

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan

1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) merupakan tipe penelitian yang menguji kondisi lingkungan penelitian yang natural dan tingkat keterlibatan peneliti yang minimal.¹ Peneliti akan mendeskripsikan data-data yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian.

Menjawab masalah dan mengungkap tujuan penelitian dengan cara mengetahui pengaruh inovasi terhadap perkembangan UMKM di Kota Kota Yogyakarta, dengan menggunakan penelitian yang bersifat verifikatif dengan mempergunakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kausal. kausal merupakan penelitian yang menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, juga mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih.²

¹Indriantoro, Nur, Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Kota Yogyakarta: BPFK Kota Yogyakarta, 2013), hlm. 92.

²Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 15.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang ada di Kota Yogyakarta.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah UMKM yang ada di Kota Yogyakarta.

C. Tempat dan Lokasi Penelitian

Tempat penelitian dilakukan yaitu di Kota Kota Yogyakarta. Sedangkan lokasi penelitiannya dilakukan pada UMKM yang ada di Kota Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta karena perkembangan UMKM di Kota Yogyakarta sangat pesat per tahunnya dan tingginya inovasi UMKM yang ada di Kota Yogyakarta serta masyarakat yang memiliki religiusitas yang tinggi.

D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat nilai dari orang atau kegiatan yang mempunyai varian tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.³ Pada umumnya variabel dibedakan menjadi dua jenis, yaitu: variabel bebas (independen) dan terikat (dependen). Pada penelitian ini selain variabel dependen dan variabel independen, variabel *moderating* juga digunakan.

³Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 38

a) Variabel terikat

Variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh variabel lain.⁴ variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja pemasaran UMKM di Kota Yogyakarta.

b) Variabel Bebas/Independen

Variabel bebas atau independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (dependen).⁵ Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebasnya adalah Inovasi.

c) Variabel Moderator

Variabel moderator adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel ini juga biasanya disebut sebagai variabel independen ke dua.⁶ Dalam penelitian ini yang termasuk variabel moderating adalah Religiusitas.

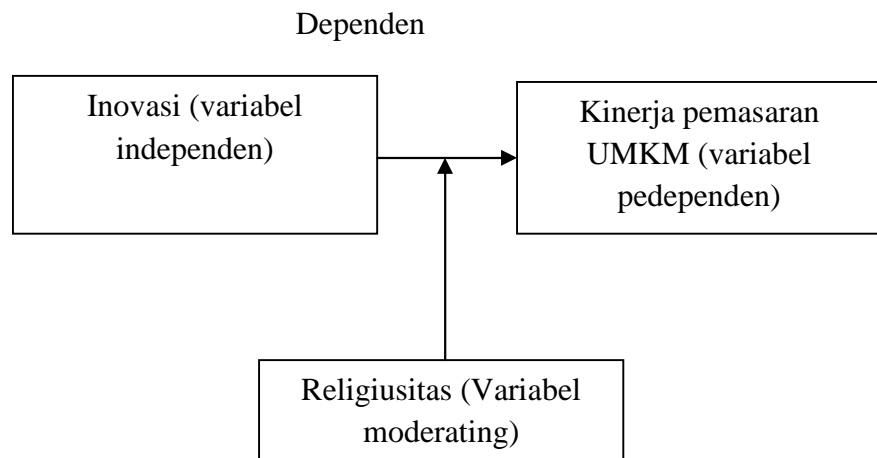
Hubungan variabel inovasi dan Kinerja pemasaran akan semakin kuat atau semakin lemah jika ada religiusitas. Hubungan semakin kuat jika religiusitasnya baik namun jika religiusitasnya kurang baik maka hubungan akan lemah

⁴Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, (Cet;V, Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.64

⁵ *Ibid.*, hlm.64

⁶ *Ibid.*, hlm.65.

Gambar 1 Hubungan Antara Variabel Moerating Dan Variabel Independen Dan



2. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini memiliki dua yaitu variabel independennya adalah Inovasi (X1), Variabel moderating adalah Religiusitas (X2), sedangkan variabel dependen yaitu kinerja pemasaran UMKM di Kota Yogyakarta (Y)

Inovasi, mengukur kemampuan untuk menggunakan solusi kreatif dalam mengisi peluang sehingga membawa manfaat dalam kehidupan masyarakat. Untuk mengukur variabel ini peneliti menggunakan intrumen yang digunakan oleh M. Mhd Rosli dan Syamsuriana Sidek (2013) dalam penelitiannya yaitu inovasi produk, inovasi, inovasi pasar dan inovasi proses.

Religiusitas mengukur seberapa religius seorang muslim. Intrumen yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah doktrin Islam, intrinsik dan ekstrinsik. Intrumen yang digunakan sesuai dengan intrumen oleh Anton Priyo Nugroho (2015).

Kinerja pemasaran konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk, sebagai cerminan dari keberhasilan usahanya di dunia persaingan bisnis. Untuk mengukur variabel ini peneliti menggunakan instrumen peningkatan penjualan, pertumbuhan pelanggan sesuai dengan penelitian yang dilakukan Wahyono (2001).

E. Populasi, Sampel dan Teknik Penentuan Sampling

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁷ maka, populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang ada di Kota Yogyakarta.

2. Sampel dan Teknik penentuan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁸ Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. jika dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali lipat dari jumlah variabel yang diteliti.⁹ Sampel dalam penelitian ini adalah UMKM batik yang ada di Kota Yogyakarta serta melakukan analisis dengan regresi

⁷Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi*, hlm.119.

⁸*Ibid.*, hlm. 120.

⁹Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Al-Fabeta, 2013), hlm. 129-30

berganda. Ada tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini berarti sampel yang dibutuhkan yaitu $3 \times 10 = 30$. Berdasarkan teori tersebut maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 70 sampel. 70 sampel digunakan agar penelitian ini lebih valid.

Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi seluruh unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.¹⁰

Adapun teknik sampel yang dipilih dari *sampling purposive*. *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.¹¹ Adapun pertimbangan sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. pelaku UMKM di Kota Yogyakarta yang beragama Islam
- b. Telah menjalankan UMKM minimal 2 tahun
- c. Pelaku UMKM batik

F. Instrumen Penelitian

1. Angket atau Kuesioner

Angket (kuesioner) adalah usaha mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden.¹²

¹⁰*Ibid.*, hlm. 125.

¹¹*Ibid.*, hlm. 126.

¹²H. Moh. Pabundu Tika. *Metodologi Riset Bisnis*, hlm. 60

Tabel 2 Intrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Rujukan	Item
1	Inovasi	• inovasi produk	M. Mhd Rosli,	
		• inovasi pasar	Syamsuriana	1-3
		• inovasi proses.	Sidek (2013)	4-6 7-9
2	Religiusitas	• doktrin Islam	Anton Priyo	1-6
		• intrinsik	Nugroho	7-15
		• ekstrinsik	(2015)	16-18
3	Kinerja pemasaran	• peningkatan penjualan	Wahyono	
		• pertumbuhan pelanggan	(2001)	1-3 4-6

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Intrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah untuk mengetahui tingkat kesahihan tiap pertanyaan dalam angket (kuesioner). Uji validitas dilakukan terhadap seluruh butir pernyataan dalam instrumen, yaitu dengan cara mengkorelasi skor tiap butir dengan skor totalnya pada masing-masing konstruk.¹³ Teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi *product*

¹³Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian (Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula)*, (Bandung: Alfabeta, 2008, hlm..97.

moment pearson dengan pengujian dua arah (*two tailed test*). Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari pada nilai r_{tabel} dan bernilai positif, maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.¹⁴ Taraf signifikan yang digunakan 5% dengan $N = 30$, $df = N - 2$ atau $df = 30 - 2 = 28$ dan $p = 0,05$. r tabel dari 28 adalah 0,312.¹⁵

Rumus uji validitas

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n \cdot \sum x^2) - (\sum x)^2\} \cdot \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

a. Variabel inovasi

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Inovasi

Item pertanyaan	N	r hitung	r tabel 5%	Keterangan
Inovasi 1	30	0,276	0,312	Valid
Inovasi 2	30	0,464	0,312	Valid
Inovasi 3	30	0,371	0,312	Valid
Inovasi 4	30	0,97	0,312	Valid
Inovasi 5	30	0,257	0,312	Valid
Inovasi 6	30	0,395	0,312	Valid
Inovasi 7	30	0,439	0,312	Valid
Inovasi 8	30	0,192	0,312	Valid
Inovasi 9	30	0,169	0,312	Valid

Sumber data primer 2017

Pada tabel 3 uji validitas variabel inovasi, maka dapat dilihat bahwa ada beberapa butir pertanyaan yang tidak valid yaitu item pertanyaan yaitu 1,4,5,8,9. Maka, untuk melakukan uji validitas

¹⁴Imam Ghozali. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2006), hlm. 23.

¹⁵V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Kota Yogyakarta:Pustaka Baru Press, 2014), hlm.199.

selanjutnya item pertanyaan yang tidak valid akan dihapus kemudian akan dilakukan uji validitas kembali.

Tabel 4 Uji Validitas Variabel Inovasi

Item pertanyaan	N	r hitung	r tabel 5%	Keterangan
inovasi 1	30	0,441	0,312	Valid
inovasi 2	30	0,366	0,312	Valid
inovasi 3	30	0,352	0,312	Valid
inovasi 4	30	0,476	0,312	Valid

Sumber data primer 2017

Tabel 4 adalah hasil dari uji ulang variabel inovasi. Uji validitas yang dilakukan setelah membuang beberapa item pertanyaan yang tidak valid. Oleh karena itu, tabel 4 menunjukkan bahwa semua item pertanyaan telah valid sehingga item pertanyaan diatas telah pantas dijadikan sebagai alat ukur variabel inovasi.

b. Uji validitas variabel religiusitas

Berdasarkan hasil uji validitas variabel religiusitas, diketahui terdapat beberapa item pertanyaan yang tidak signifikan dan item pertanyaan tersebut dihapus pada instrumen pertanyaan yang digunakan. Oleh karena itu, berikut hasil akhir pengujian validitas variabel religiusitas.

Tabel 5 Uji Validitas Variabel Religiusitas

Item pertanyaan	N	r hitung	r tabel 5%	Keterangan
Religiusitas 1	30	0,820	0,312	Valid
Religiusitas 2	30	0,679	0,312	Valid
Religiusitas 3	30	0,474	0,312	Valid
Religiusitas 4	30	0,637	0,312	Valid
Religiusitas 5	30	0,719	0,312	Valid
Religiusitas 6	30	0,667	0,312	Valid
Religiusitas 7	30	0,539	0,312	Valid
Religiusitas 8	30	0,649	0,312	Valid
Religiusitas 9	30	0,640	0,312	Valid
Religiusitas 10	30	0,751	0,312	Valid
Religiusitas 11	30	0,788	0,312	Valid
Religiusitas 12	30	0,746	0,312	Valid
Religiusitas 13	30	0,339	0,312	Valid
Religiusitas 14	30	0,649	0,312	Valid
Religiusitas 15	30	0,493	0,312	Valid
Religiusitas 16	30	0,402	0,312	Valid
Religiusitas 17	30	0,832	0,312	Valid
Religiusitas 18	30	0,755	0,312	Valid

Sumber data primer 2017

Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa semua item pertanyaan pada variabel religiusitas valid. Hal ini menunjukkan bahwa item pertanyaan variabel religiusitas telah layak digunakan dalam penelitian.

c. Uji Validitas variabel Kinerja Pemasaran UMKM

Tabel 6 Uji validitas variabel Kinerja Pemasaran UMKM di Kota Yogyakarta

Item pertanyaan	N	r hitung	r tabel 5%	Keterangan
Kinerja pemasaran 1	30	0,473	0,312	Valid
Kinerja pemasaran 2	30	0,421	0,312	Valid
Kinerja pemasaran 3	30	0,433	0,312	Valid
Kinerja pemasaran 4	30	0,571	0,312	Valid
Kinerja pemasaran 5	30	0,641	0,312	Valid
Kinerja pemasaran 6	30	0,203	0,312	0,312

Sumber data primer 2017

Pada tabel 6 uji validitas variabel kinerja pemasaran UMKM di kota Yogyakarta, maka dapat dilihat bahwa butir pertanyaan 6 tidak valid. Maka, untuk melakukan uji validitas selanjutnya item pertanyaan yang tidak valid akan dihapus kemudian akan dilakukan uji validitas kembali.

Tabel 7
Uji validitas variabel Kinerja Pemasaran UMKM di Kota Yogyakarta

Item pertanyaan	N	r hitung	r tabel 5%	Keterangan
Kinerja pemasaran 1	30	0,509	0,312	Valid
Kinerja pemasaran 2	30	0,519	0,312	Valid
Kinerja pemasaran 3	30	0,453	0,312	Valid
Kinerja pemasaran 4	30	0,454	0,312	Valid
Kinerja pemasaran 5	30	0,650	0,312	Valid

Sumber data primer 2017

Tabel 7 adalah hasil dari uji ulang variabel inovasi. Uji validitas yang dilakukan setelah membuang beberapa item pertanyaan yang tidak valid. Oleh karena itu, tabel 7 menunjukkan bahwa semua item pertanyaan telah valid sehingga item pertanyaan diatas telah pantas dijadikan sebagai alat ukur variabel kinerja pemasaran UMKM di kota Yogyakarta.

2. Reliabilitas Intrumen

Uji Reabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan dan tetap konsisten jika dilakukan dua kali pengukuran atau lebih pada kelompok yang sama dengan alat ukur yang sama. Pengujian *Cronbach Alpha* digunakan untuk menguji tingkat kehandalan (reliability) dari masing-masing

angket variabel. Apabila nilai *Cronbach Alpha* semakin mendekati angka 1 mengidentifikasi bahwa semakin tinggi pula konsistensi internal reliabilitasnya. Instrumen dikatakan realibel apabila koefisien realibilitas (r_{11}) $\leq 0,60$.¹⁶ Rumus menentukan realibilitas instrumen.¹⁷

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Berikut hasil pengujian realibilitas dari variabel inovasi, religiusitas dan kinerja pemasaran UMKM di kota Yogyakarta.

Tabel 8 Uji Validitas Realibilitas Inovasi, Religiusitas Dan Kinerja Pemasaran UMKM di kota Yogyakarta

Variabel	N	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ketentuan nilai <i>Alpa</i>	status
Inovasi	30	0,604	0,06	Realibel
Religiusitas	30	0,920	0,06	Realibel
Kinerja pemasaran UMKM	30	0,745	0,06	Realibel

Sumber data primer 2017

Berdasarkan data diatas maka dapat dikatakan bahwa semua variabel diatas reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* memiliki nilai lebih besar dari 0,06. Berdasarkan hal tersebut maka variabel tersebut bisa digunakan untuk mengukur sesuatu.

¹⁶ Imam Ghozali, "Aplikasi...", hlm. 175.

¹⁷ Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm.176

H. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah sumber primer. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.¹⁸

Untuk memperoleh data sebagai bahan penelitian, digunakan beberapa metode sebagai berikut :

1. Angket atau koesioner

Angket adalah usaha mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden.¹⁹

Data diolah dengan menginterpretasikan data dalam bentuk angka-angka dilakukan dengan bantuan SPSS 21.0 sehingga memudahkan peneliti dalam menafsirkan data mentah yang diperoleh. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.²⁰ Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *continuous Rating scale*.

Continuous rating scale merupakan skala kuantitatif dan termasuk skala rasio, karna termasuk skala rasio maka operasi arimatika

¹⁸Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, (Cet;V, Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.187.

¹⁹*Ibid.*, hlm. 60.

²⁰Sugiono, *Metode...*, hlm. 131.

dapat dilakukan tanpa kendala termasuk ketika menggunakan analisis SPSS.21.0 Skala *continuous rating* merupakan skala dengan dua alternatif jawaban yang saling bertolak belakang misalnya tidak setuju dengan sangat setuju, yakin dan tidak yakin dsb.²¹

continuous Rating scale merupakan skala dengan nilai angka 1 sampai 10, sebagaimana peneliti menggunakan skala 10-100. Responden diminta mencoret atau memberi tanda pada angka yang dianggap mewakili jawaban.²²

Contoh :

Tabel 9 Contoh Kuesioner

No	Item	Jawaban
1	Pertumbuhan penjualan batik yang tinggi berdampak pada kenaikan biaya	 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju sangat setuju

2. Wawancara

Wawancara (*Interview*) merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab dalam bentuk komunikasi verbal (secara lisan) yang bertujuan memperoleh informasi yang dikerjakan dengan

²¹Anton Priyo Nugroho, "Pengaruh...", hlm. 152.

²²*Ibid.*, hlm. 153.

sistematik dan berlandaskan pada masalah, tujuan, dan hipotesis penelitian.²³

Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.²⁴ Wawancara dalam penelitian ini digunakan sebagai pelengkap yang akan mendukung hasil dari penelitian ini.

I. Uji Asumsi Linear

Uji asumsi merupakan persyaratan yang harus dipenuhi sebelum melakukan analisis regresi untuk menjawab pertanyaan penelitian. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, heteroskedastitas dan uji multikolinearitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji normal kolmogorov-smirnov.²⁵ Dengan menggunakan nilai signifikan 5%, Sig

²³H. Moh. Pabundu Tika. *Metodologi...*, hlm. 62

²⁴ Sugiono, *Metode...*, hlm. 140.

²⁵V. Wiratna Sujarweni, *SPSS...*, hlm.52.

(2-tailed) di atas nilai signifikan 5% artinya variabel residual berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji ini untuk melihat spesifikasi model yang digunakan benar atau tidak. Dengan uji ini akan diperoleh informasi model empiris sebaiknya linier, kuadrat, atau kubik.²⁶

3. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ad tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel dependen. Jika *Variance Inflation* Faktor (VIF) yang dihasilkan diantara 1-10 maka terjadi multikolinieritas.²⁷

Tolerance value $< 0,1$ atau VIF > 10 = terjadi multikolinieritas

Tolerance value $> 0,1$ atau VIF < 10 = tidak terjadi multikolinieritas.

²⁶ *Ibid.*, hlm. 181

²⁷ *Ibid.*, hlm. 185

4. Uji Autokorelasi

Tujuan pengujian autokorelasi untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya.²⁸

Medeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dibandingkan dengan tabel Watson (d_l dan d_u). Kriteria jika $d_u < d$ hitung $< 4 - d_u$ maka terjadi autokorelasi.²⁹

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dalam suatu pengamatan ke pengamatan yang lain, jika varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedostisitas. Jika varian berbeda disebut heteroskedostisitas. Model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas.

Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi tidak terjadi heteroskedastisitas jika :³⁰

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0

²⁸*Ibid.*, hlm. 186

²⁹ *Ibid.*, hlm. 186

³⁰ *Ibid.*, hlm. 187

- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian data titik tidak berpola
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

J. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Analisis data dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis dalam rangka penarikan kesimpulan.³¹ Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah :

1. Analisis Deskriptif

Analisa deskriptif adalah analisa yang berupa uraian yang bersifat keterangan untuk membantu menguraikan hasil analisa karakteristik dengan menggunakan teknik persentase.³² Karakteristik responden pelaku UMKM di kota Yogyakarta. Di dalam analisis deskriptif responden dan analisis analisis variabel. Analisis deskriptif responden menjelaskan tentang karakteristik responden seperti usia, jenis kelamin, dan lain sebagainya. Analisis deskriptif variabel menjelaskan tentang tanggapan responden terhadap variabel penelitian. Cara pengujian dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

Tinggi : $x \geq \text{mean} + (\text{standar deviasi})$

³¹Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, hlm. 206.

³²Nasution, *Metode Research*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2000), hlm. 65.

Sedang : $\text{Mean}-1(\text{standar deviasi}) \leq x < \text{mean} + 1 (\text{standar devasi})$

Rendah : $x \leq \text{Mean}- 1 (\text{standar devasi})$

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (Inovasi) terhadap variabel terikat (kinerja UMKM di Kota Yogyakarta) dan religiusitas sebagai variabel moderator. Persamaan regresi berganda dengan variabel bebas dan variabel moderating:

Regresi berganda pengaruh langsung

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Regresi berganda pengaruh tidak langsung

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1.X_2+e$$

Dimana:

a =Konstanta

b1, b2, =Koefisien regresi

Y = variabel kinerja pemasaran UMKM di Kota Kota Yogyakarta

X1 = variabel Inovasi

X2 = variabel Religiusitas

e = Standar Error

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Pembuktian hipotesis tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik Parsial (Uji t) untuk pengujian hipotesis. Uji ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} masing-masing variabel bebas dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat.

b. Uji Simultan (F)

Uji simultan digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen yang dimaksudkan dalam model secara bersama dalam menrangkan variasi variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

- 1) H_0 diterima, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
- 2) H_0 ditolak, jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

4. Koefisien Korelasi

Uji korelasi person bertujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel yang berdata rasio ataupun data kuantitatif yaitu data yang

berisi angka sesungguhnya.³³ Koefisien korelasi person digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya pengaruh antara inovasi (X1), Religiusitas (X2), dengan kinerja pemasaran UMKM di Kota Yogyakarta (Y). Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan sebagai berikut.

Tabel 10 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat pengaruh
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber Sugiyono, Metode Penelitian Administrasi, 2008

Untuk menguji signifikansi pengaruh, yaitu apakah pengaruh yang ditemukan itu berlaku untuk seluruh populasi, maka perlu diuji signifikansinya. Rumus uji signifikansi korelasi *product moment* di tunjukkan pada rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n \cdot \sum x^2) - (\sum x)^2\} \cdot \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

- R = koefisien korelasi
- X = skor tiap butir pertanyaan
- Y = skor total
- N = jumlah sampel

³³*Ibid.*, hlm. 139.

5. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variable terikat dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variable bebas. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi, peneliti dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variable terikat. Semakin besar nilai R^2 , maka semakin baik model tersebut.