. Observasi

   Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2009:145) mengemukakan bahwa "Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, dan lain-lain."

   Observasi yang dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung tentang variabel penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan dan yang menjadi obyek observasi pada penelitian ini adalah sebagian para pelaku usaha di Sentra kulit sepatu cibaduyut.

2. Wawancara (*Interview*)

   Umi Narimawati (2010:40) "Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang dibahas."

   Wawancara dilakukan guna mencari informasi yang berkaitan dengan fenomena yang diamati, yang belum terungkap atau kesulitan untuk digali secara mendalam

melalui instrumen kuesioner. Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara kepada para pelaku usaha di sentra kulit sepatu cibaduyut.

3. Kuesioner

   Sugiyono (2009:142) "Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukadengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya."

   Yang menjadi responden pada penelitian kali ini adalah sebagian para pelaku usaha di Sentra kulit sepatu cibaduyut sebanyak 30 responden.

   Hasil dari kuesioner ini yaitu berupa data-data mengenai Komunikasi Eksternal (X1), Peluang bisnis (X2) dan Keberhasilan Usaha (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 Komunikasi Eksternal (X1), Peluang Bisnis (X2) dan Keberhasilan Usaha (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 3.3 dibawah ini:

Table 3.3.

Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai	
	Positif	**Negatif**
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu – Ragu	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber : Sugiyono 2007, 108

3.2.4.1. Uji Validitas

Validasi berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar 2007:89). Suatu skala atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instumen tersebut dapat menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan

pengukuran. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus *kolerasi product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut :

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

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 kolerasi menurut Suharsimi Arikunto (2009:164) dapat dilihat pada tabel 3.4. sebagai berikut

Tabel 3.4.

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 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

Taraf signifikansi ditentukan 5%. Jika di peroleh hasil korelasi yang lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 0,05 berarti butir pertanyaan tersebut valid. Apabila koefisien korelasinya > 0,30 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika korelasinya < 0,30 menunjukan bahwa data tersebut tidak valid dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis berikutnya atau instrumen tersebut dihilangkan dari pengukuran variabel. Pengujian validitas dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dengan menelaah nilai *Pearson correlation*. Setelah ditemukan bahwa pernyataan-pernyataan (butir) yang digunakan penelitian ini valid, maka selanjutnya pernyataan yang dinyatakan valid diuji reliabilitasnya.

3.2.4.2. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2009:3), realibilitas adalah derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu. Sedangklan menurut Cooper (2006) yang dikutip oleh umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawti (2010:43) mengemukakan :

"*Realibility is caracteristic of measurement concerned with acuracy, precision, and consistency*."

Berdasarkan definisi diatas, maka realibilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Setelah melaku 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 menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrumen. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method* (*Spearman–Brown Correlation*) Teknik Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap–ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

a. Item dibagi dua secara asak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokan 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 total skor kelompok II.
d. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

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.

Sekumpulan butir pertanyaan dalam kuesioner dapat diterima jika memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,7.

Tabel 3.4.

Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Realibilitas

Kriteria	Realibility	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

3.2.4.3. Uji MSI

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif.

Menurut **(**Husein Umar, 2008: 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."

1. **Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval**

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut :

a. Ambil data ordinal hasi kuesioner.
b. Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawab dan hitung proporsi kumulatifnya.
c. Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data n > 30 dianggap 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 Successive Interval.*

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

Sumber : umi narimawati (2010:47)

f. 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

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.

$$\%\, Skor\ = \frac{Skor\ Actual}{Skor\ Ideal} \times 100\%$$

Sumber : Umi Narimawati (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 3.5. sebagai berikut :

Tabel 3.5.

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

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

Sumber : umi Narimawati (2007:84)

3.2.5.1.2. Analisis Verifikatif (Kualitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (Husein Umar, 2008: 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*).

2. **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

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, independe atau keduanya berdistibusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2011:181)

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significance), yaitu :

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

b. Uji 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 tersebutakan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Mandala, 2001: 268-270) dalam (Erwan Agus Purwanto Dyah Ratih Sulistiastuti, 2011:198). Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuesinya adalah :

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

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

c. Uji 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 tambah prediksi variabel yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID, jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. **Analisis Kolerasi**

Menurut Sujana (1989) dalam Umi Narimawati, Sri dewi Anggadini, dan Linna Ismawati, 2010: 49) pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi pearson dengan rumus :

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

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

r = koefisien korelasi

x = Orientasi Kewirausahaan, Efikasi Diri

y = Keberhasilan Usaha

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan kolerasi digunakan acauan pada tabel 3.7 dibawah ini :

Tabel 3.6.

Tingkat Keeratan Kolerasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
0.21 – 0.40	Kolerasi yang lemah
0.41 – 0.60	Kolerasi sedang

0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 - 1	Kolerasi tinggi

Sumber : Syahri Alhusin (2003:157)

4. **Analisis Koefisien Determinasi**

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2).Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$.

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

Dimana :

d : Koefisien determinasi

r : Koefisien Korelasi

5. **Uji Validitas Instrumen**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar 2007:89). Jadi suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti serta memiliki nilai koefiien validitas di atas titik kritis 0,3. Hasil pengujian validitas, disajikan pada tabel berikut di bawah ini:

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Butir Pernyataan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
Komunikasi Eksternal (X_1)	1	0.702	0.300	Valid
	2	0.714	0.300	Valid
	3	0.669	0.300	Valid
	6	0.486	0.300	Valid
	4	0.554	0.300	Valid
	5	0.852	0.300	Valid
	7	0.796	0.300	Valid
Peluang Usaha (X_2)	1	0.706	0.300	Valid
	2	0.765	0.300	Valid
	3	0.616	0.300	Valid
	5	0.676	0.300	Valid
	4	0.871	0.300	Valid
	6	0.614	0.300	Valid
	7	0.581	0.300	Valid

Keberhasilan Usaha (Y)	1	0.463	0.300	Valid
	6	0.582	0.300	Valid
	2	0.763	0.300	Valid
	3	0.697	0.300	Valid
	4	0.470	0.300	Valid
	5	0.656	0.300	Valid
	7	0.459	0.300	Valid
	8	0.396	0.300	Valid

Berdasarkan rekapitulasi hasil pengujian validitas instrumen di atas, terlihat bahwa seluruh pernyataan yang diajukan dalam mengukur komunikasi eksternal, peluang usaha dan keberhasilan usaha memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis 0,3 yang menunjukan bahwa seluruh pernyataan yang diajukan sudah melakukan fungsi ukurnya, dengan kata lain dinyatakan valid.

6. **Uji Reliabilitas Instrumen**

Alat ukur selain harus valid juga harus memiliki reliabilitas atau keandalan. Suatu alat ukur dapat dikatakan andal jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Pengujian reliabilitas ini

dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana skala mampu menciptakan hasil yang konsisten jika pengukuran terhadap karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini, untuk menguji tingkat konsistensi dari alat ukur penelitian digunakan metode *split half*. Suatu konstruk dapat diterima jika memilki nilai koefisien reliabilitas yang lebih besar atau sama dengan 0,7.

Hasil perhitungan koefisien reliabilitas dapat dilhat pada tabel berikut:

Tabel 4.2

Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen

Variabel	Koefesien Reliabilitas	Titik Kritis	Keterangan
Komunikasi Eksternal (X_1)	0.810	0.700	Reliabel
Peluang Usaha (X_2)	0.759	0.700	Reliabel
Keberhasilan Usaha (Y)	0.702	0.700	Reliabel

Dari hasil pengujian reliabilitas instrumen di atas, terlihat bahwa nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh masing-masing variabel > 0,7 yang menunjukan bahwa alat ukur yang digunakan sudah menunjukan keandalannya sehingga sudah memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

3.2.5.2.Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Lokasi Usaha dan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha di Sentra Produksi Kaos Muararajeun Bandung (kampong Wisata Sablon). Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan kolerasi.

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

      $Ho_{1.}\ \beta = 0,$ Tidak terdapat Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha di Sentra Produksi Kaos Muararajeun Bandung (kampong Wisata Sablon)

H_{11}. $\beta \neq 0$, Terdapat Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha di Sentra Produksi Kaos Muararajeun Bandung (kampong Wisata Sablon)

Ho_2. $\beta = 0$, Tidak terdapat Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha di Sentra Produksi Kaos Muararajeun Bandung (kampong Wisata Sablon)

H_{12}. $\beta \neq 0$, Terdapat Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha di Sentra Produksi Kaos Muararajeun Bandung (kampong Wisata Sablon).

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 :

1. 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.
2. 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.

2. Pengujian Secara Simultan / Total

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 variabel 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 (kemampuan manajerial dan perilaku kewirausahaan) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (keberhasian usaha) ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sugiyono (2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson*.

b. Hipotesis

H0 : β1, β2 = 0, Tidak terdapat Pengaruh Lokasi Usaha dan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha di Sentra Produksi Kaos Muararajeun Bandung (kampong Wisata Sablon)

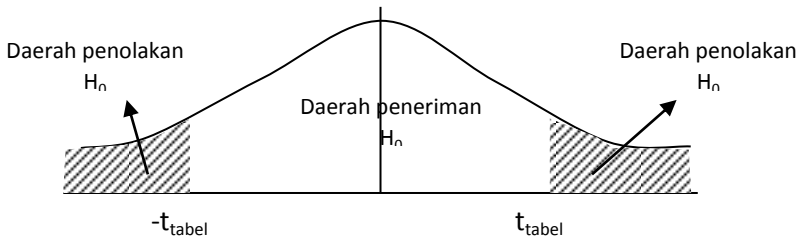
Hi : β1, β2 ≠ 0, Terdapat Pengaruh Lokasi Usaha dan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha di Sentra Produksi Kaos Muararajeun Bandung (kampong Wisata Sablon)

c. Kiteria Pengujian

Jika terdapat nilai koefisien jalur variable independen tidak sama dengan nol, maka Ho ditolak dan sebaliknnya apabila semua koefisien jalur sama dengan nol,maka Ho diterima.

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

Dibawah ini merupakan gambaran daerah penolakan Ho dan daerah penerimaan H1 :



Sumber: Sugiyono (2009:185)

Gambar 3.1

Daerah penerimaan dan penolakan Ho