

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya masyarakat, baik masyarakat secara umum, seperti pegawai negeri sipil, siswa atau mahasiswa, petani, pedagang, dan sebagainya maupun masyarakat secara khusus, yaitu hanya salah satu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran penelitiannya.<sup>1</sup> Tujuan penelitian studi kasus atau lapangan adalah mempelajari secara intensif latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial seperti individu, kelompok, lembaga, atau komunitas.<sup>2</sup> Lokasi penelitian ini di Dawe Kudus.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>3</sup> Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini berdasarkan jenis data yang dikumpulkan yaitu merupakan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka-angka. Pada data jenis ini, sifat informasi yang dikandung oleh data berupa informasi angka-angka.<sup>4</sup>

### B. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas, suatu obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>5</sup> Populasi (*universe*) merupakan totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu yang diteliti sebagai bahan penelitian. Populasi dalam

---

<sup>1</sup> Toto Syatori dan Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 55.

<sup>2</sup> Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 8.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2016), 13.

<sup>4</sup> Purbayu dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2015), 2.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), 55.

penelitian ini yaitu pemilik UMKM Kopi Muria di Dawe Kudus. Adapun populasi penelitian ini adalah pemilik UMKM Kopi Muria di Dawe Kudus yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

## 2. Sampel

Sedangkan sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.<sup>6</sup> Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu.<sup>7</sup> Kriteria yang digunakan yaitu:

- a. UMKM sudah berjalan lebih dari 1 tahun.
- b. UMKM memiliki penghasilan > Rp. 2.000.000.

Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh UMKM Kopi Muria di Dawe Kudus yang berjumlah 92 UMKM.

## C. Desain dan Definisi Operasional

Definisi operasional digunakan untuk menguji hipotesis dan mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini serta untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman atau perbedaan pandangan dalam mendefinisikan perbedaan variabel yang dianalisis, maka perlu adanya.<sup>8</sup> Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah inovasi produk, differensiasi produk dan orientasi pasar serta 1 (satu) variabel terikat yaitu keunggulan bersaing (Y).

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Inovasi Produk (X1)	Inovasi produk merupakan pengenalan dan pengembangan jenis barang atau jasa baru yang berbeda dari sebelumnya dan melengkapi kekurangan-kekurangan dari penemuan sebelumnya dengan lebih	a. Perubahan desain. b. Inovasi teknis c. Pengembangan produk <sup>10</sup>	<i>Likert</i>

<sup>6</sup> Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2012), 223.

<sup>7</sup> Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), 68.

<sup>8</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 161.

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	menekankan pada segi kualitas. <sup>9</sup>		
Differensiasi Produk (X2)	Diferensiasi produk adalah penciptaan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk-produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik konsumen. <sup>11</sup>	a. Bentuk b. Keistimewaan ( <i>Feature</i> ) c. Mutu Kinerja d. Mutu Kesesuaian e. Daya Tahan ( <i>Durability</i> ) f. Rancangan ( <i>Design</i> ) <sup>12</sup>	<i>Likert</i>
Orientasi Pasar (X3)	Orientasi pasar adalah kondisi dimana sebuah perusahaan dalam melakukan suatu keputusan berdasarkan kondisi nyata di pasar dan melakukan pendekatan-pendekatan pada pasar dengan cara meneliti dan memahami nilai-nilai yang berlaku. <sup>13</sup>	a. Orientasi Pelanggan b. Orientasi Pesaing c. Koordinasi Antar Fungsi <sup>14</sup>	<i>Likert</i>

<sup>10</sup> Abdul Wahid dan Teguh Iman Santoso, “Pengaruh Harga dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Indaco Warna Dunia di Kota Batam”, *Scientia Journal* 1, no. 2 (2019): 4.

<sup>9</sup> A.A Rai Narastika dan Ni Nyoman Kerti Yasa, “Peran Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran”, *Jurnal Udayana*, Vol. 1 No. 2 (2018): 3.

<sup>11</sup> Dejawata, dkk, “Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan “Cake in Jar” Cafe Bunchbead Kota Malang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 17 No. 2 (2017): 2.

<sup>12</sup> Tania Hanyani dan Adil Fadillah, “Pengaruh Kualitas dan Differensiasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan”, *Jurna; Ilmiah Manajemen Kesatuan* 1, no. 3 (2017): 239.

<sup>13</sup> Narastika dan Yasa, “Peran Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran”, 3.

<sup>14</sup> Fipit Alam Pratama Widian Sari dan Naili Farida, “Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Keunggulan Bersaing (Y)	Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai-nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pelanggan. Pelanggan umumnya lebih memilih membeli produk yang memiliki nilai lebih dari yang diinginkan atau diharapkannya. <sup>15</sup>	a. Keunikan Produk b. Harga Bersaing c. Tidak Mudah Ditiru d. Tidak Mudah Digantikan <sup>16</sup>	Likert

#### D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

##### 1. Uji Validitas Instrumen

Sugiyono dan Wibowo dalam Agus menjelaskan, instrumen yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Dalam pemahaman ini, sebuah kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan untuk mengukur suatu hal, dikatakan valid jika setiap butir pertanyaan yang menyusun kuesioner tersebut memiliki keterkaitan yang tinggi.<sup>17</sup>

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrument pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Validitas kuesioner adalah sejauh mana kuesioner ini mampu mengukur kepuasan pelanggan. Untuk melakukan uji validitas, metode yang kita lakukan adalah dengan mengukur korelasi antara butir-butir pertanyaan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan. Tahap-tahap yang harus dilakukan untuk melakukan pengujian validitas adalah :

- a. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur. Jadi untuk menguji validitas suatu konsep, tahap awal

---

Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi pada UMKM Kuningan Juwana Kabupaten Pati)”, *Jurnal Administrasi Bisnis* 10, no. 10 (2019): 346.

<sup>15</sup>Nugraha dan Sukaatmadja, “Orientasi Pasar, Strategi Diferensiasi, Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Berpengaruh Pada Industri Endek”, 3240.

<sup>16</sup> Gilang Prasyda Jati dan Sugiarto, “Pengaruh Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Bisnis (Studi Kasus Warung Makan Di Wilayah Tlogosari Semarang)”, *Diponegoro Journal of Management* 4, no. 1 (2017): 5

<sup>17</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS untuk Pemula* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2014), 88.

yang harus dilakukan adalah menjabarkan konsep dalam suatu definisi operasional.

- b. Melakukan uji coba pada beberapa responden. Uji coba minimal dilakukan terhadap 30 orang.
- c. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
- d. Menghitung nilai korelasi antara masing-masing skor butir jawaban dengan skor total dari butir jawaban.

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.<sup>18</sup> Pengukuran reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*, bila koefisien  $\alpha > 0,60$  maka instrumen dikatakan handal. Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama di lain kesempatan. Setelah kita melakukan pengujian validitas kuesioner, maka kuesioner tersebut kita uji reliabilitasnya. *One shot*. Pada teknik ini pengukuran dilakukan hanya pada satu waktu, kemudian dilakukan perbandingan dengan pertanyaan yang lain atau dengan pengukuran korelasi antar jawaban. Pada SPSS, metode ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, di mana suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah:

### 1. Metode Angket

Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner didesain dengan pertanyaan terbuka yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan responden. Dalam metode angket didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), di mana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar

---

<sup>18</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2015), 41.

mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1).

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Deskriptif Statistik

Dalam statistik deskriptif ini, akan dikemukakan cara-cara penyajian data, dengan tabel biasa maupun distribusi frekuensi, grafik garis maupun batang, diagram lingkaran, piktogram, penjelasan kelompok melalui modus, median, mean dan variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku.<sup>19</sup>

### 2. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data 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. Berdasarkan *normal probability plot* jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *Cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.<sup>20</sup>

#### c. Uji Heterokedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan

---

<sup>19</sup> Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), 21.

<sup>20</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2015), 91.

dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).<sup>21</sup>

Jika grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi berganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan regresi ganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

$y$	= keunggulan bersaing
$a$	= konstanta
$b$	= koefisien regresi variabel independen
$x_1$	= inovasi produk
$x_2$	= differensiasi produk
$x_3$	= orientasi pasar
$e$	= standar error

#### b. Uji t Parsial

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.<sup>22</sup> Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% kemudian dibandingkan dengan t hitung :

- 1) Apabila nilai t hitung < t tabel maka  $H_0$  ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila t hitung > t tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

---

<sup>21</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2015), 105.

<sup>22</sup> Imam Ghozali, 74.

Kondisi ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara parsial mampu memberikan penjelasan terhadap variasi pada variabel tergangungnya, atau dengan kata lain bahwa model analisis yang digunakan adalah sesuai dengan hipotesis.

c. Uji F

Uji signifikan parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikan dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F. Adapun langkah pengujian uji F adalah:

1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$H_0; b_1 = b_2 = 0$  (proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas tidak signifikan).

$H_1; \text{minimal satu koefisien dari } b_1 \neq 0$  (proporsi variasi dalam terikat (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas signifikan).

2) Membandingkan nilai  $F_{\text{hitung}}$  dengan nilai  $F_{\text{tabel}}$  yang tersedia pada  $\alpha$  tertentu, misalnya 1%;  $df = k; n - (k+1)$

3) Mengambil keputusan apakah model regresi linear berganda dapat digunakan atau tidak sebagai model analisis. Dengan menggunakan kriteria berikut ini, jika  $H_0$  ditolak maka model dapat digunakan karena, baik besaran maupun tanda (+/-) koefisien regresi dapat digunakan untuk memprediksi perubahan variabel terikat akibat perubahan variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan mengikuti aturan berikut:

$F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ ; maka  $H_0$  diterima

$F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ; maka  $H_0$  ditolak

4) kesimpulan juga diambil dengan melihat signifikansi ( $\alpha$ ) dengan ketentuan:

$\alpha > 5$  persen : tidak mampu menolak  $H_0$

$\alpha < 5$  persen : menolak  $H_0$

d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel tergangung. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati

satu berarti variabel-variabel independen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.<sup>23</sup>



---

<sup>23</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2015), 83.