BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 OBJEK PENELITIAN

Objek penelitian menurut Husein Umar (2009:303) menyatakan bahwa Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan itu dillakukan, bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu.

Menurut Sugiyono (2012:38), objek penelitian merupakan suatu atribut atau siafat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini penulis mengambil judul penelitian yaitu "Pencapaian Kinerja Bisnis yang dipengaruhi oleh Orientasi Pasar, Karakteristik Kewirausahaan, dan Kreativitas pada Usaha Kue dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Bandung". Berdasarkan pernyataan diatas, maka objek penelitian pada penelitian ini yaitu:

1) Kinerja Bisnis (Y)
2) Orientasi Pasar (X1)
3) Karakteristik Usaha (X2)
4) Kreativitas (X3)

3.2 METODE PENELITIAN

Metode penelitian menurut Sugiyono (2012 : 2) yaitu pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Dengan kata lain maka metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data, mengolah data tersebut sehingga tercapainya suatu tujuan dari penelitian itu sendiri. Sesuai dengan penjelasan diatas, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dan verivikatif. Menurut Sugiyono (2010:29):

> "Metode deskriptif yaitu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum."

Metode deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan masalah–masalah atau fenomena yang ada pada rumusan masalah, yaitu Orientasi Pasar, Karakteristik Kewirausahaan, Kreativitas dan Kinerja Bisnis pada usaha kue dalam industri mikro dan menengah (IKM) di Kota Bandung.

Sedangkan menurut Mashuri (2009:45), metode verifikatif adalah memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan"

Tujuan metode verifikatif menurut Sugiyono (2010 : 13), yaitu untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan analisis yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dengan menggunakan metode penelitian tersebut maka akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari anggota populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan penelitian perlu dilakukan perencanaan agar penelitian berjalan secara sistematis dan efektif. Perencanaan penelitian dapat digambarkan melalui desain penelitian. Desain penelitian yaitu semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian (Moh. Nazir, 2003:84),

Jonathan Sarwono (2006:27) menambahkan bahwa:

> "Desain penelitian khususnya dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif merupakan alat dalam penelitian dimana seorang peneliti tergantung dalam menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian yang sedang dilakukan. Dalam ilmu-ilmu sosial, penelitian terdiri dari penelitian penjajakan, penelitian penjelasan (*explanatory*), dan penelitian deskriptif verifikatif (*descriptif verificative*)."

Adapula penjelasan proses penelitian dalam penelitian menurut Sugiyono (2008:13), yaitu:

1) Sumber masalah

   Peneliti mencari masalah atau fenomena melalui survey awal berupa melakukan wawancara dan memberikan kuesioner pada pemilik unit usaha. Dari hasil survey awal tersebut maka diperoleh beberapa fenomena yaitu orientasi pasar, kreativitas dan kinerja bisnis pada usaha kue dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Bandung.

2) Rumusan masalah

   Rumusan masalah ditentukan seteleh peneliti berhasil mengidentifikasi masalah menetapkan judul penelitian. Rumusan masalah berbentuk pertanyaan yang menentukan tujuan dari penelitian dan harus dijawab pada hasil penelitian melalui pengujuan penelitian yang telah ditentukan.

3) Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

   Untuk menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara, maka peneliti dapat membaca referensi teoritis yang relevan dengan masalah dan kerangka berpikir. Selain itu penemuan penelitian sebelumnya yang relevan juga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan jawaban sementara terhadap masalah penelitian (hipotesis). Telaah teoritis bertujuan untuk menyusun kerangka teoritis yang menjadi dasar untuk menjawab masalah atau pertanyaan penelitian yang merupakan tahap penelitian dengan menguji kriteria pengetahuan yang rasional.

4) Pengajuan hipotesis

   Jawaban terhadap rumusan masalah yang masih didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (faktual) maka jawaban itu disebut hipotesis.

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 deskriptif verivikatif dengan pendekatan kuantitatif.

6) Menyusun instrumen penelitian

   Setelah menentukan metode penelitian yang sesuai, maka peneliti dapat menyusun instrumen penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrumen penelitian yang digunakan berbentuk kuesioner sebagai pedoman wawancara atau observasi. Sebelum instrumen digunakan untuk pengumpulan data, maka instrumen penelitian harus terlebih dulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Setelah data terkumpul maka data dianalisis untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang diajukan dengan teknik statistik tertentu.

7) Kesimpulan

   Kesimpulan adalah langkah terakhir dari proses suatu penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Dengan memfokuskan pada

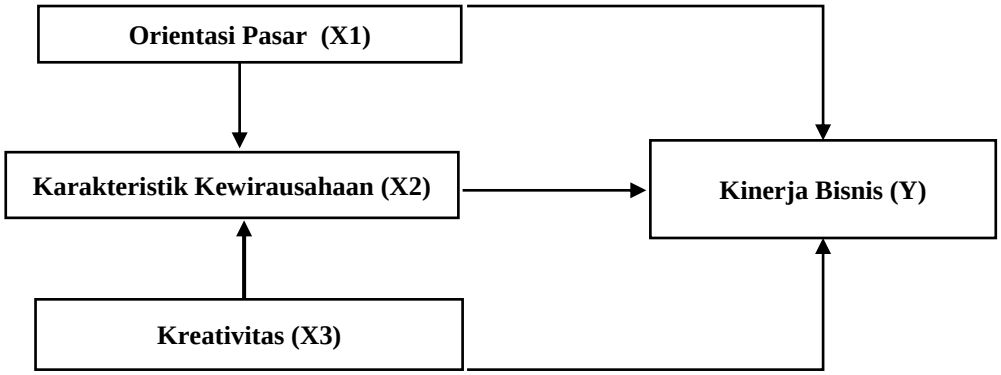
pemecahan masalah penelitian berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Desriptive* dan *Survey*	Pengusaha Kue skala IKM di Kota Bandung	*Cross Sectional*
T-2	*Verifikatif*	*Desriptive* dan *Explanatory Survey*	Pengusaha Kue skala IKM di Kota Bandung	*Cross Sectional*
T-3	*Verifikatif*	*Desriptive* dan *Explanatory Survey*	Pengusaha Kue skala IKM di Kota Bandung	*Cross Sectional*
T-4	*Verifikatif*	*Desriptive* dan *Explanatory Survey*	Pengusaha Kue skala IKM di Kota Bandung	*Cross Sectional*
T-5	*Verifikatif*	*Desriptive* dan *Explanatory Survey*	Pengusaha Kue skala IKM di Kota Bandung	*Cross Sectional*
T-6	*Verifikatif*	*Desriptive* dan *Explanatory Survey*	Pengusaha Kue skala IKM di Kota Bandung	*Cross Sectional*

(Sumber : Umi Narimawati, 2008)

Mengacu pada tabel diatas, maka desain penelitian dapat digambarkan kan sebagai berikut :



Gambar 3.1
Desain Penelitian

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional dalam penelitian ini adalah variabel bebas *(independen)* dan variabel terkait *(dependent).* Pengertian variabel penelitian menurut Sugiyono (2016:95) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untu dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

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 sacara benar dan sesuai dengan judul penelitian mengenai Pencapaian Kinerja Bisnis yang dipengaruhi oleh Orientasi Pasar dan Kreativitas. Oleh karena itu, dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan, yaitu:

1) Variabel *Independent* atau Variabel Bebas (Variabel X)

   X1 = Orientasi pasar

   X2 = Karakteristik Kewirausahaan

   X3 = Kreativitas

   Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) **(**Sugiyono, 2016: 96).

2) Variabel *Dependent* atau Variabel Terkait (Variabel Y)

   Y = Kinerja Bisnis

   Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016: 97).

Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini secara lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

VARIABEL	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	No. Kuesioner
Orientasi Pasar (X1)	Orientasi Pasar memiliki tiga komponen pendukung yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antar fungsi. Narver & Slater (1990) dalam Bagas Prakosa (2005)	1. Orientasi Pelanggan a. Berorientasi Informasi pelanggan	Tingkat orientasi informasi mengenai pelanggan	O R D I N A L	1
		b. Berorientasi menciptakan nilai superior bagi pelanggan	Tingkat orientasi dalam menciptakan nilai superior bagi pelanggan		2
		2. Orientasi Pesaing a. Kekuatan dan kelemahan pesaing b. Kompetensi/ kemampuan bisnis pesaing c. Strategi jangka panjang pesaing	Tingkat orientasi pada kekuatan dan kelemahan pesaing		3
			Tingkat orientasi pada kemampuan bisnis pesaing		4
			Tingkat orientasi pada strategi pesaing		5
		3. Koordinasi antar fungsi	Tingkat koordinasi bidang prodduksi		6

		a. Efektivitas koordinasi bidang produksi b. Efektifitas koordinasi bidang pemasaran	Tingkat koordinasi bidang pemasaran		7
Karakteristik Kewirausahaan (X2)	Ciri-ciri kewirausahaan meliputi enam komponen penting, yaitu percaya diri, berorientasi pada hasil, berani mengambil risiko, kepemimpinan, keorisinilitasan, dan berorientasi pada masa depan. Suryana (2014 : 22)	1. Percaya Diri a. Yakin terhadap kemampuan berwirausaha b. Yain pada keberhasilan usaha	Tingkat keyakinan terhadap kemampuan berwirausaha	O R D I N A L	8
			Tingkat keyakinan pada keberhasilan usaha		9
		2. Berorientasi pada hasil a. Orientasi pada kualitas b. Orientasi pada laba usaha	Tingkat orientasi pada kualitas		10
			Tingkat orientasi pada laba usaha		11
		3. Berani mengambil risiko a. Berani mengambil risiko b. Berani menantang diri sendiri	Tingkat keberanian mengambil		12
			Tingkat keberanian menantang diri sendiri		13
		4. Kepemimpinan a. Komitmen pada usaha b. Disiplin c. Inisiatif dalam bertindak	Tingkat komitmen pada usaha		14
			Tingkat disiplin		15
			Tingkat inisiatif bertindak		16

		d. Mampu beradaptasi	Tingkat kemampuan beradaptasi		17
		5. Keorisinilan a. Keorisinilan ide b. Imajinatif	Tingkat keoriisinilan ide		18
			Tingkat imajinatif		19
		6. Berorientasi pada masa depan a. Orientasi visi dan misi usaha b. Orientasi pada tujuan usaha	Tingkat kejelasan visi dan misi usaha		20
			Tingkat orientasi tujuan usaha		21
Kreativitas (X3)	Kreativitas menghasilkan ide baru, inovasi dan penerjemah baru / produk baru / proses baru atau metode baru untuk memproduksi (proses kreativitas). Stoner, Freeman dan Gilbert dalam Deden A. Wahab Sya'roni dan Janivita J. Sudirham (2012)	1. Ide Baru a. Unik b. *Utitlity* (kegunaan)	Tingkat keunikan ide baru	O R D I N A L	22
			Tingkat kegunaan ide baru		23
		2. Inovasi *a*. Inovasi pengembangan produk *b*. Inovasi pemecahan masalah	Tingkat inovasi pengembangan produk		24
			Tingkat inovasi pemecahan masalah		25
		3. Proses Kreativitas a. Efisiensi sumber daya proses kreativitas b. Efektivitas proses bisnis	Tingkat efisiensi sumber daya		26
			Tingkat efektivitas proses bisnis		27
Kinerja Bisnis (Y)	...indikator kinerja bisnis yang paling penting yaitu	1. Pertumbuhan Penjualan	Tingkat pencapaian target penjualan		28

	pertumbuhan penjualan, pertumbuhan tenaga kerja, pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan pangsa pasar. Hadjimanolis dalam Bagas Prakosa (2005: 47)	a. Pencapaian target penjualan b. Kecepatan penjualan produk	Tingkat Kecepatan penjualan produk	O R D I N A L	29
		2. Pertumbuhan tenaga kerja a. Jumlah tenaga kerja	Tingkat pertumbuhan jumlah tenaga kerja		30
		b. Produktivitas tenaga kerja	Tingkat pertumbuhan produktivitas tenaga kerja		31
		3. Pertumbuhan pendapatan a. Peningkatan perolehan laba	Tingkat kenaikan perolehan laba		32
		b. Peningkatan penjualan	Tingkat peningkatan penjualan		33
		c. Kestabilan usaha	Tingkat kestabilan usaha		34
		4. Pertumbuhan pangsa pasar a. Pertumbuhan pelanggan	Tingkat pertumbuhan pelanggan		35
		b. Luasnya wilayah pemasaran	Tingkat keluasan wilayah pemasaran		36

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

Dalam penelitian ini terdapat sumber data dan teknik penetuan data, berikut ini adalah penjelasannya.

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang diperlukan pada penelitian ada dua jenis, yaitu :

1) Data Primer

Data primer dalah data yang diambil secara langsung dari objek penelitian. Menurut Sugiyono (2016:223) data primer adalah sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Menggunakan data primer karena peneliti mengumpulkan sendiri data-data yang dibutukan yang berumber langsung dari objek pertama yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini data primer yang diambil langsung dari pemilik atau pelaku usaha yang menjalankan bisnisnya di industri skala kecil dan menengah toko kue di Kota Bandung.

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Menurut Sugiyono (2016:223), data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami informasi melalui media lain yang bersumber pada literatur dan buku-buku perpustakaan atau data-data dari perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Menggunakan data sekunder, karena peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain, yaitu informasi mengenai data-data terkait dengan industri kecil dan menengah sektor makanan dan minuman, data pengusaha kue di kota Bandung serta variabel-variabel terkait dari berbagai literatur, situs internet,

buku-buku, data yang berasal dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disdagin) Kota Bandung dan catatan lainnya yang berkaitan erat dengan masalah yang sedang diteliti.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Sebelum menentukan penentuan data yang akan dijadikan sampel, terlebih dahulu dikemukan tentang populasi dan sampel.

1) Populasi

Populasi merupakan objek atau subjek yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Sugiyono (2016:148) menjelaskan bahwa populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung pada tahun 2010-2017 tercatat ada 115 pengusaha kue dalam industri kecil dan menengah yang mendaftarkan usahanya dan mendapatkan fasilitasi halal. Maka jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 115 pengusaha kue.

2) Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016:149). Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi.

Sampel yang diambil berdasarkan teknik *probability sampilng*; *simple random sampling*, dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi seluruh populasi yang merupakan para pengusaha kue di Kota Bandung dan dianggap bersifat homogen karena skala yang ditetapkan hanya usaha yang berada pada skala industri kecil dan menengah (IKM) dengan kata lain populasi tidak memiliki strata.

Karena jumlah populasi lebih dari 100, yaitu 115 pengusaha kue, maka dalam penelitian ini peneliti mempersempit populasi dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik *Slovin*.

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel;

N = jumlahpopulasi;

e = tingkat kesalahan *(error level)* yaitu 10%

Maka penyelesaiannya, yaitu :

$$n = \frac{115}{1 + 115(0,1)^2}$$

$$n = \frac{115}{1 + 115(0,01)}$$

$$n = \frac{115}{1 + 1,15}$$

$$n = \frac{115}{2,15}$$

n = 53,4 dibulatkan menjadi 55

Berdasarkan pengertian yang telah dijelaskan, maka dalam penelitian ini peneliti menarik seluruh anggota populasi menjadi sampel penelitian, yaitu 55 pengusaha kue dalam industri kecil dan menengah (IKM) di Kota Bandung.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian adalah:

1) **Penelitian lapangan *(Field Research),*** yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan peninjauan langsung terhadap objek yang diteliti, seperti:
   a) Kuesioner, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016:230). Penulis melakukan survey awal dengan menggunakan kuesioner kepada 20 responden yang merupakan para pengusaha kue dalam industri kecil dan menengah di Kota Bandung.

b) Wawancara penulis melakukan wawancara dengan beberapa pemilik usaha dan pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan kota Bandung.

c) Dokumentasi, dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan/laporan dan dokumentasi lain dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian kota Bandung.

d) Observasi (*Observation*) Dalam hal ini penulis melakukan pengamatan secara langsung dilokasi penelitian pada usaha kue dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Bandung.

2) **Studi Kepustakaan (*Library Research*),** yaitu teknik yang menggunakan dengan cara mengumpulkan, mempelajari data-data dan informasi yang didapat dari buku-buku, dokumen perusahaan dan sumber lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3.2.4.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut Sugiyono (2010:130) adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. *Valid* berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2016: 203).

Berdasarkan definisi diatas, maka 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.

Perhitungan uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *bivariate pearson* (*product moment*) yang diolah dengan menggunakan *software Statistical Product and Service Solution* (SPSS) 21.0 *version for windows.*

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis Korelasi *Pearson* (*Product Moment Pearson)* memiliki rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Nilai Koefisien Korelasi Pearson

∑X = Jumlah hasil pengamatan variabel X

∑Y = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum X^2$= Kuadrat dari Total Jumlah Variabel X

$\sum Y^2$= Kuadrat dari Total Jumlah Variabel Y

∑XY = Jumlah hasil kali pengamatan variabel X dan Variabel Y

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan penelitian

Dalam mengadakan interpretasi mengenai koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto dalam panduan penulisan skripsi Manajemen Unikom (2018) dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3
Penilaian Koefisien Validitas

Kriteria	Validitas
Good	0,50
Acceptable	0,30
Marginal	0,20
Poor	0,10

Sumber: Barker et al, 2007:70

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan koefisien validitas atau r_{hitung} dengan r_{tabel}. Dengan jumlah responden (N) = 55 orang pengusaha dan total pertanyaan (Y) = 36 butir pertanyaan, maka rangkuman hasil uji validitas disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas

Variabel	No. P	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Orientasi Pasar	1	0,511	0,300	Valid
	2	0,669	0,300	Valid
	3	0,631	0,300	Valid
	4	0,503	0,300	Valid
	5	0,435	0,300	Valid
	6	0,523	0,300	Valid
	7	0,652	0,300	Valid
Karakteristik Kewirausahaan	8	0,518	0,300	Valid
	9	0,607	0,300	Valid
	10	0,493	0,300	Valid
	11	0,726	0,300	Valid
	12	0,476	0,300	Valid
	13	0,438	0,300	Valid
	14	0,587	0,300	Valid
	15	0,639	0,300	Valid
	16	0,607	0,300	Valid
	17	0,664	0,300	Valid
	18	0,446	0,300	Valid
	19	0,491	0,300	Valid
	20	0,825	0,300	Valid
	21	0,510	0,300	Valid
Kreativitas	22	0,651	0,300	Valid
	23	0,606	0,300	Valid
	24	0,576	0,300	Valid
	25	0,764	0,300	Valid
	26	0,765	0,300	Valid
	27	0,673	0,300	Valid

Kinerja Bisnis	28	0,734	0,300	Valid
	29	0,695	0,300	Valid
	30	0,656	0,300	Valid
	31	0,710	0,300	Valid
	32	0,725	0,300	Valid
	33	0,570	0,300	Valid
	34	0,636	0,300	Valid
	35	0,654	0,300	Valid
	36	0,519	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 Realibilitas

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

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

Berdasarkan definisi tersebut, maka uji realibilitas bertujuan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistenan suatu penelitian. Hal ini diperkuat dengan pendapat **Sugiyono (2010: 132)** yang menyatakan bahwa reliabilitas adalah derajat konsistensi/keajengan data dalam interval waktu tertentu.

Setelah pengujian validitas butir pertanyaan dilakukan, maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperolehnya 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:

1) Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.
2) Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompo 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 :

$$r_1 = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

r_1 = reliabilitas internal seluruh item

r_b = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Tabel 3.5
Penilaian Koefisien Reliabilitas

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

Sumber: Barker et al, 2007:70

Sekumpulan butir pertanyaan dalam kuesioner dapat diterima jika memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,7. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan metode *Split-Half* diperoleh hasil uji reliabilitas kuesioner masing-masing variabel sebagai berikut.

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	*Split Half*	Titik Kritis	Kesimpulan
1	Orientasi Pasar	0,924	0,700	Reliabel
2	Karakteristik Kewirausahaan	0,911		Reliabel
3	Kreativitas	0,739		Reliabel
4	Kinerja Bisnis	0,897		Reliabel

Sumber: Olah data terlampir, 2018

Pada tabel 3.6 terlihat bahwa nilai reliabilitas kuesioner masing-masing variabel memiliki nilai koefisien reliabilitas (*Split Half)* 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 MSI *(Methode of Successive Interval)*

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisa data di perlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Succesive*

Interval Methode" (Hays dalam panduan penulisan skripsi Manajemen Unikom, 2018) dan selanjutnya dianalisis regresi korelasi serta determinasi.

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

1) Ambil data ordinal hasil kuesioner.
2) Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk seetiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
3) Menghitung nilai Z (Tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data n > 30 di anggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
4) Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
5) Menghitung nilai skala dengan rumus *Methode Succesive Interval*.

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

Sumber : Narimawati Umi (2010:47)

Dimana :

Means of Interval : Rata-Rata Interval

Dencity at Lower Limit : Kepadatan bawah atas

Dencity at Upper Limit : Kepadatan atas bawah

Area Bellow Upper Limit : Daerah di bawah batas atas

Area Bellow Lower Limit : Daerah di bawah batas bawah

6) Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus :

$$\text{Nilai Transformasi} = \text{Nilai Skala} + \text{Nilai Skala Minimal} + 1$$

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

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Menurut Umi Narimawati (2010:41), menjelaskan bahwa :

> "Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan berbagai cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain."

Peneliti melakukan analisa terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan metode deskriptif (kualitatif) dan verifikatif (kuantitatif).

3.2.5.1.1 Analisis Deskriftif (Kualitatif)

Sugiyono (2005:143), menjelaskan bahwa 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 signifikannya.

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.

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

Sumber:Umi Narimawati (2007:84)

Keterangan:

a) Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.
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 3.7 sebagai berikut :

Tabel 3.7
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 dalam panduan penulisan skripsi Manajemen Unikom (2018).

Untuk teknik perhitungan data kuesioner yang telah diisi oleh responden digunakan skala likert dengan langkah-langkah : yaitu, memberikan nilai pembobotan 5-4-3-2-1 untuk jenis pertanyaan positif.

Kemudian selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik, analisis jalur, analisis korelasi parsial dan analisis koefisien determinasi.

1) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik atau nalisis 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.

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Orientasi Pasar (X_1), Karakteristik Kewirausahaan (X2) dan Kreativitas (X_3), sedangkan variabel dependen adalah Kinerja Bisnis (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + \varepsilon}$$

Dimana:

Y = Kinerja Bisnis

α = Konstanta dari persamaan regresi

β1 = Koefisien regresi dari variabel X1, Orientasi Pasar

β2 = Koefisien regresi dari variabel X2, Kreativitas

X1 = Orientasi Pasar

X2 = Karakteristik Kewirausahaan

X3 = Kreativitas

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (*multiple linear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistibusi normal, mendekati normal atau tidak.Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal.Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal

dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2011:181).

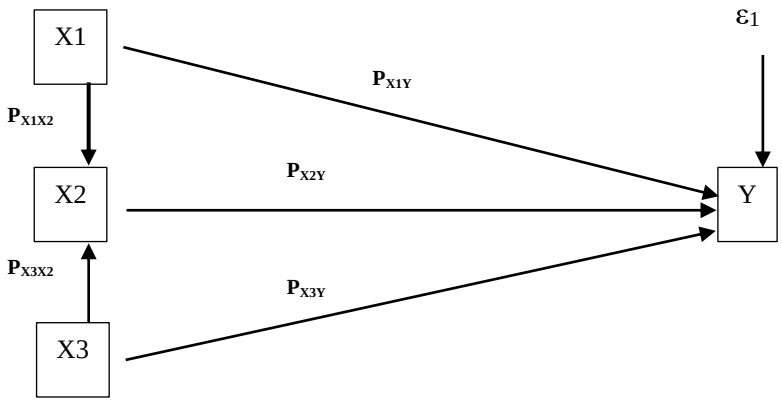
Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significance), yaitu :

(1) Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal.

(2) Jika probabilitas < 0,05 maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

2) Analisis Jalur

Menurut Robert D. Retherford dalam Jonathan Sarwono (2012:17), menyatakan *path analysis* adalah "suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung". Model analisis jalur adalah sebagai berikut:



Gambar 3.2
Model Analisis Jalur

Keterangan:

X1 = Orientasi Pasar

X2 = Karakteristik Kewirausahaan

X3 = Kreativitas

Y = Kinerja Bisnis

P_{X1X2} = Koefisien Orientasi Pasar terhadap Karakteristik Kewirausahaan

P_{X3X2} = Koefisien jalur Kreativitas terhadap Karakteristik Kewirausahaan

P_{X1Y} = Koefisien jalur Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis

P_{X2Y} = Koefisien jalur Karakteristik Usaha terhadap Kinerja Bisnis

P_{X3Y} = Koefisien jalur Kreativitas terhadap Kinerja Bisnis

a) Koefisien Jalur

Menurut Iyan Andriana (2016: V-3) Koefisien Jalur mengindikasikan besarnya pengaruh langsung dari suatu variabel eksogenus terhadap variabel endogenus tertentu, dinyatakan oleh besarnya nilai numerik koefisien jalur *(path coefficient)* dari eksogenus ke endogenus. Untuk lebih memperjelas setiap koefisien jalur dapat dilihat pada sebuah path diagram.

Dalam analisis jalur, untuk mengetahui besarnya koefisien jalur bisa dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

(1) Susun matriks korelasi antar variabel independen, dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Orientasi Pasar (X_1), Karakteristik Kewirausahaan (X_2) dan Kreativitas (X_3).

		X_1	X_2	X_3
R =	X_1	Rx_1x_1	Rx_1x_2	Rx_1x_3
	X_2	Rx_2x_1	Rx_2x_2	Rx_2x_3
	X_3	Rx_3x_1	Rx_3x_2	Rx_3x_3

(2) Hitung invers dari matriks korelasi antara variable independen Orientasi Pasar (X_1), Karakteristik Kewirausahaan (X_2) dan Kreativitas (X_3).

$$R^{-1}\begin{pmatrix} Cx1x1 & Cx1x2 & Cx1x3 \\ Cx2x1 & Cx2x2 & Cx2x3 \\ Cx3x1 & Cx3x2 & Cx3x3 \end{pmatrix}$$

(3) Hitung koefisien korelasi antara variabel bebas (Rentabilitas, Kebijakan Dividen dan Likuiditas) dengan variabel terikat (Nilai Perusahaan).

R =	Rx_1y
	Rx_2y
	Rx_3y

(4) Untuk memperoleh koefisien jalur, kalikan invers dari matriks korelasi variabel independen dengan variabel dependen.

$\rho xy1$	=	$R^{-1}x_1x_1$	$R^{-1}x_1x_2$	$R^{-1}x_1x_3$		x	Rx_1y
$\rho xy2$		$R^{-1}x_2x_1$	$R^{-1}\ x_2x_2$	$R^{-1}x_2x_3$			Rx_2y
$\rho xy3$		$R^{-1}x_3x_1$	$R^{-1}\ x_3x_2$	$R^{-1}x_3x_3$			Rx_3y

- **Besarnya Pengaruh Masing-masing Variabel Dependen Terhadap Variabel Independen**

Pengaruh yang diterima oleh sebuah variabel Independen dari dua atau lebih variabel Dependen, dapat dipengaruhi secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama. Pengaruh secara sendiri (parsial), bisa berupa pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung mempengaruhi independen lain, bisa dilakukan dengan menggunakan rumus :

- Besarnya pengaruh langsung variabel Dependen terhadap variabel Independen = (p x_ux_i) (p x_ux_i)

- Besarnya pengaruh tidak langsung variabel Dependen terhadap variabel Independen = (p $x_u x_i$) (r $x_u x_i$) (p $x_u x_i$)
- Besarnya pengaruh total variabel Dependen terhadap variabel Independen adalah penjumlahan dari pengaruh langsung ditambahakan dengan pengaruh tidak langsung = (p $x_u x_i$) (p $x_u x_i$) + (p $x_u x_i$) (r $x_u x_i$) (p $x_u x_i$)

b) Persamaan Struktural

Selain menggunakan diagram jalur untuk menggambarkan model analisis, dalam penelitian ini juga ditampilkan bentuk persamaan yang disebut persamaan struktural. Persamaan ini menggambarkan hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematis, dimana persamaan matematis ini dirumuskan sebagai berikut

$$\boldsymbol{Y = \text{Pyx1X1} + \text{Pyx2X2} + \text{Pyx3X3} + P_{yx}\varepsilon}$$

Persamaan ini menyatakan hubungan kausal dari X_1, X_2 dan X_3 serta ε terhadap Y.

3) Analisis Korelasi Parsial

Menurut Sujana 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

Xi = Orientasi Pasar, Karakteristik Kewirausahaan, dan Kreativitas

Yi = Kinerja Bisnis

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.8 sebagai berikut:

Tabel 3.8
Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak ada 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

4) Analisis Koefisien Determinasi

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

$$Kd = r^2 \, x100\%$$

Dimana:

d : Koefisien determinasi

r : Koefisien Korelasi

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dinilai dengan menetapkan hipotesis ho dan hipotesis alternative, penelitian uji statistik dan perhitungan nilai uji statistik, perhitungan hipotesis, penetapan tingkat signifikan dan penarikan kesimpulan. Pengujian hipotesis penelitian ini digunakan untuk menguji pencapaian kinerja bisnis dipengaruhi atau tidak dipengaruhi oleh orientasi pasar, karakteristik kewirausahaan dan kreativitas pada usaha kue dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Bandung.

Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut:

1) Pengujian Hipotesis Deskriptif

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

a) Hipotesis Deskriptif

$Ho_{1.}$ $\rho = 0$, Orientasi Pasar, Karakteristik Kewirausahaaan, Kreativitas, dan Kinerja Bisnis pada Usaha Kue dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Bandung tidak baik atau rendah.

$H_{11.}$ $\rho \neq 0$, Orientasi Pasar, Karakteristik Kewirausahaaan, Kreativitas, dan Kinerja Bisnis pada Usaha Kue dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Bandung baik.

b) Kriteria Pengujian

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

(1) Jika presentase skor tanggapan sampel ≥ 68,01% maka Ho_1 ada di daerah penolakan, berarti H_{11} diterima. Orientasi pasar, karakteristik kewirausahaaan, kreativitas, dan kinerja bisnis pada usaha kue dalam industri kecil dan menengah (IKM) di Kota Bandung adalah baik.

(2) Jika presentase skor tanggapan sampel ≤ 68,00% maka Ho_1 ada di daerah penerimaan, berarti H_{11} ditolak. Orientasi pasar, karakteristik kewirausahaaan, kreativitas, dan kinerja bisnis pada usaha kue dalam industri kecil dan menengah (IKM) di Kota Bandung adalah tidak baik atau rendah.

2) 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

- Hipotesis parsial pencapaian Kinerja Bisnis diperngaruhi oleh Orientasi Pasar

  $Ho_{2.}$ ρ = 0, Pencapaian Kinerja Bisnis tidak dipengaruhi oleh Orientasi Pasar pada Usaha Kue dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Bandung

H_{12}. $\rho \neq 0$, Pencapaian Kinerja Bisnis dipengaruhi oleh Orientasi Pasar pada Usaha Kue dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Bandung

- Hipotesis parsial pencapaian Kinerja Bisnis dipengaruhi oleh Karakteristik Kewirausahaan

Ho_3. $\rho = 0$, Pencapaian Kinerja Bisnis tidak dipengaruhi oleh Karakteristik Kewirausahaan pada Usaha Kue dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Bandung

H_{13}. $\rho \neq 0$, Pencapaian Kinerja Bisnis dipengaruhi oleh Karakteristik Kewirausahaan pada Usaha Kue dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Bandung

- Hipotesis parsial pencapaian Kinerja Bisnis dipengaruhi oleh Orientasi Pasar

Ho_4. $\rho = 0$, Pencapaian Kinerja Bisnis tidak dipengaruhi oleh Kreativitas Usaha pada Usaha Kue dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Bandung

H_{14}. $\rho \neq 0$, Pencapaian Kinerja Bisnis dipengaruhi oleh Kreativitas pada Usaha Kue dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Bandung

- Hipotesis parsial antara Karakteristik Kewirausahaan dipengaruhi oleh Orientasi Pasar

Ho_5. $\rho = 0$, Karakteristik Kewirausahaan tidak dipengaruhi oleh Orientasi Pasar pada Usaha Kue dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Bandung

H_{15}. $\rho \neq 0$, Karakteristik Kewirausahaan dipengaruhi oleh Orientasi Pasar pada Usaha Kue dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Bandung

- Hipotesis parsial antara Karakteristik Kewirausahaan dipengaruhi oleh Kreativitas

Ho_6. $\rho = 0$, Karakteristik Kewirausahaan tidak dipengaruhi oleh Kreativitas pada Usaha Kue dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Bandung

H_{16}. $\rho \neq 0$, Karakteristik Kewirausahaan dipengaruhi oleh Kreativitas pada Usaha Kue dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Bandung

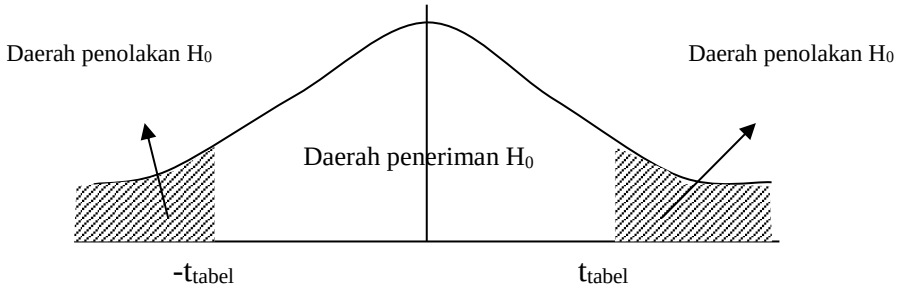
c) Kriteria pengujian

H_o 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_o 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_o ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.



Sumber: Sugiyono (2016:259)

Gambar 3.3
Daerah penerimaan dan penolakan Ho secara parsial