

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini tergolong dalam penelitian survey. Penelitian survey menurut Sugiyono, (2004) 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. Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Sumber 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 (Umar, 2002). Dalam penelitian ini sumber data diperoleh langsung dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan kepada pimpinan atau manajer UKM Bakpia di Pathok Yogyakarta dan tidak menutup kemungkinan pemilik yang sekaligus jadi pimpinan.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan kuesioner yang diberikan kepada para pemilik/pimpinan dan atau manajer.

### **3.3. Metode Penarikan Sampel**

Populasi dari penelitian ini adalah semua manajer yang bekerja pada UKM Bakpia di Pathok Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria sampel adalah manajer yang bekerja pada UKM Bakpia di Pathok Yogyakarta yang memiliki pengalaman sebagai manajer minimal 1 tahun. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 UKM. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2012), bahwa sampel penelitian minimal 30 orang.

### **3.4. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel penelitian adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel. Dengan kata lain, definisi operasional semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel. Definisi operasional adalah suatu informasi ilmiah yang amat membantu penelitian lain yang ingin mengukur suatu variabel yang sama (Singarimbun dan Effendi, 1989). Dalam penelitian segmen keseragaman pengertian tentang suatu variabel sangat dibutuhkan dalam suatu penelitian, untuk mencegah terjadinya perbedaan pandangan atau persepsi, untuk memberikan pengertian yang jelas dan memudahkan pelaksanaan penelitian.

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel yaitu variabel dependen (kinerja keuangan perusahaan), dan variabel independen terdiri dari inovasi pelanggan (*customers innovation*), inovasi pesaing (*competitors innovation*), inovasi teknologi (*technology innovation*)

### **1. Kinerja Keuangan Perusahaan**

Kinerja keuangan perusahaan 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 keuangan perusahaan, itemnya terdiri dari : (Bigliardi, 2011)

Perf1 = Laba atas investasi (ROI) relatif lebih tinggi dibanding pesaing

Perf2 = pertumbuhan penjualan relatif lebih tinggi daripada pesaing

perf3 = total biaya operasional organisasi relatif lebih efisien daripada perusahaan pesaing

Perf4 = pangsa pasar relatif lebih tumbuh daripada perusahaan pesaing

Perf5 = produktivitas relatif lebih tinggi daripada perusahaan pesaing

Perf6 = Laba atas aset (ROA) relatif lebih tinggi daripada perusahaan pesaing

## 2. Inovasi

Inovasi adalah salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Hal ini mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mengadopsi ide-ide baru, produk dan proses berhasil. Indikator inovasi mengacu pada penelitian Bigliardi, (2011) yaitu :

### a. Inovasi Pelanggan

Inovasi pelanggan merupakan inovasi yang dilakukan perusahaan terhadap produk dan jasanya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Indikatornya adalah :

Inn1 = mayoritas inovasi bermanfaat bagi pelanggan

Inn2 = mayoritas inovasi membutuhkan perubahan dalam sikap pelanggan

Inn3 = mayoritas inovasi melibatkan biaya *switching* yang tinggi untuk pelanggan utama

### b. Inovasi Pesaing

Inovasi pesaing adalah inovasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan produk dan jasanya dengan tujuan untuk

memenangkan persaingan di pasar. Indikator inovasi pesaing adalah sebagai berikut:

Inn1 = mayoritas inovasi menawarkan keuntungan yang unik daripada produk pesaing

Inn2 = mayoritas inovasi berbeda dengan produk pesaing

### c. Inovasi Teknologi

Inovasi teknologi adalah inovasi yang dilakukan perusahaan terhadap produk dan jasanya dengan menambahkan atau mengganti teknologi terbaru dalam proses produksi dan pemasarannya, sehingga proses produksi menjadi lebih efisien. Indikator inovasi teknologi adalah sebagai berikut:

Inn1 = mayoritas inovasi didasarkan pada teknologi inti yang secara substansial berbeda

Inn2 = mayoritas inovasi melibatkan teknologi yang membuat teknologi lama usang

Inn3 = mayoritas inovasi menggunakan teknologi baru yang memungkinkan lompatan kuantum dalam prestasi

Inn4 = mayoritas inovasi menggunakan teknologi yang berdampak pada atau penyebab perubahan signifikan dalam seluruh industry

### 3.5. Pengujian Instrumen

#### 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 instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Soegiyono, 2004:109).

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* (Soehardi Sigit, 2003 : 120). Suatu Item dikatakan valid jika memiliki koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ ) lebih besar dari korelasi tabel ( $r_{tabel}$ ) (Ghozali, 2005 : 45).

## 2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Soegiyono, 2004). 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 17 yang memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Cronbach alpha ( $\alpha$ ). Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika memiliki koefisien Cronbach's Alpha  $>0,6$  (Ghozali, 2005).

### 3.6. Metode Analisis Data

#### 3.6.1. 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, 2004). 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.

### 3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis Regresi Linier Berganda. Model tersebut dapat juga dinyatakan dalam bentuk persamaan, sehingga membentuk sistem persamaan :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_1$$

dimana:

a : adalah nilai konstanta dalam regresi

$\beta$  : merupakan koefisien pada jalur antara dua variabel

X1 : Inovasi Pelanggan

X2 : Inovasi Untuk Pesaing

X3 : Inovasi Teknologi

Y : Kinerja keuangan perusahaan

Sebelum dilakukan analisis Regresi Linier Berganda terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik.

### 3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah pengamatan model regresi linier dalam menganalisis telah memenuhi asumsi klasik. Model linier akan lebih tepat digunakan apabila memenuhi asumsi berikut :

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi dengan membagi model regresi, variabel pengganggu atau residual



memiliki distribusi normal (Ghozali, 2005). Untuk menguji normalitas, peneliti akan menggunakan *uji Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai  $p\text{ value} > 0.05$  maka data tersebut berdistribusi normal, jika  $p\text{ value} < 0.05$  maka data tidak berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya hubungan antar variabel independen pada model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas digunakan analisis matrik korelasi antara variabel bebas dan perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila korelasi di atas 90% dan nilai VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya apabila korelasi di bawah 90% dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Dalam perhitungan nilai VIF, multikolinearitas dapat dilihat pada batas *tolerance value* 0,01 dan batas VIF adalah 10. Jika *tolerance value* di bawah 0,01 dan nilai VIF di atas 10 maka terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2005).

## 3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari kesalahan atau residual melalui suatu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara mengujinya adalah dengan metode grafik yaitu dengan scatterplot dan dasar pengambilan keputusan adalah :

- Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang akan membentuk suatu pola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas.
- Jika tidak ada pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar ke atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.



#### 3.6.4. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel inovasi terhadap kinerja keuangan perusahaan menggunakan uji t. untuk mengetahui pengaruh inovasi pelanggan, inovasi pesaing, inovasi teknologi menggunakan uji f.

a. Pengaruh Inovasi Pelanggan terhadap Kinerja keuangan perusahaan

Untuk menguji hipotesis pertama langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1) Menentukan formulasi hipotesis

- a)  $H_0: b_1 \leq 0$ , artinya inovasi pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan
- b)  $H_a: b_1 < 0$  artinya inovasi pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2) Keputusan :

- a) Jika tingkat signifikansi (p-value)  $\leq 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  dapat diterima yang artinya inovasi pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.
- b) Jika tingkat signifikansi (p-value)  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  dapat diterima yang artinya inovasi pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan

b. Pengaruh Inovasi Pesaing terhadap Kinerja keuangan perusahaan

Untuk menguji hipotesis pertama langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1) Menentukan formulasi hipotesis

- a)  $H_0: \beta_2 \leq 0$ , artinya inovasi pesaing tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan
- b)  $H_a: \beta_2 < 0$  artinya inovasi pesaing berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2) Keputusan :

- a) Jika tingkat signifikansi (p-value)  $\leq 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  dapat diterima yang artinya inovasi pesaing berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.
- b) Jika tingkat signifikansi (p-value)  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  dapat diterima yang artinya inovasi pesaing tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan

c. Pengaruh Inovasi Teknologi terhadap Kinerja keuangan perusahaan

Untuk menguji hipotesis pertama langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1) Menentukan formulasi hipotesis

- a)  $H_0: \beta_3 \leq 0$ , artinya inovasi teknologi tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan
- b)  $H_a: \beta_3 < 0$  artinya inovasi teknologi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2) Keputusan :

- a) Jika tingkat signifikansi (p-value)  $\leq 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  dapat diterima yang artinya inovasi teknologi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.
- b) Jika tingkat signifikansi (p-value)  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  dapat diterima yang artinya inovasi teknologi tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan

2) Keputusan :

- a) Jika tingkat signifikansi (p-value)  $\leq 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  dapat diterima yang artinya ukuran perusahaan memoderasi hubungan inovasi dengan kinerja keuangan perusahaan
- b) Jika tingkat signifikansi (p-value)  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  dapat diterima yang artinya ukuran perusahaan tidak memoderasi hubungan inovasi dengan kinerja keuangan perusahaan