

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini tergolong dalam penelitian survey. Penelitian survey menurut Sugiyono (2014) adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Tipe penelitian ini umumnya mengambil generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam.

#### **3.2 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner. Dalam penelitian ini sumber data diperoleh langsung dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan kepada karyawan/pimpinan perusahaan. Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan kuesioner yang diberikan kepada pimpinan perusahaan.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2010). Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh UKM Gerabah Kasongan Bantul yang berjumlah 537 usaha. Sedangkan sampel adalah sebagian atau representasi dari populasi yang diteliti (Arikunto,2010). Mengingat populasinya besar dan keterbatasan

waktu dan biaya penelitian, maka sampel perlu dibatasi yang dalam pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Alasan menggunakan teknik ini yaitu karena populasi dan sampel yang akan diambil memiliki karakteristik yang berbeda, sampel yang akan diambil untuk penelitian ini harus sesuai (mempunyai karakteristik tertentu). Karakteristik tersebut antara lain meliputi:

1. UKM kerajinan seni Kasongan yang kurang lebih sudah ber usia 5 tahun.
2. Mempunyai pegawai kurang lebih 5-99 orang, jadi sampel yang diambil hanya UKM (usaha kecil dan menengah).
3. UKM yg memproduksi produk kerajinan seni gerabah Kasongan dengan menggunakan bahan baku utama tanah ataupun batu-batu silikat dan bukan hanya sebagai penjual.

Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan Rumus Slovin. Rumus tersebut digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya. Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

$n$  : Jumlah sampel/Jumlah responden

$N$  : Jumlah populasi

$e^2$  : error level (tingkat kesalahan) 5%.

Diketahui jumlah populasi sebesar  $N = 537$  industri UKM Gerabah Kasongan dan tingkat kesalahan yang ditetapkan adalah 10%, berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel ( $n$ ) sebagai berikut:

$$n = \frac{537}{1 + 537 \times 0,1^2}$$

= 84,30 dibulatkan menjadi 84

Dari perhitungan di atas maka diperoleh besaran sampel sebesar 84 UKM Gerabah Kasongan agar data penelitian ini bermakna secara statistik.

### 3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah obyek penelitian, atau apa yang menjadi titik dalam suatu penelitian (Arikunto, 2010). Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel independen yang terdiri dari orientasi pasar dan inovasi
- b. Variabel antara/*mediating* dalam penelitian ini adalah keunggulan kompetitif.
- c. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja bisnis.

#### 3.4.1 Definisi Operasional Variabel

##### 1. Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis merupakan tingkat pencapaian perusahaan dalam melaksanakan kegiatan atau aktivitas yang menjadi tanggung jawabnya dalam mengoptimalkan pencapaian visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan yang dapat dinilai

dengan cara membandingkan pencapaian dengan target atau dengan kinerja beberapa perusahaan di industri yang sama. Kinerja perusahaan diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut (Talaja, 2017).

- a. Pendapatan penjualan.
  - b. Pertumbuhan penjualan.
  - c. Profitabilitas.
  - d. Pangsa pasar.
  - e. Pertumbuhan pangsa pasar.
  - f. Keberlanjutan kinerja.
2. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai yang tidak dimiliki dan tidak dapat ditiru oleh pesaing. Indikator keunggulan kompetitif terdiri dari (Talaja, 2017):

- a. Keuntungan umum dibandingkan pesaing.
  - b. Keberlanjutan keunggulan kompetitif yang diperoleh.
  - c. Kualitas dan citra produk / layanan.
  - d. Harga produk / layanan.
  - e. Biaya produksi produk / biaya pengiriman layanan.
  - f. Kepuasan pelanggan dengan produk / layanan.
3. Orientasi Pasar

Orientasi pasar adalah suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan

keinginan pelanggan (Uncles, 2000). Indikator orientasi pasar terdiri dari Narver & Slater (1995) dan (Manek, 2013a):

- a. Orientasi pelanggan adalah kemauan perusahaan untuk memahami para pelangganya.
  - b. Orientasi pesaing adalah kemauan perusahaan untuk memonitor parapesaingnya.
  - c. Informasi pasar adalah upaya perusahaan untuk mencari informasi tentang kondisi pasar.
  - d. Mempelajari perkembangan pasar.
  - e. Berbagi informasi dengan seluruh anggota perusahaan.
  - f. Mengadaptasi perubahan pasar yang terjadi.
4. Inovasi

Inovasi diartikan sebagai suatu terobosan yang berkaitan dengan penciptaan produk-produk baru. Indikator inovasi produk terdiri dari Han, Kim & Srivastava (1998) dan (Rajapathirana & Hui, 2017):

- a. Kultur inovasi produk adalah budaya inovasi yang ada di perusahaan untuk selalu menciptakan produk-produk baru.
- b. Inovasi teknis adalah inovasi pada proses perusahaan dalam menghasilkan produk baru.
- c. Inovasi produk adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk baru yang sesuai keinginan pelanggan.

- d. Perusahaan teknologi yang kompetitif untuk mengembangkan produk dan layanan yang baru.
- e. Perusahaan mampu menghasilkan produk dan layanan baru yang berkualitas.
- f. Perusahaan mampu mempercepat pengembangan produk dan layanan baru.

### 3.5 Jenis Data Penelitian

Data penelitian ini terdiri dari Data primer. Data yang dipergunakan berupa data primer yang diperoleh secara langsung dari responden dengan cara riset atau penelitian lapangan. Untuk memperoleh data ini digunakan metode kuisisioner. Dalam rangka untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan penelitian, data diperoleh dari penyebaran angket kepada responden dimana pertanyaan terlebih dahulu disediakan oleh peneliti untuk mendukung data-data informasi melalui angket.

Kuisisioner yang akan digunakan dan disajikan kepada responden terdiri dari dua bagian, yaitu:

- a. Bagian yang mengungkapkan karakteristik responden. Berisi mengenai data karakteristik responden meliputi nama, usia perusahaan, modal kerja, dan jumlah pegawai.
- b. Bagian yang mengungkapkan pertanyaan kinerja bisnis, keunggulan kompetitif, orientasi pasar dan inovasi.

Instrumen pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur variabel adalah menggunakan kuisisioner. Kuisisioner ini berisi item-item pertanyaan sebagai penjabaran dari indikator-indikator variabel. Untuk mengubah data dari variabel-variabel yang

ada kedalam perhitungan data, maka penulis menggunakan skala likert. Pada skala Likert ini responden menjawab pertanyaan dengan memberikan tanda silang (X) pada alternatif jawaban dengan 5 kemungkinan yang tersedia.

Dalam hal ini penulis akan memberikan pertanyaan dengan 5 alternatif jawaban yang harus dipilih salah satu jawaban saja. Untuk mempermudah penilaian jawaban, penulis akan memberikan nilai dari setiap pilihan jawaban pertanyaan yaitu nilai 5 untuk jawaban yang positif dan nilai 1 untuk jawaban yang sangat negatif. Maka bentuk penilaiannya sebagai berikut.

1. Jawaban SS (sangat setuju) diberi nilai 5
2. Jawaban S (setuju) diberi nilai 5
3. Jawaban N (netral) diberi nilai 3
4. Jawaban TS (tidak setuju) diberi nilai 2
5. Jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi nilai 1

### **3.6 Pengujian Instrumen**

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antar data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti, sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang valid. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data(mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2014).

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk. Validitas konstruk menentukan validitas alat ukur dengan mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dan masing-masing item yang berupa pertanyaan atau pernyataan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor item. Korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu. Bila ternyata semua skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat disimpulkan bahwa alat pengukur tersebut mempunyai validitas konstruk dengan teknik *product moment*. Suatu Item dikatakan valid jika memiliki koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ ) lebih besar dari korelasi tabel ( $r_{tabel}$ ) dengan tingkat signifikansi 5%.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2014). Koefisien reliabilitas dihitung dengan menggunakan koefisien alpha yang dapat diterima adalah 0,6 maka dapat dikatakan reliabel. Semakin tinggi koefisien reliabilitasnya berarti semakin baik hasil ukurnya maka dikatakan semakin reliabel. Pengujian tingkat reliabilitas ini menggunakan alat bantu komputer program SPSS 21 yang memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Cronbach alpha ( $\alpha$ ). Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika memiliki koefisien Cronbach's Alpha  $>0,6$  (Sekaran, 2006).



## **3.7 Metode Analisis Data**

### **3.7.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lainnya (Sugiyono, 2010). Data yang menggunakan skema-skema dan gambaran analisis deskriptif yang digunakan untuk mengetahui karakteristik responden. Deskriptif tersebut terhadap subyek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dan subyek yang diteliti dan dimaksudkan untuk pengujian hipotesis.

### **3.7.2 Analisis Inferensial**

Merupakan analisis data yang mempelajari tata cara penarikan kesimpulan mengenai keseluruhan populasi berdasarkan data yang ada dalam suatu sampel. Alat statistik yang digunakan dalam analisis ini adalah:

#### **1. Analisis Jalur (Path Analysis)**

Analisis jalur 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 (Retherford dalam Sunyoto, 2012). Dalam penelitian ini menggunakan model analisis dua jalur. Menurut Sunyoto (2012) model analisis dua jalur melibatkan dua variabel terikat yaitu Z (keunggulan kompetitif) dan Y (Kinerja bisnis). Model dalam analisis dua jalur ini adalah (Sunyoto 2012):

$$Z = b_1X_1 + b_2X_2 + e_1$$

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3Z_3 + e_2$$

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + e_3$$

Dimana :

$b$  = koefisien regresi dari variabel X dan Y

$X_1$  = orientasi pasar

$X_2$  = inovasi

$Z$  = Keunggulan Kompetitif

$Y$  = Kinerja Bisnis

$e$  = error

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Model analisis regresi penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi:

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013). Untuk menguji apakah data-data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak, dapat dilakukan dengan metode Statistik. Uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari *Kolmogorov Smirnov*. Metode pengujian normal tidaknya

distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variable, jika signifikan lebih besar dari alpha 5% maka menunjukkan distribusi data normal.

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan satu ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013). Jika varian dari residu atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varian berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dan nilai residualnya SRESID.

## 3) Uji Multikolonieritas

Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent (Ghozali, 2013). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Uji multikolinearitas pada penelitian dilakukan dengan matriks korelasi. Pengujian ada tidaknya gejala multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance* -nya. Apabila

nilai matriks korelasi tidak ada yang lebih besar dari 0,5 maka dapat dikatakan data yang akan dianalisis terlepas dari gejala multikolinearitas. Kemudian apabila nilai VIF berada dibawah 10 dan nilai Tolerance mendekati 1, maka diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinearitas.

### 3. Uji F

F – test untuk menguji pengaruh bersama-sama (simultan) hipotesis statistik. Pengambilan keputusan uji F adalah sebagai berikut :

Ho :  $b_1, b_2 = 0$  ; Tidak ada pengaruh yang signifikan antara masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha :  $b_1, b_2 \neq 0$ ; Ada pengaruh yang signifikan antara masing–masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian :

- 1) sig.  $F > 0,05$  , maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (Ho), artinya secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen X1 dan X2 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai variabel dependen (Y) dan (Z).
- 2) sig.  $F < 0,05$ , maka keputusannya adalah menerima hipotesis alternatif Ha artinya koefisien regresi variabel independen tersebut berbeda dengan nol, atau dengan kata lain variabel independen berpengaruh signifikan terhadap X1 dan X2 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dan (Z).

#### 4. Uji t

Dalam analisis jalur, pengujian hipotesis menggunakan pengujian koefisien analisis jalur dengan menggunakan uji t (Widarjono, 2010). Pengujian uji t untuk menguji koefisien variabel dalam analisis jalur adalah (Sunnyoto, 2012)

##### a. Menentukan $H_0$ dan $H_a$

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$  : nilai signifikansi koefisien variabel independen tidak signifikan atau tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$  : nilai signifikansi koefisien variabel independen signifikan atau terdapat pengaruh yang signifikan variabel independen terhadap variabel dependen

##### b. Menentukan *Level of signifikan* ( $\alpha$ )

*Level of signifikan* ( $\alpha$ ) ditentukan sendiri oleh peneliti berdasarkan tingkat kesulitan pengumpulan data. Taraf nyata yang digunakan biasanya 5% (0,05).

##### c. Menentukan kriteria pengujian

$H_0$  diterima ( $H_1$  ditolak) apabila signifikansi  $> 0,05$

$H_0$  ditolak ( $H_1$  diterima) apabila signifikansi  $< 0,05$

##### d. Pengujian nilai uji statistic

##### e. Membuat kesimpulan