

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Adapun jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yang dilakukan didalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realitas apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu.¹ Penelitian kuantitatif pada hakekatnya adalah menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik.² Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, 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/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³

Dalam penelitian kuantitatif atau positivistik, yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa sesuatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungkan gejala bersifat kasual (sebab akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja.⁴ Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan. Penelitian ini terdiri atas tiga variabel yaitu, orientasi pasar, kualitas produk dan harga dan keunggulan bersaing sebagai variabel terikat (*dependent*).

¹ Marzuki, *Metodologi Riset*, Ekonosia, Yogyakarta, 2005, hlm. 14.

² Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Belajar, Yogyakarta, 1997, hlm. 5.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Alfabeta, Bandung, 2008, hlm. 14.

⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2010, hlm. 63.

B. Sumber Data Penelitian

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.⁵ Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Sumber data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh langsung dari wawancara dan hasil-hasil yang diperoleh dari pengisian kuesioner oleh pemilik usaha pengrajin aksesoris monel di Kalinyamatan Jepara . Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, media internet, dan media-media lain.⁶

C. Populasi dan Sampel

1. populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷ Mengingat jumlah usaha pengrajin aksesoris monel di Kecamatan Kalinyamatan Jepara adalah sekitar 184 unit usaha kerajinan monel yang ditekuni oleh 711 pekerja dengan nilai produksi mencapai Rp. 389 juta. Jumlah populasi cukup banyak, maka dalam rangka efisiensi dan keefektifan penelitian, dilakukan *sampling* (pengambilan sampel) sebagai representasi populasi.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi. Maka sampel memiliki ciri-ciri populasi tersebut.⁸ Pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* (pengambilan sampel secara acak). *Simple random sampling* adalah proses memilih satuan sampling sedemikian rupa

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 2010, hlm. 172.

⁶ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta, Cet. II, 2002, hlm. 146-147.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2015, Cet. 19, hlm. 80.

⁸ Saifudin Azwar, *Op. Cit.*, hlm. 77.

sehingga setiap satu sampling dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk terpilih ke dalam sampel. Pengambilan sampel dengan cara ini dapat dilakukan dengan cara undian atau menggunakan tabel bilangan *random*.⁹ Cara undian relatif lebih mudah dan sederhana, tetapi penggunaannya menjadi terbatas ketika populasinya besar. Mengingat jumlah populasi yang begitu besar, yaitu 184 maka menarik dari pendapat Suharsimi Arikunto yaitu jika jumlah populasi atau subyek penelitian lebih dari 100, maka sampel dapat diambil sekitar 10%-15% atau 20%-25%.¹⁰ Dalam penelitian ini, diambil sampel sebesar 15% dari populasi. Penentuan sampel yang dianalisa pada penelitian ini berdasarkan rumusan slovin.¹¹

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

e = presentasi ketidakteelitian

Dengan menggunakan tingkat error (e) sebesar 15 % maka memperoleh jumlah sampel sebanyak :

$$\begin{aligned} n &= \frac{184}{1 + 184(0,15)^2} \\ &= \frac{184}{185(0,0225)} \\ &= \frac{184}{4,1625} \\ &= 44,204 \end{aligned}$$

⁹ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta, 2011, hlm. 89.

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 1996, hlm. 120.

¹¹ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, Juli 2002, Cet.1, hlm. 142.

Jadi dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 44,204 dari hasil perhitungan yang dibulatkan menjadi 44 responden.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Macam-macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel Independen : Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut Sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah orientasi pasar (X-1), kualitas produk (X-2) dan harga (X-3).
2. Variabel Dependen : Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹² Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keunggulan bersaing (Y).

¹² Sugiyono, *Op.Cit*, hlm. 39.

E. Definisi Operasional

Variabel dan definisi operasional akan dijelaskan sebagaimana tabel berikut:

Tabel: 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Oprasional	Dimensi	Indicators	Skala
1. Orientasi pasar (x ₁)	Orientasi pasar merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran. ¹³	a. Orientasi pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan dan melayani produk monel yang dibutuhkan pelanggan 2. Memberikan nilai yang superior bagi pelanggan 3. Menghasilkan kepuasan bagi pelanggan 	Likert
		b. Orientasi pesaing ¹⁴	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami kekuatan jangka pendek, kelemahan kapabilitas dan strategi untuk jangka panjang 2. Dapat mengumpulkan informasi kapabilitas teknologi pesaing 3. Dapat reaktif pada permasalahan bisnis yang muncul tentang strategi yang dikembangkan oleh pesaing 	Likert

¹³ Fndy Tjiptono dkk, *Pemasaran Strategik*, ANDI, Yogyakarta, 2008, hlm. 85.

¹⁴ *Ibid*, hlm. 97.

Variabel	Definisi Oprasional	Dimensi	Indikator	Skala
2. Kualitas produk (x_2)	Kualitas produk adalah keseluruhan kelengkapan dan karakteristik dari produk atau layanan yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan baik yang dinyatakan maupun tersirat. ¹⁵	a. Kinerja (<i>Performance</i>) b. Fitur (<i>features</i>) c. Reliabilitas (<i>reliability</i>) d. Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Spesifications</i>) e. Daya Tahan (<i>durability</i>) f. Serviceability g. Estetika h. Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>) ¹⁶	1. Kemudahan dalam menggunakan produk monel 2. Produk monel yang ditawarkan menarik 3. Produk monel dapat digunakan dalam jangka panjang waktu lama 4. Produk monel yang ditawarkan sesuai 5. Produk monel mampu bersaing 6. Produk monel mudah digunakan 7. Produk monel yang ditawarkan menarik 8. Produk monel cukup dikenal	Likert
3. Harga (X_3)	Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin)	a. Keadaan perekonomian	1. Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat	Likert

¹⁵ Philip Kotler dkk, *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*, Gramedia, 2004, hlm. 94.

¹⁶ *Ibid*, hlm. 93-94.

Variabel	Definisi Oprasional	Dimensi	Indikator	Skala
	yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. ¹⁷	b. Penawaran dan permintaan c. Persaingan d. Biaya ¹⁸	1. harga monel yang berlaku 2. Harga monel yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar 3. Harga produk monel mampu bersaing dengan produk lain.	Likert
4. Keunggulan bersaing (Y)	Keunggulan kompetitif merupakan konsep kunci manajemen strategik. ¹⁹	a. Unggul dalam harga b. Unggul dalam produk ²⁰	1. Harga monel bersaing 1. Keunikan produk monel 2. Kualitas produk monel	Likert

F. Teknik Pengumpulan Data

Sehubungan dalam masalah penelitian, maka karakter populasi dan sampel penelitian ini menggunakan beberapa metode, diantaranya:

1. Angket (*kuesioner*)

adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.²¹ Metode angket merupakan serangkaian atau daftar

¹⁷ Basu Swasta dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Edisi Ketiga*, Liberty, Yogyakarta, 2001, hlm. 211.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 213-215.

¹⁹ Mudrajad Kuncoro, *strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Erlangga, Jakarta, 2005, hlm. 14.

²⁰ *Ibid*, hlm. 14.

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 199.

pernyataan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim kembali untuk diisi oleh responden.²²

Metode ini digunakan untuk memperoleh data respon pengusaha mengenai orientasi pasar, kualitas produk dan harga terhadap keunggulan bersaing pada usaha pengrjin aksesoris monel Kalinyamatan Jepara.

Dalam metode angket/kuesioner di susun dengan skala likert (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	: Skor 5
Setuju (S)	: Skor 4
Netral (N)	: Skor 3
Tidak Setuju (TS)	: Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: Skor 1

2. Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.²³

Observasi meliputi segala hal yang menyangkut pengamatan aktivitas atau kondisi perilaku nonperilaku. Penelitian melakukan observasi langsung pada pelaku usaha aksesoris monel Kalinyamatan Jepara.

3. Dokumentasi

Cara dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Data seperti ini: laporan keuangan, rekapitulasi personalia, struktur

²² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana Prenadamedia Group, Jakarta, 2005, Edisi Kedua, Hal. 133.

²³ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta, 2011, hlm. 111.

organisasi, peraturan-peraturan, data produksi dan sebagainya, biasanya telah tersedia di lokasi penelitian.²⁴

G. Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner *valid* dan *reliabel*. Maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-k-1$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item item pada kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur.²⁵

2. Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal instrumen pengukuran dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0.6.

Jika alat ukur telah dinyatakan *valid*, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur harusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten.²⁶

Di dalam penelitian ini digunakan skala *likert* untuk memberi arti bagi jawaban responden yang dinyatakan dengan nilai 1-5. Agar data yang

²⁴ *Ibid*, hlm. 114.

²⁵ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Media Kom, Yogyakarta, 2010, hlm. 90.

²⁶ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002, hlm.113.

diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner tersebut *valid* dan *reliabel*, maka dilakukan uji validitas membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* lebih besar 0,6.

H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan atau penyakit. Berikut ini macam-macam uji asumsi klasik:

1. Uji Data Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *Tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) > 10 .²⁷

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain.²⁸

²⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009, hlm. 95.

²⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang, Badan Penerbit Undip, 2001, hlm. 110.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal apabila distribusi data tersebut berbentuk lonceng (*bell shaped*). Dan distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan.

Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara:

- a. Melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.
- b. Dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.²⁹

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah:

²⁹ Imam Ghazali, *Op.Cit*, hlm. 147.

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.³⁰

I. Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel orientasi pasar, kualitas produk dan harga terhadap keunggulan bersaing.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan garis regresi ganda adalah sebagai berikut:³¹

$$\text{Rumus: } Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + e$$

Dimana:

Y : Keunggulan bersaing

a : Konstanta

bX_{1-3} : Koefisien regresi

X_1 : Orientasi pasar

X_2 : Kualitas produk

X_3 : Harga

e : Standar eror

2. Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan

³⁰ *Ibid*, hlm. 125.

³¹ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistika 1(Statistik Deskriptif)*, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hlm. 269.

variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variasi variabel dependen.³²

3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji Statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.³³

Untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara T_{hitung} dan T_{tabel} dengan ketentuan:

- a. $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- b. $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima

4. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikansi parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen.³⁴ Uji F digunakan untuk menentukan apakah masing-masing variabel bebas sebagai *predictor* mempunyai hubungan linieritas atau tidak dengan variabel terikat.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima.

³² *Ibid*, hlm. 87.

³³ Imam Ghazali, *Op.Cit*, hlm. 88.

³⁴ *Ibid*, hlm. 88.