

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan, yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di lapangan kerja penelitian.¹

Sedangkan pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang adatnya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang bersifat spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain (Creswel) dengan syarat utamanya adalah sampel yang diambil harus representatif (dapat mewakili).²

B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UD. Tiga Lombok, Desa Prambatan Kidul Rt VI/Rw IV Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus, dengan pertimbangan bahwa persaingan dan mencari peluang untuk menang dalam persaingan mendapatkan pasar dan memenangkan pasar. Ruang lingkup penelitian ini inovasi dan kreativitas produk. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan mulai April 2019.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik

¹ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 34.

² Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 7.

dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.³

Adapun populasi penelitian ini adalah konsumen sebanyak 600 orang perbulan yang menjadi pelanggan UD. Tiga Lombok.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* berupa *random sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dan populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.⁴

Untuk menentukan ukuran sampel dapat menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Di mana:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Prosentase kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel. Persen kesalahan yang diinginkan (sebesar 10%).

Berdasarkan pada jumlah populasi maka dapat dihitung sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{600}{1 + (600 \times (0.1^2))} = 85.714 = 86 \text{ responden}$$

D. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Di dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat:

³ Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Ekonomi* (Yogyakarta: PustakaBaruPress, 2015), 80.

⁴ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 85.

1. Variabel bebas (Variabel Independen)
 Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbul variabel dependen.⁵ Dalam penelitian ini variabel bebas terdapat dua jenis yaitu:
 - a. Inovasi produk (X1)
 - b. Kreativitas produk (X2)
2. Variabel terikat (Variabel Dependen)
 Variabel terikat adalah penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain.⁶ Dalam penelitian ini terdapat satu jenis yaitu:
 - a. Keunggulan bersaing (Y)

E. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Desain penelitian adalah pedoman atau prosedur serta teknik dalam perencanaan penelitian yang berguna sebagai panduan untuk membangun strategi yang menghasilkan model atau blue print penelitian.

Dalam desain penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian asosiatif, merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.⁷

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.⁸

Penentuan variabel pada dasarnya merupakan operasionalisasi terhadap *construct*, yaitu upaya mengurangi abstraksi *construct* sehingga dapat diukur.

⁵ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: ALFABETA, 2005), 31.

⁶ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Media Ilmu Press, 2015), 76.

⁷ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 71-74.

⁸ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 78.

Definisi operasional adalah penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan *construct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.⁹

Gambar 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Inovasi produk (X1)	Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum. ¹⁰	1. Pembaruan produk 2. Keunggulan 3. Perubahan 4. Pengenalan 5. Persaingan	<i>Likert</i>
Kreativitas produk (X2)	Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide baru dan menemukan cara baru dalam melihat peluang	1. Aktivitas berpikir 2. Produk yang berguna atau bernilai 3. Menemukan atau menciptakan sesuatu yang	<i>Likert</i>

⁹ Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta:BPFE, 2011), 69.

¹⁰Wawan Dewanto, *Manajemen Inovasi: Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014), 67.

	ataupun problem yang dihadapi. ¹¹	baru. 4.Sifat orisinal	
Keunggulan bersaing (Y)	Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis diatas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. ¹²	1. Keunikan produk 2. Jarang dijumpai 3. Tidak mudah ditiru 4. Harga bersaing 5. Tidak mudah digantikan	<i>Likert</i>

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel di mana $df = n - 2$ dengan sig 5%. Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka valid.¹³ Uji validitas menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2)(\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

¹¹ Buchari Alma, *Kewirausahaan Edisi Revisi* (Bandung: ALFABETA, 2016), 71.

¹² Rika Devi Kurniasari dan Agung Utama, "Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Enceng Gondok "AKAR")," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, (2018): 471.

¹³ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 108.

Keterangan:

R = Koefisien korelasi

N = Jumlah subyek atau responden

X = Skor butir

Y = Skor total

2. Uji Reliabilitas

Uji 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.¹⁴

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

K = Banyak butiran pertanyaan

σ_t^2 = Varians total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha* > 0,60. Dan sebaliknya jika *Cronbach Alpha* diketemukan angka koefisien lebih kecil (< 0,60), maka dikatakan tidak reliabel.¹⁵

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui

¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: UNDIP, 2006), 45.

¹⁵ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 97.

bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu sebagai berikut:

- a. Dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi normal.
- b. Dengan cara melihat *normal probability plot*, kemudian dibandingkan antara distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis lurus diagonal.¹⁶

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.
 - b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.¹⁷
2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi diketemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel

¹⁶ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 56-61.

¹⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 147-149.

ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.¹⁸

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 independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *Tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $Tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.¹⁹

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk 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. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada

¹⁸ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 102.

¹⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 95-96.

sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas* dalam suatu model regresi.²⁰

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada *problem autokorelasi*. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.²¹

Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan Uji Durbin-Watson (DW test). Uji Durbin-Watson digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelaction*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independen.²²

Kriteria pengambilan keputusan ada tidaknya korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2

Ho : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

Ha : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No desicison	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No decision	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$

²⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 125.

²¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 99.

²² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 100.

Tidak ada autokorelasi, atau negatif	ada positif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$
--------------------------------------	-------------	---------------	-------------------

H. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner atau Angket

Teknik yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.²³ Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden. Dua alasan utama mengapa metode kuesioner ini digunakan adalah:

- a. Memberi motivasi yang tinggi kepada responden untuk memberikan jawaban yang jujur dan menghindarkan kejenuhan, kebosanan, serta ketidakpekaan dari responden.
- b. Memperkecil kesalahan tanggapan, seperti jawaban tidak akurat, jawaban salah dicatat dan juga salah dianalisa.²⁴

Metode ini digunakan untuk memperoleh data respon konsumen mengenai pengaruh inovasi produk dan kreativitas produk terhadap keunggulan bersaing pada UD. Tiga Lombok Kudus dengan menyebar angket secara langsung kepada responden untuk diisi, kemudian diserahkan kembali kepada peneliti untuk kepentingan analisis data. Untuk keperluan penelitian ini, maka setiap jawaban diberi skor dengan ketentuan sebagai berikut:

Nilai 1 = sangat tidak setuju

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: ALFABETA, 2004), 135.

²⁴ Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), 159.

- Nilai 2 = tidak setuju
- Nilai 3 = ragu
- Nilai 4 = setuju
- Nilai 5 = sangat setuju

2. Observasi

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode observasi. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.²⁵ Metode observasi meliputi pencatatan pola perilaku orang, objek dan kejadian-kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena yang diamati.

Metode observasi yang digunakan oleh peneliti yaitu observasi terstruktur, peneliti menetapkan secara rinci apa yang akan diobservasi dan bagaimana pengukuran akan dicatat. Peneliti melakukan observasi di UD. Tiga Lombok Kudus untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan.

3. Dokumentasi

Analisis dokumen lebih mengarahkan pada bukti konkret. Dengan instrumen ini, kita diajak untuk menganalisis isi dari dokumen-dokumen yang dapat mendukung penelitian kita.

Penjaringan data dengan metode ini, adalah peneliti mencari dan mendapatkan data-data primer dengan melalui data-data dari prasasti, naskah kearsipan baik dalam bentuk barang cetakan maupun rekaman, data gambar dan lain sebagainya. Dengan adanya data tersebut, maka peneliti akan dapat memecahkan masalah penelitian sekaligus usaha membuktikan hipotesis penelitian.²⁶

Metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh data tentang produk di UD. Tiga Lombok Kudus dan data-data lain yang mendukung.

²⁵ Wiratma Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*,

²⁶Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, 138.

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas.²⁷ Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.²⁸

Analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, X_3, \dots, n) terhadap variabel terikat (Y).²⁹ Pada penelitian ini yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar inovasi produk (X_1) dan kreativitas produk (X_2) terhadap keunggulan bersaing (Y). Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Di mana:

Y = Keunggulan Bersaing

a = Konstanta

X_1 = Inovasi produk

X_2 = Kreativitas produk

b_1, b_2 = Koefisien regresi untuk variabel X_1 dan X_2

e = Standart error estimate

2. Uji-t (parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara

²⁷ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 134.

²⁸ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 216.

²⁹ Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CAPS, 2014), 142.

individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.³⁰ Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

keterangan:

b_i = koefisien regresi variabel i

S_{b_i} = standar error variabel i

Langkah-langkah pengujian:

a. Menentukan hipotesis

H_0 : secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

H_a : secara parsial ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,005 ($\alpha = 5\%$).

c. Kriteria pengujian

H_0 diterima jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$

H_0 ditolak jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$.

3. Uji F Simultan

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.³¹

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

a. Jika $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ maka H_0

b. Jika $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

4. Koefisien Determinasi (R^2)

³⁰ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Percetakan AMP YKPN, 2001), 97.

³¹ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, 98.

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.³² Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Bila R^2 mendekati angka satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung atau terikat semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan variasi variabel tergantung atau terikat.



³² Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, 100.