BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2006:13) mendefinisikan objek penelitian adalah "sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu)."

Sedangkan menurut I Made Wirartha (2006:39) pengertian objek penelitan 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."

Berdasarkan pernyataan di atas dapat dikatakan bahwa objek penelitian adalah semua hal yang yang dapat menunjang untuk menentukan sasaran yang ingin dicapai yang berupa data yang digunakan untuk suatu hal tertentu.

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Objek dari penelitian ini adalah perusahaan di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung. Objek penelitian yang digunakan penulis dalam memenuhi tugas akhir ini adalah jiwa kewirausahaan, inovasi produk, orientasi pasar dan keberhasilan usaha. Penelitian ini dilakukan di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

Alasan penulis memilih Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung adalah untuk mengetahui strategi perusahaan dalam mencapai keberhasilan usahanya, serta untuk menilai pengaruh jiwa kewirausahaan, inovasi produk dan orientasi pasar di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis tidak lepas dari ilmu tentang penelitian yang telah dilakukan dan diatur menurut aturan serta urutan secara menyeluruh dan sistematis.

Menurut Sugiyono (2010:5) metode penelitian adalah "Cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bidang bisnis."

Adapun pengertian dari metode menurut I Made Wiratha (2006:77) adalah sebagai berikut: "Metode merupakan jalan yang berkaitan dengan cara kerja dalam mencapai sasaran yang diperlukan bagi penggunanya, sehingga dapat memahami obyek sasaran yang dikehendaki dalam upaya mencapai sasaran atau tujuan pemecahan permasalahan."

Berdasarkan dari pengertian di atas, maka metode penelitian adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh dan mengumpulkan, serta mencatat data baik data primer maupun sekunder untuk di proses lebih lanjut, guna menganalisis

faktor – faktor yang berhubungan dengan pokok permasalahan sehingga akan diperoleh data yang diinginkan dalam suatu karya ilmiah.

Sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis Sejauh mana pencapaian keberhasilan usaha melalui jiwa kewirausahaan, inovasi produk dan orientasi pasar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui Implikasi atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2011:147) adalah sebagai berikut:

"Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi".

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data dapat dikumpulkan, dianalisis, dan ditarik kesimpulan dengan teori-teori yang telah dipelajari, untuk kemudian ditarik kesimpulan.

Sedangkan metode penelitian verifikatif menurut Mashuri (2008) dalam Umi Narimawati (2010:29), Sebagai berikut :

"Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".

Metode verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Metode verifikatif yang digunakan oleh peneliti adalah menggunakan analisis regresi berganda. Peneliti juga menggunakan metode asusmsi klasik dan uji korelasi dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel. Dalam penentuan uji hipotesis peneliti menggunakan Uji T (Parsial) untuk mengetahui seberapa besar peningkatan Jiwa Kewirausahaan (X_1) terhadap Keberhasilan Usaha (Y), Inovasi Produk (X_2) terhadap keberhasilan usaha, dan Orientasi Pasar terhadap Keberhasilan Usaha.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian.

Desain penelitian menurut Umi Narimawati (2008:21) adalah sebagai berikut:

"Desain Penelitian adalah Suatu Rencana Struktur, dan Strategi untuk menjawab permasalahan, yang mengoptimasi validitas".

Dari uraian di atas tersebut maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh penulis dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data.

Penjelasan proses penelitian menurut Sugiyono (2009:13) meliputi 7 tahapan, maka desain penelitian ini dapat disimpulkan seperti teori sebagai berikut:

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

Berdasarkan penjelasan proses penelitian diatas maka proses penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sumber Masalah

   Peneliti melakukan survei awal pada perusahaan untuk menentukan fenomena yang menjadi sumber masalah untuk dijadikan sebagai dasar penelitian.

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 berpikir. 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 pelaku usaha dikawasan Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung berperan dalam pengaruh jiwa kewirausahaan, inovasi produk dan orientasi pasar.

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 dikehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah, tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Pada penelitian kali ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan teknik analisis data menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif..

6. Menyusun instrumen penelitian

   Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusun instrumen penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrumen 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 jiwa kewirausahaan, inovasi produk, orientasi pasar (variabel X) terhadap keberhasilan usaha (variabel Y) digunakan korelasi *Rank Spearman.*

7. Kesimpulan

   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.

Berdasarkan penjelasan di atas, 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*	Pelaku usaha Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung	*Cross Sectional*
T-2	*Verificative*	*Explanatory Survey*	Pelaku usaha Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung	*Cross Sectional*
T-3	*Verificative*	*Explanatory Survey*	Pelaku usaha Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung	*Cross Sectional*
T-4	*Verificative*	*Explanatory Survey*	Pelaku usaha Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung	*Cross Sectional*
T-5	*Verificative*	*Explanatory Survey*	Pelaku usaha Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung	*Cross Sectional*

Sumber: Umi Narimawati, 2008

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Menurut Umi Narimawati (2008:30) pengertian operasional variabel adalah sebagai berikut:

> "Operasionalisasi Variabel adalah proses penguraian variabel penelitian ke dalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasionalisasi dilakukan bila dasar konsep dan indikator masing-masing variabel sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis faktor".

Dalam penelitian penulis yaitu pengaruh jiwa kewirausahaan, inovasi produk dan orientasi pasar terhadap keberhasilan usaha, dengan variabel-variabel yang diteliti dapat menjadi 2, yaitu :

1. Variabel Independen (bebas)

Menurut Sugiyono (2008:39) variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam hal ini variabel independen (bebas) yang berkaitan dengan masalah yang diteliti adalah jiwa kewirausahaan, inovasi produk dan orientasi pasar.

2. Variabel Dependen (terikat)

Menurut Sugiyono (2008:40) variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas". Dalam hal ini variabel yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti adalah keberhasilan usaha.

Selengkapnya dapat dijelaskan dengan menggunakan tabel operasionalisasi variabel dibawah ini :

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran	Skala	No Kuesioner
Jiwa Kewirausahaan ($X_{1)}$	Jiwa kewirausahaan merupakan nyawa kehidupan dalam kewirausahaan yang pada prinsipnya merupakan sikap dan perilaku kewirausahaan dengan ditunjukkan melalui sifat, karakter, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif. Menurut Hartanti (2008) dalam Sukirman (2017)	1. Percaya Diri	1. Tingkat keyakinan dalam menjalani usaha.	Ordinal	1
			2. Tingkat kemandirian dalam menyelesaikan tugas atau pekerjaan		2
		2. Berorientasi pada tugas dan hasil	3. Tingkat kebutuhan akan prestasi		3
			4. Tingkat frekuensi peningkatan laba		4
		3. Pengambil risiko	5. Tingkat keberanian pengambilan keputusan		5
		4. Kepemimpinan	6. Tingkat jiwa kepemimpinan		6
			7. Tingkat frekuensi penerapan saran dan kritik membangun		7
		5. Keorisinilan	8. Tingkat frekuensi penciptaan sesuatu yang baru		8
			9. Tingkat frekuensi gagasan		9

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran	Skala	No Kuesioner
			baru terhadap produk		
		6. Berorientasi ke masa depan	10. Tingkat frekuensi cara pandang pada masa depan		10
		7. Jujur dan tekun	11. Tingkat frekuensi kejujuran dalam menyelesaikan kerja.		11
			12. Tingkat frekuensi ketekunan dalam menyelesaikan kerja.		12
Inovasi Produk (X_2)	Inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya. Menurut Nasution (2005:44) dalam Cynthia dan Hendra (2014:1217)	1. Perluasan Produk (Line Extension)	1. Tingkat penciptaan produk baru bagi pasar.	Ordinal	13
		2. Peniruan Produk (Me Too Product)	2. Tingkat kemampuan menciptkana produk yang sudah ada dipasar.		14
		3. Produk Baru (New To The World Product)	3. Tingkat kreatifitas dalam penciptaan produk yang benar-benar baru untuk pasar dan perusahaan.		15
Orientasi Pasar ($X_{3)}$	Orientasi pasar adalah suatu proses dan aktivitas yang	1. Keinginan Pelanggan	1. Tingkat penciptaan produk sesuai keinginan	Ordinal	16

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran	Skala	No Kuesioner
	berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Uncles (2000) dalam Renita Helia$_1$, Naili Farida$_2$, Bulan Prabawani$_3$ (2015:3).		pelanggan		
		2. Kepuasan Pelanggan	2. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang di ciptakan		17
		3. Memahami Pesaing	3. Tingkat pemahaman kekuatan dan kelemahan pesaing		18
		4. Pengawasan	4. Tingkat pengawasan strategi pesaing		19
Keberhasilan Usaha (Y)	Suatu usaha dikatakan berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, walaupun laba bukan merupakan satu satunya aspek yang di nilai dari keberhasilan sebuah usaha. Menurut Kadek Agus Suarmawan (2015)	1. Hasil yang cukup untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga	1. Tingkat penghasilan laba pelaku usaha.	Ordinal	20
		2. Usaha tetap bisa bertahan	2. Tingkat jangka keberlangsungan perusahaan		21
		3. Kesejahteraan keluarga terjamin	3. Tingkat kecukupan sembako keluarga pelaku usaha		22
		4. Kesejahteraan karyawan terpenuhi	4. Tingkat fasilitas penunjang kesejahteraan karyawan yang diberikan oleh perusahaan		23
		5. Dapat berkembang	5. Tingkat perkembangan usaha		24

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer Menurut Sugiyono (2010:137) mendefinisikan tentang sumber primer sebagai berikut: "Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data." Data primer diperoleh dengan cara:

- Kuesioner atau angket yang diberikan kepada para pelaku usaha Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.
- Observasi, yaitu dengan mengadakan pengamatan dan penelitian secara langsung terhadap obyek yang diteliti guna melengkapi data yang diperlukan.
- Wawancara, yaitu mengadakan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini adalah para pelaku usaha pada Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

2. Data Sekunder Menurut Sugiyono (2010:137) mendefinisikan tentang sumber sekunder sebagai berikut: "Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data". Yaitu dengan dokumentasi, literatur, situs internet, buku-buku dan catatan yang berkaitan erat dengan masalah yang sedang diteliti.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

1. Populasi

Menurut Umi Narimawati (2008:72) “Populasi adalah objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai informasi yang ditetapkan oleh peneliti, sebagai unit analisis penelitian”.

Sedangkan menurut Sugiyono (2002:57) “pengertian populasi penelitian adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Berdasarkan pengertian di atas, populasi yang diambil oleh peneliti kali ini adalah pada Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung. Pemilihan jumlah populasi ini diambil dari semua pelaku usaha yang ada di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung sebanyak 24 pelaku usaha untuk memberikan data yang diperlukan dalam penelitian.

2. Sampel

Menurut Umi Narimawati (2008:77) “Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi unit pengamatan dalam penelitian”.

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan dijadikan objek dalam melakukan penelitian dan pengujian data. Metode yang digunakan dalam penarikan sampel ini adalah sampling jenuh atau sensus.

Pengertian dari sampling jenuh atau sensus. Menurut Sugiyono (2014:122). “Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota

populasi digunakan sebagai sampel". Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil." Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi di jadikan sampel.

Berdasarkan dari pengertian tersebut, maka dapat diketahui bahwa sampling jenuh atau sensus teknik penentuan sampel dengan menggunakan semua anggota populasi. Dalam penelitian ini karena jumlah populasinya sedikit (terbatas) sehingga tidak memungkinkan untuk menggunakan sampel, sehingga peneliti mengambil jumlah sampel sama dengan jumlah populasi atau disebut dengan sampling jenuh yaitu seluruh Pelaku Usaha di Sentra Kerupuk Batagor Kota Bandung Sebanyak 24 pelaku usaha.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

   Penelitian Lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan peninjauan langsung terhadap obyek yang diteliti, pada pemilik toko di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:

a. Observasi, yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan. Observasi yang dilakukan adalah dengan melakukan pengamatan secara langsung tentang hal-hal

yang berhubungan dengan variabel penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Pada kesempatan kali ini yang menjadi obyek observasi pada penelitian ini adalah seluruh pemilik toko yang ada di Sentra Industri Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

b. Wawancara, yaitu dengan cara melakukan komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait sesuai dengan topik yang penulis teliti.

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 pelaku usaha di Sentra Industri Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung sebanyak 24 responden. Teknik pengolahan data hasil kuesioner digunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai 5 sampai dengan 1. Pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan baik mengenai Jiwa Kewirausahaan (X_1), Inovasi Produk (X_2), Orientasi Pasar (X_3) 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 tabel berikut :

Tabel 3.3
Skala *Likert*

ALTERNATIF JAWABAN	BOBOT NILAI	
	POSITIF	NEGATIF
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Cukup Setuju	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber: Sugiyono (2014:133)

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian ini dilakukan untuk pengambilan data yang bersifat teori yang kemudian digunakan sebagai literatur penunjang guna mendukung penelitian yang dilakukan. Yaitu teknik yang digunakan dengan cara mengumpulkan, mempelajari data-data dan informasi yang didapat dari buku-buku, dokumen perusahaan dan sumber lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.

Agar peneliti dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya maka harus dilakukan tahapan analisis dan pengujian hipotesis. Untuk melakukan sebuah analisis data dan pengujian hipotesis, terlebih dahulu peneliti akan menentukan metode apa yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dan merancang metode untuk menguji sebuah hipotesis.

Untuk menilai kuisioner apakah valid dan realibel maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

3.2.4.1 Uji Validitas

Validitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur, dalam hal ini kuesioner mengukur apa yang hendak diukur atau sejauh mana alat ukur yang

digunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat tes, maka alat tersebut akan semakin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pernyataan mana yang valid dan mana yang tidak valid dengan mengkonsultasikan data tersebut dengan tingkat r kritis.

Menurut Sugiyono (2011:168) "bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total."

Menurut Masrun dalam Sugiyono (2009:134) :"Item yang mempunyai korelasi yang positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi menunjukan item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah apabila r=0,300.

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 dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut:

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

Sumber : Umi Narimawati (2010:42)

Keterangan :

r = koefisien 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 intrepretasi mengenai besarnya koefisien korelasi 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 0,00	Sangat tidak tinggi

Sumber : Suharsimi Arikunto (2009:164)

Seperti dilakukan pengujian lebih lanjut, semua item pernyataan dalam kuesioner harus diuji keabsahannya untuk menentukan valid tidaknya suatu item. Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam kuesioner. Validitas suatu data tercapai jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diungkapkan. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-

masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Teknik korelasi yang digunakan adalah Teknik Korelasi *Pearson Product Moment.*

Tabel 3.5
Standar Penilaian Untuk Validitas

Kriteria	Rebility
Good	0,80
Acceptable	0,70
Marginal	0,60
Poor	0,50

Sumber : Barker et al, 2002;70

Berikut penjelasan lengkap mengenai hasil pengujian validitas, dsiajikan pada tabel 3.6 di bawah ini:

Tabel 3.6
Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
Jiwa Kewirausahaan (X_1)	1	0.654	0.300	Valid
	2	0.656	0.300	Valid
	3	0.717	0.300	Valid
	4	0.588	0.300	Valid
	5	0.652	0.300	Valid
	6	0.642	0.300	Valid
	7	0.748	0.300	Valid
	8	0.775	0.300	Valid
	9	0.432	0.300	Valid
	10	0.441	0.300	Valid
	11	0.446	0.300	Valid
	12	0.761	0.300	Valid
Inovasi Produk (X_2)	13	0.653	0.300	Valid
	14	0.897	0.300	Valid
	15	0.837	0.300	Valid
Orientasi Pasar (X_3)	16	0.808	0.300	Valid
	17	0.790	0.300	Valid
	18	0.805	0.300	Valid
	19	0.834	0.300	Valid
Keberhasilan Usaha (Y)	20	0.701	0.300	Valid
	21	0.633	0.300	Valid

Variabel	Butir Pernyataan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
	22	0.711	0.300	Valid
	23	0.802	0.300	Valid
	24	0.882	0.300	Valid

Sumber : Kuseioner (data diolah), 2018

Berdasarkan rekapitulasi hasil pengujian validitas instrumen di atas, terlihat bahwa seluruh pernyataan yang diajukan dalam mengukur jiwa kewirusahaan, inovasi produk, orientasi pasar dan keberhasilan usaha memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis 0,3. Menurut Sugiyono (2011:168) "valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah apabila r=0,300". Artinya hasil pengujian validitas diatas menunjukan bahwa seluruh pernyataan yang diajukan sudah melakukan fungsi ukurnya, dengan kata lain dinyatakan valid.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2011:184) "suatu instrument dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,7." 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:

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

Dimana:

r1 = realiabilitas internal seluruh item

r_b = 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.

Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara Statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas dan apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan andal (reliabel).

Tabel 3.7
Standar Penilaian Untuk Reliabilitas

Kriteria	Rebility
Good	0,80
Acceptable	0,70
Marginal	0,60
Poor	0,50

Sumber : Barker et al, 2002;70

Berikut penjelasan lengkap mengenai hasil pengujian reliabilitas, dsiajikan pada tabel 3.8 di bawah ini:

Tabel 3.8
Rekapitulasi Hasil Pengujian Reabilitas

Variabel	Koefesien Reliabilitas	Titik Kritis	Keterangan
Jiwa Kewirausahaan (X_1)	0.757	0.700	Reliabel
Inovasi Produk (X_2)	0.840	0.700	Reliabel
Orientasi Pasar (X_3)	0.742	0.700	Reliabel
Keberhasilan Usaha (Y)	0.703	0.700	Reliabel

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2018

Dari hasil pengujian reliabilitas instrumen di atas, terlihat bahwa nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh masing-masing variabel > 0,7, hal ini sesuai dengan teori ahli menurut Sugiyono (2011:184) yang menyatakan bahwa “suatu

instrument dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,7". Artinya, hasil dari pengujian menunjukan bahwa alat ukur yang digunakan sudah menunjukan keandalannya sehingga sudah memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

3.2.4.3 Uji MSI (*Methode of Successive Interval*)

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"*. 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 kumulatif. 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*

$$Means\ of\ Interval: \frac{Density\ at\ Lower\ limit - Density\ at\ Upper\ Limit}{Area\ at\ Below\ Density\ Upper\ Limit - Area\ at\ BelowLowerLimit}$$

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)

Menurut Sugiyono (2005:143). "Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu uji signifikasinya."

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 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 antara nilai 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 :

$$Skor\ minimum\ dalam\ presentase = \frac{skor\ minimum}{skor\ maximum} x100\%$$

$$Skor\ maximum\ dalam\ presentase = \frac{skor\ maximum}{skor\ minimum} x100\%$$

$$Interval\ dalam\ presentase = skor\ maximum - skor\ minimum$$

$$Panjang\ interval\ dalam\ presentase = \frac{interval}{jenjang}$$

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

Tabel 3.9
Pengkategorian Skor Jawaban

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20 – 36%	Tidak Baik
2	36,01 – 52,00%	Kurang Baik
3	52,01 – 68,00%	Cukup Baik
4	68,01 – 84,00%	Baik
5	84,01% - 100%	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2007:133)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Penelitian verifikatif (kuantitatif) adalah penenlitian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Dalam penelitian ini analisis verifikatif digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (independen) yaitu Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Orientasi Pasar terhadap variabel terikat (dependen) yang diteliti yaitu Keberhasilan Usaha.

Dengan menggunakan Analisis Mulitvariat. Menurut Umi Narimawati (2008:1), analisis multivariat merupakan metode statistik yang memungkinkan kita melakukan penelitian terhadap lebih dari dua variabel secara bersamaan. Dengan menggunakan teknik analisis ini maka kita dapat menganalisis pengaruh beberapa variabel terhadap variabel-variabel dalam waktu yang bersamaan.

Teknik analisis multivariat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu analisis dependensi dan interdepensi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis dependensi. Menurut Umi Narimawati (2008:2) analisis dependensi berfungsi untuk memprediksi variabel-variabel tergantung dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Yang termasuk dalam klasifikasi ini salah satunya analisis regresi linier berganda.

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*" dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel peneliti menggunakan analisis Regresi Linier Berganda (*Multiple Regression*).

1. Analisis Regresi Linier Berganda

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:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Keberhasilan Usaha

X_1 = Jiwa Kewirausahaan

X_2 = Inovasi Produk

X_3 = Orientasi Pasar

α = Konstanta Intersep

β_1 = Koefisien Regresi Variabel Jiwa Kewirausahaan

β_2 = Koefisien Regresi Variabel Inovasi Produk

β_3 = Koefisien Regresi Variabel Orientasi Pasar

ε = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y.

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Jiwa Kewirausahaan (X_1), Inovasi Produk (X_2) dan Orientasi Pasar (X_3), sedangkan variabel dependen adalah Keberhasilan Usaha (Y), sehingga persamaan regresi linier berganda estimasinya.

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.

2. Uji Asumsi Klasik

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 grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein, Umar 2011:18).

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

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen (Ghozali dan imam, 2005). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terdapat kolerasi yang kuat diantara sesame variabel independen maka konsekuensinya adalah :

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.

2. Nilai standar error setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar 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 *software SPSS 21 for Windows*, 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.

3. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X_1 (Jiwa Kewirausahaan), X_2 (Inovasi Produk) dan X_3 (Orientasi Pasar) dengan variabel Y (Keberhasilan Usaha) secara bersamaan. Untuk memahami bagaimana menerapkan korelasi berganda pada penelitian, berikut ini adalah rumus korelasi berganda:

$$Rx_1x_2x_3Y = \frac{\sqrt{b_1 \sum x_1 Y + b_2 \sum x_2 Y + b_3 \sum x_3 Y}}{\sum y^2}$$

Dimana:

$RX_1X_2X_3Y$ = Korelasi berganda antara variabel X_1, X_2 dan X_3 dengan Y

X_1 = Variabel X_1 (Jiwa Kewirausahaan)

X_2 = Variabel X_2 (Inovasi Produk)

X_2 = Variabel X_3 (Orientasi Pasar)

Y = Variabel Y (Keberhasilan Usaha)

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi masing-masing variabel

4. Analisis Korelasi Parsial

Pengertian analisis korelasi menurut 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 :

$$r = \frac{(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x_{i^2}) - n(\sum x_i)^2 - \{n(\sum y_{i^2}) - n(\sum y_i)^2\}}}$$

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

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, Tinggi
84% - < 100%	Sangat Baik, Sangat Tinggi

Sumber: Syahri Alhusin dalam Umi Narimawati, (2010:10)

5. 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 (r^2). 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 X_1 (Jiwa Kewirausahaan), variabel X_2 (Inovasi Produk) dan X_3 (Orientasi Pasar) terhadap variabel Y (Keberhasilan Usaha) secara simultan. Untuk mengetahui nilai

koefisien determinasi berganda, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi Product Momen

b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X_1 (Jiwa Kewirausahaan), variabel X_2 (Inovasi Produk) dan X_3 (Orientasi Pasar) terhadap variabel Y (Keberhasila Usaha) secara parsial. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi parsial, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$Kd = \beta \times Zero\ Order \times 100\%$$

Keterangan:

β = 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

3.2.5.2. Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya hubungan signifikan dari pengaruh Jiwa Kewirausahaan (X_1), Inovasi

Produk (X_2) dan Orientasi Pasar (X_3) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) pada Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan análisis regresi dan korelasi. Langkah–langkah dalam analisisnya sebagai berikut:

1) Pengujian Hipotesis Deskriptif

Hipotesis Deskriptif merupakan jawaban sementara terhadap masalah deskriptif (Sugiyono, 2016:139).

a. Hipotesis

$H_0 1: \beta 1 = 0$: Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk, Orientasi Pasar, dan Keberhasilan Usaha di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung tidak baik atau rendah.

$H_1 1: \beta 1 \neq 0$: Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk, Orientasi Pasar, dan Keberhasilan Usaha di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung baik.

b. Kriteria Pengujian

Kriteria pengajuan hipotesis deskriptif didasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan penulis sesuai dengan tanggapan anggota sampel dalam mengikuti kuesioner.

(1) Jika persentase skor tanggapan sampel $\geq 68.01\%$ maka $H_o 1$ ada di daerah penolakan, berarti $H_1 1$ diterima artinya Jiwa Kewirausahaan, Inovasi

Produk, Orientasi Pasar, Dan Keberhasilan Usaha Di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung adalah baik.

(2) Jika persentase skor tanggapan sampel ≤ 68.01% maka H_o1 ada di daerah penolakan, berarti H_11 ditolak artinya Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Dan Keberhasilan Usaha Di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung adalah tidak baik atau rendah

Tabel 3.11
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Sampel

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	84.00-100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

2) Pengujian Hipotesis Secara Simultan/Total (Uji F)

Menurut Ibnu Subiyanto (2000:204) kegunaan uji F adalah "digunakan untuk keseluruhan signifikansi terhadap variable-variabel dalam regresi".

Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F\ hitung = \frac{JK\ Residu/k}{JK\ Residu/\{n-(k+1)\}}$$

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 berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan F – test yang terdapat pada *analyze of variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan Microsoft. Jika nilai $F_{hitung} > F_{kritis}$ maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (Jiwa Kewirausahaan dan Inovasi Produk) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Keberhasilan Usaha) ditolak dan sebaliknnya.

Menurut Sudjana (2001:369) dalam Umi Narimawati (2011:51) "Perhitungan terhadap titik keeratan dan arah hubungan antar variable bebas dan variable terikat adalah menggunakan uji korelasi. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap koefisien yang disebut juga koefisien korelasi produk moment (Pearson)"

a. Hipotesis

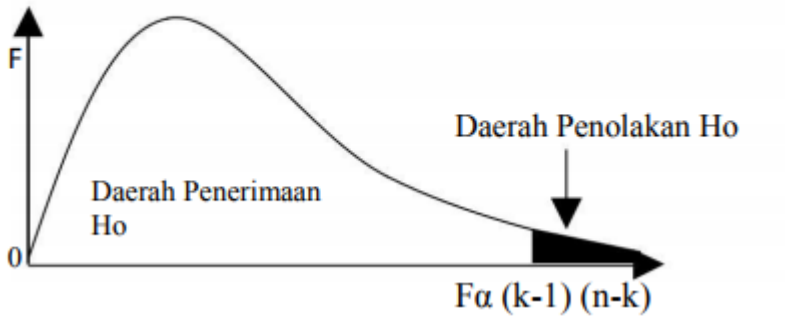
$H_o : \beta_1 = \beta_2 = 0$ Pencapaian Keberhasilan Usaha tidak dipengaruhi secara simultan oleh *Jiwa Kewirausahaan* (X_1), *Inovasi Produk* (X_2) dan *Orientasi Pasar* (X_3) pada Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

$H_o : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$ Pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi secara simultan oleh *Jiwa Kewirausahaan* (X_1) dan *Inovasi Produk* (X_2) dan *Orientasi Pasar* (X_3) pada Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

b. Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila F_{hitung} > dari F_{tabel} (α= 0,05)

Apabila pada pengujian secara simultan H_0 ditolak, artinya sekurangkurangnya ada sebuah pyxi ≠ 0. Untuk ρyxi yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.



Sumber : Wirawan (2002)

Gambar 3.1
Kurva Penerimaan dan Penolakan H_0 dengan Uji F

3) Pengujian Secara Parsial

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

$$t_{hitung}\left(x_{1,2,3}\right) = \frac{b_{1,2,3}}{se\ (b_{1,2,3})}$$

Keterangan :

t_{hitung} ($X_{1,2,3}$) = nilai t_{hitung} X_1 (Jiwa Kewirausahaan), nilai t_{hitung} X_2 (Inovasi Produk) dan nilai t_{hitung} X_3 (Orientasi Pasar)

b_1, b_2 dan b_3 = koefisien regresi masing-masing variabel.

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

a. Hipotesis

$H_0$1 : β1=0 : Secara parsial pencapaian Keberhasilan Usaha tidak dipengaruhi oleh *Jiwa Kewirausahaan* (X_1) di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

$H_1$1 : β1≠0 : Secara parsial pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi oleh *Jiwa Kewirausahaan* (X_1) di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

$H_0$2 : β2=0 : Secara parsial pencapaian Keberhasilan Usaha tidak dipengaruhi oleh *Inovasi Produk* (X_2) di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

$H_1$2 : β2≠0 : Secara parsial pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi oleh *Inovasi Produk* (X_2) di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

$H_0$3 : β3=0 : Secara parsial pencapaian Keberhasilan Usaha tidak dipengaruhi oleh *Orientasi Pasar* (X_1) di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

$H_1$3 : β3≠0 : Secara parsial pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi oleh *Orientasi Pasar* (X_1) di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

b. Kriteria pengujian

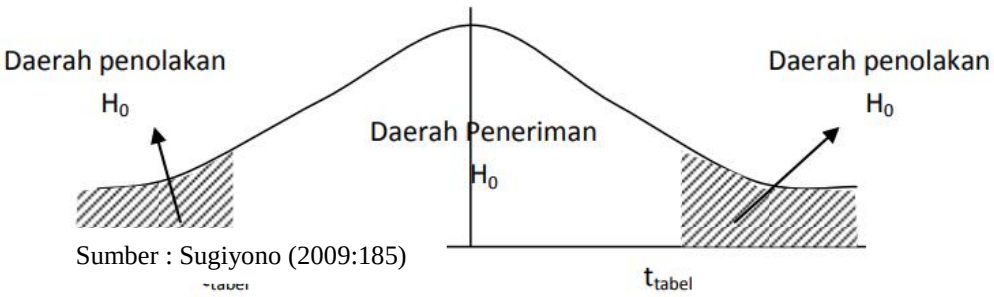
Untuk mengetahui apakah H_0 diterima atau ditolak, digunakan uji signifikasi yaitu :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ 0,1 (dk = n – 2), maka H_0 : ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ 0,1 (dk = n – 2), maka H_0 : 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 3.2
Kurva Penerimaan dan Penolakan H_0 dengan Uji T

4. Kesimpulan

Daerah yang diarsir merupakan daerah penolakan, dan berlaku sebaliknya. Jika t_{hitung} dan F_{hitung} jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka H_0 ditolak (diterima) dan Ha diterima (ditolak). Artinya koefisien regresi signifikan (tidak

signifikan). Kesimpulannya, Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk dan orientasi pasar berpengaruh (tidak berpengaruh) terhadap Keberhasilan Usaha. Tingkat signifikannya yaitu 5 % (α = 0,05), artinya jika hipotesis nol ditolak (diterima) dengan taraf kepercayaan 95% maka kemungkinan bahwa hasil dari penarikan kesimpulan mempunyai kebenaran 95 % dan hal ini menunjukan adanya atau tidak adanya pengaruh yang (signifikan) antara dua variable tersebut.