

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Menurut Sugiyono “metode penelitian pada dasarnya ialah cara ilmiah agar mendapatkan data dengan tujuan dan ketentuan tertentu.” Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis.¹

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data kuesioner. Kuesioner adalah satu set pertanyaan yang tersusun secara sistematis dan standar sehingga pertanyaan yang sama dapat diajukan terhadap setiap responden.² Jadi dalam penelitian ini, konsumen diberikan kuesioner oleh peneliti roti gembong gedhe di Kalinyamata Jepara yang berisi beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian. Konsumen yang diberikan kuesioner diperkenankan untuk menjawab beberapa pertanyaan yang ada di kuesioner dari peneliti.

B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Roti Gembong Cabang Kalinyamatan Jepara. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2022 - Maret 2023.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Keseluruhan pengamatan yang menjadi perhatian peneliti, baik terhitung maupun tak terhitung disebut populasi. Dengan mengacu hal tersebut dapat didefinisikan bahwa populasi adalah keseluruhan pengamatan yang diperoleh dari percobaan atau penelitian. Banyaknya pengamatan atau anggota suatu populasi disebut ukuran populasi.³

Pendapat lain mengatakan bahwa Populasi ialah objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit dalam ruang lingkup yang akan diteliti.⁴

¹ Sugiyono “Metode Penelitian Bisnis” (Bandung: Alfabet, 2010), 2

² Sugiyono “Metode Penelitian Bisnis” (Bandung: Alfabet, 2010), 12

³ Cristianus S, Seri Belajar Kilat SPSS 17, (Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET, 2010), 45.

⁴ Sugiyono “Metode Penelitian Bisnis” (Bandung: Alfabet, 2010), 115

Populasi yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah konsumen dari toko roti gembong gedhe di Kalinyamata Jepara. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan roti gembong gedhe.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang memiliki sifat dan karakter yang sama serta memenuhi populasi yang diselidiki.⁵ Sampel dalam penelitian ini ialah sebagian pengunjung yang membeli produk di Toko Roti Gembong Gedhe.

Teknik pengambilan sampel atau teknik *sampling* adalah suatu cara mengambil sampel yang representative dari populasi. Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar mewakili dan dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. menurut Sugiyono *sample random sampling* ialah suatu teknik *sampling* melalui pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Dengan menggunakan tehnik sampel random sampling.⁶ Sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung yang membeli produk di Toko Roti Gembong Gedhe.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan ukuran sampel yang ideal dan representative tergantung pada jumlah item pertanyaan pada indikator penelitian dikalikan 1-5. Jumlah pertanyaan yang digunakan sebanyak 16 item sehingga jumlah responden untuk penelitian ini dapat diketahui sejumlah $16 \times 5 = 80$, jadi jumlah sampel yang digunakan ialah 80 responden.⁷

D. Desain dan Definisi Oprasional Variabel

Bagian penelitian yang menjelaskan bagaimana mengukur suatu variabel disebut definisi oprasional. Variabel independen dan dependen digunakan dalam penelitian ini. Variabel yang mempengaruhi variabel lain dikenal dengan variabel bebas atau independen.⁸ Dalam penelitian ini inovasi produk (X1), dan kreativitas produk (X2), merupakan variabel independen.

⁵ Sugiyono "Metode Penelitian Bisnis" (Bandung: Alfabet, 2010), 116

⁶ Sugiyono "Metode Penelitian Bisnis" (Bandung: Alfabet, 2010), 117

⁷ Sugiyono "Metode Penelitian Bisnis" (Bandung: Alfabet, 2010), 124

⁸ Sugiyono "Metode Penelitian Bisnis" (Bandung: Alfabet, 2010), 58

Variable dependen adalah terkena dampak atau akibat dari variabel independen. keunggulan bersaing (Y) konsumen merupakan variabel dependen penelitian.

Variabel-variabel yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Variabel Dependen (Y)

Keunggulan bersaing ialah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis diatas keuntungan yang dapat diraih oleh pesaing dipasar dalam industry yang sama. Di antara hal lain, ada banyak cara untuk mendapatkan keunggulan bersaing yaitu dengan menawarkan produk atau jasa dengan harga minimum (*cost leadership*), menawarkan produk atau jasa dengan yang memiliki keunikan dibanding pesaingnya (*differentiation*), atau memfokuskan diri pada segmen tertentu.⁹

Keunggulan bersaing dalam penelitian ini diukur menggunakan 3 indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur keunggulan bersaing: yakni keunikan produk, harga bersaing dan kualitas produk. Dengan jumlah item pertanyaan sebanyak 6 item. Skala pengukuran yang digunakan ialah skala *likert*, dengan lima alternatif jawaban yaitu:

“Sangat Setuju(S), setuju (S), kurang setuju (KS), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS)”

2. Variabel Independen (X)

a. Inovasi Produk (X1)

Inovasi produk ialah gabungan dari antara beberapa macam proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lainnya, dimana inovasi bukanlah konsep antara suatu ide baru, penemuan baru dan juga bukan merupakan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja, tetapi gambaran dari sebuah proses dapat disebut inovasi.¹⁰

Inovasi dalam penelitian ini diukur menggunakan 3 Indicator dari Yeni Restiyani Widjaja yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: produk baru, perluasan lini, produk bena-benar baru.¹¹ Pengukuran inovasi produk menggunakan 5 item pertanyaan. Skala pengukuran ini

⁹ Philip Kotler “Manajemen Pemasaran,” (Jakarta: Erlangga, 2008), 56

¹⁰ Philip Kotler “Manajemen Pemasaran” (Jakarta: Erlangga, 2008), 261

¹¹ Yani Restiyani Widjaja dan widi winarso “Bisnis Kreatif Dan Inovasi” (Jakarta: Yayasan Barcode, 2019), 35

menggunakan Skala *Likert*, dengan lima alternatif jawaban yaitu: “Sangat Setuju(S), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS)”.

b. Kreativitas Produk (X2)

Menurut Enni K. Khoiruddin, mengatakan bahwa Kreativitas ialah berpikir suatu yang baru. Artinya kreativitas sebagai bentuk kemampuan dan pengembangna ide-ide baru untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang.¹²

Kreativitas dalam penelitian ini diukur menggunakan 3 indicator dari Suryana yaitu : keaslian pada tingkat kebaruan produk, tingkat transformasi suatu produk, kelayakan produk yang menyangkut aspek kualitas dan ide produk.¹³ Dengan jumlah item pertanyaan sebanyak 5 item. Skala pengukuran yang digunakan ialah skala *likert*, dengan lima alternatif jawaban yaitu “Sangat Setuju(S), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS)”.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang terdapat kesamaan antara data yang berkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Kalao data obyek berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul memberikan data berwarna putih maka hasil penelitian tidak valid. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.¹⁴

Nilai koefisien korelasi r-hitung dibandingkan dengna r-tabel korelasi product moment pada taraf signifikan alpha α .

¹² Enni K. Khoiruddin “Kreativ Mencipta Produk” (Jakarta: Pondok Bambu, 2016), 3

¹³ Suryana, “Kewirausahaan: Pendekatan karakteristik wirausaha Sukses” (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2011), 23

¹⁴ Sugiyono “Metode Penelitian Bisnis” (Bandung: Alfabet, 2010), 172

- a. jika $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$ atau nilai koefisien korelasi $> 0,5$ maka butir soal dinyatakan valid
 - b. jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ atau nilai koefisien korelasi $< 0,5$ maka butir soal dinyatakan tidak valid
2. Uji Reliabilitas

Hasil penelitian yang reliabilitas, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Kalau dalam obyek kemaren berwarna merah, maka sekarang dan besok tetap berwarna merah. Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan metode Cronbach Alpha untuk menentukan apakah setiap instrumen reliabel atau tidak. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach alpha $> 0,70$ meskipun nilai 0,60 masih dapat diterima.¹⁵

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode teknik pengumpulan data kuesioner (angket). Responden diberikan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan berdasarkan masalah yang sedang diselidiki untuk memperoleh data yang berupa pernyataan responden.¹⁶

Adapun kisi-kisi kuesioner dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Table 3.1 Kisi-kisi Kuesioner Pertanyaan

No	Variabel	Indikator	No. Item
1.	Inovasi Produk (X1) (Variabel Independen)	Produk baru	1,2,3
		Perluasan lini	4
		Produk benar-benar baru	5
2.	Kreativitas Produk (X2) (Variabel Independen)	Keaslian pada tingkat kebaruan produk	6,7
		Tingkat transformasi suatu produk	8
		kelayakan produk yang menyangkut aspek kualitas dan ide produk	9,10
3.	Keunggulan Bersaing (Y) (variabel Dependen)	Keunikan produk	11
		Harga bersaing	12,13
		Kualitas produk	14,15,16

¹⁵ Sugiyono “Metode Penelitian Bisnis” (Bandung: Alfabet, 2010), 172

¹⁶ Sugiyono “Metode Penelitian Bisnis” (Bandung: Alfabet, 2010), 199

Setiap orang yang menjawab pertanyaan menerima skor tertentu. Skor tersebut yaitu antara 1 sampai 5, dengan ketentuan sebagai berikut:¹⁷

Sangat Setuju (SS)	diberi skor 5
Setuju (S)	diberi skor 4
Kurang Setuju (KS)	diberi skor 3
Tidak Setuju (TS)	diberi skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	diberi skor 1

G. Teknik Analisis Data

Analisis kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel dalam penelitian dengan angka dan melakukan analisis data.¹⁸

Data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan bahan lainnya sehingga dapat dipahami dengan mudah dan temuannya dapat diinformasikan kepada yang lain. Karena dalam penelitian ini yang sedang diteliti adalah pengaruh inovasi produk dan kreativitas produk terhadap keunggulan bersaing toko roti gembong pada toko roti gembong gedhe. Metode pengolahan dan analisis data digunakan sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

Dilakukan untuk memenuhi asumsi regresi linera berganda yang digunakan untuk menjawab hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

a. Uji Normalitas Data

Tes normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan juga variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan grafik nirmal probability, grafik normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya.¹⁹

b. Uji Linearitas

Uji linearitas berguna untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dalam penelitian empiris, fungsi apa yang digunakan apakah linear, kuadrat, atau kubik. Perhitungan uji linearitas dilakukan

¹⁷ Sugiyono “Metode Penelitian Bisnis” (Bandung: Alfabet, 2010), 124

¹⁸ Sugiyono “Metode Penelitian Bisnis” (Bandung: Alfabet, 2010), 233

¹⁹ Duwi Priyatno “Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS” (Yogyakarta: Mediakom, 2010),104-106

dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25. Dengan menggunakan SPSS versi 25 untuk melihat apakah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat tersebut bersifat linier atau tidak, dapat dilihat pada harga signifikan.²⁰

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinear bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antar variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dengan Variance Inflation (VIF), apabila nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas dan nilai tolerance > 0,10 maka terjadi gejala multikolinearitas.²¹

d. Uji Heteroskedastisitas

Tes heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji bagaimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dan untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser, dengan mengambil keputusan sebagai berikut:²²

- 1) Jika nilai korelasi > 0,80 Maka H_0 ditolak, sehingga ada masalah multikolinearitas.
- 2) Jika nilai korelasi < 0,80 maka H_0 diterima, sehingga tidak ada masalah multikolinearitas.

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai factor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.²³

Hasil analisis regresi ialah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Analisis regresi berganda dalam penelitian

²⁰ Yuhelmi Yuhelmi dkk “ Uji Linearitas Menggunakan Statistik Product And Service Solutions (SPSS) Untuk Mahasiswa Semester VII (Tujuh) Fakultas Ilmu Budaya Universitas Lancang Kuning” Jurnal akraab Juara 3 No. 3 (2018)

²¹ Masrukin “Metodologi Penelitian Kuantitatif” (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 102

²² Duwi Priyatno “Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS” (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 3-84

²³ Sugiyono “Metode Penelitian Bisnis” (Bandung: Alfabet, 2010), 277

ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (inovasi produk dan kreatifitas produk) terhadap variabel dependen (keunggulan bersaing). Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keunggulan Bersaing

X₁ = Inovasi Produk

X₂ = Kreativitas Produk

b₁ = Koefisien regresi variabel inovasi produk

b₂ = Koefisien regresi variabel kreativitas produk

e = Standar Error

α = Konstanta.²⁴

3. Uji Hipotesis

Tujuan dari tes hipotesis adalah untuk memastikan apakah variabel independen tidak mempengaruhi satu sama lain secara signifikan (inovasi produk, kreativitas produk) terhadap variabel dependen (keunggulan bersaing) baik secara persial maupun simultan.

a. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikan yang telah ditetapkan, yaitu:

- 1) Apabila $T_{hitung} > T_{table}$ dan taraf signifikansi $< 0,05$ (5%) maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $T_{hitung} > T_{table}$ dan taraf signifikansi $> 0,05$ (5%) maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.²⁵

b. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan ini berdasarkan perbandingan nilai

²⁴ Duwi Priyatno "Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS" (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 66

²⁵ Priyatno Duwi "Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS" (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 68

F_{hitung} dengan melihat tingkat signifikannya, kemudian membandingkan dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan.

- 1) Apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ dan apabila tingkat signifikansi $\leq \alpha$ (0,05). Maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ dan apabila tingkat signifikansi $\leq \alpha$ (0,05). Maka variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.²⁶

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam uji ini, dapat mengetahui bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Jika $R^2 = 100\%$ berarti variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen, demikian sebaliknya jika $R^2 = 0$ berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hal-hal yang perlu dioerhatikan mengenai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. Nilai R^2 harus berkisar 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$)
2. Bila $R^2 = 1$ berarti terjadi kecocokan sempurna dari variabel independen menjelaskan variabel dependen.
3. Bila $R^2 = 0$ berarti tidak ada hubungannya sama sekali antara variable independen terhadap variabel dependen.

Oleh sebab itu dalam analisis regresi berganda memakai lebih dari satu variabel independen, maka nilai yang diambil ialah nilai adjusted R-Square.²⁷

²⁶ Priyatno Duwi “Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS” (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 67

²⁷ Mudrajat Kuncoro “Metode Kuantitatif” (Yogyakarta: AMP YKPN, 2001), 100