

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Proses penelitian bersifat deduktif, di mana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori. Penelitian kuantitatif menekankan pada fenomena-fenomena objektif dan dikaji secara kuantitatif. Maksimalisasi objektivitas desain penelitian kuantitatif menurut Arikunto (2013:263) pengumpulan data sangat bervariasi tergantung dari bagian data yang terkumpul dan dengan menggunakan instrumen analisis seperti tabel, penelitian jenis ini dilakukan secara sistematis, melalui proses ilmiah dan dapat di uji kembali prosedurnya oleh orang lain.

Metode yang digunakan adalah metode Asosiatif Kausal. Merupakan hubungan yang sifatnya sebab akibat, salah satu variabel (*independent*) mempengaruhi variabel yang lain (*dependent*).

3.2 Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih, maka lokasi penelitian ini dilakukan UMKM pengerajin alat musik rebana di Desa Bungah..

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

UMKM pengerajin alat musik rebana di Desa Bungah yang berjumlah 32 UMKM.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2008:116) “sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Metode penarikan sampel dalam penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan seluruh anggota populasinya disebut sampel total (*total sampling*) atau sensus. Penggunaan metode ini berlaku jika anggota populasi relatif kecil (mudah dijangkau). Dalam penelitian ini, karena jumlah populasi relatif kecil dan relatif mudah dijangkau, maka penulism menggunakan metode *total sampling*. Dengan metode pengambilan sampel ini diharapkan hasilnya dapat cenderung lebih mendekati nilai sesungguhnya dan diharapkan dapat memperkecil pula terjadinya kesalahan / penyimpangan terhadap nilai populasi Usman & Akbar, (2009:45) penelitian ini sampel yang diambil adalah 32 UMKM pengerajin alat musik rebana di Desa Bungah.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

Data adalah kumpulan angka-angka yang berhubungan dengan observasi.

Menurut Sugiyono (2010;193).

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Narimawati (2008;98) data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli, dari hasil penyebaran kuesioner berisi tentang pengaruh inovasi produk, orientasi pasar dan rantai pasokan terhadap kinerja pemasaran umkm pengrajin rebana di Desa Bungah.

3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilaksanakan dengan melalui kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket atau daftar pertanyaan kepada responden agar didapat keterangan dan data yang lebih terperinci tentang masalah yang sedang diteliti. Jawaban yang diharapkan dalam penelitian ini telah disediakan sehingga responden tinggal memilih jawaban yang dianggap sesuai.

3.6 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Identifikasi Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010:58)

1. Variabel bebas / *Independent*

Variabel *Independent* (bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini:

- a. Inovasi Produk (X1)
 - b. Orientasi Pasar (X2)
 - c. Rantai Pasokan (X3)
2. Variabel terikat / Dependent

Variabel dependent (terikat) adalah suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Kinerja Pemasaran(Y).

3.6.2 Definisi Operasional

Variabel-variabel yang digunakan dalam “pengaruh inovasi produk, orientasi pasar dan rantai pasokan terhadap kinerja pemasaran umkm pengrajin rebana di Desa Bungah” adalah:

1. Variabel *Inovasi Produk* (X1)

Sebuah kreatifitas dari pemilik UKM rebana di Desa Bungah dengan membuat jenis dan model baru yang berbeda-beda pada rebana agar penjualan semakin meningkat dan membuat UKM rebana semakin berkembang. Indikator inovasi produk menurut Wahyuni dkk. (2014:6) yaitu:

- a. Produk baru
 - b. Metode baru dari proses produksi
 - c. Cara baru untuk meraih suatu pasar
2. Variabel Orientasi Pasar (X2)

Orientasi pasar ini adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sasaran lebih efektif dan efisien dari pada pesaing untuk menentukan pemenuhan tujuan perusahaan (Kotler dan Amstrong, 2009).

Adapun indikator adalah:

- a. Orientasi Pelanggan.
 - b. Orientasi Pesaing.
3. Variabel Rantai pasokan (X3)

Supply Chain Management (SCM) merupakan serangkaian aktivitas yang terintegrasi, dari pengadaan material dan pelayanan jasa, kemudian mengubahnya menjadi barang setengah jadi atau barang jadi, serta mendistribusikannya kepada konsumen (Heizer dan Render, 2011:234).

Adapun indikator sebagai berikut:

- a. Berbagi informasi yang transparan dan akurat
 - b. Hubungan jangka panjang yang berkesinambungan
 - c. Kerjasama yang baik dan saling menguntungkan.
 - d. Integrasi proses.
4. Variabel Kinerja Pemasaran (Y)

Kinerja pemasaran adalah sesuatu yang digunakan untuk mengukur keberhasilan strategi yang digunakan perusahaan dalam memasarkan produknya di pasar. Menurut Ferdinand (2000:23), menyatakan bahwa kinerja pemasaran merupakan faktor yang seringkali digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang diterapkan perusahaan. Adapun indikator untuk mengukur kinerja pemasaran menurut (Ferdinand, 2000 : 23) sebagai berikut :

- a. Volume penjualan adalah volume atau jumlah penjualan produk yang berhasil dicapai oleh perusahaan.

- b. Pertumbuhan pelanggan adalah tingkat pertumbuhan pelanggan yang berhasil dicapai oleh perusahaan.
- c. Kemampuan laba adalah besarnya keuntungan penjualan produk yang berhasil diperoleh oleh perusahaan.

3.7 Pengukuran Variabel

Pengukuran dari tiap variabel dilakukan dengan alat bantu menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2010:93) menyatakan bahwa skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Biasanya indikator ini diamati dengan menggunakan kuesioner atau angket yang bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang sesuatu hal. Skala yang sering dipakai adalah skala ordinal yaitu skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban.

Preferensi yang dimaksud memberikan pilihan terhadap responden yang menunjukkan preferensi sangat setuju atau sangat tidak setuju kepada setiap pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang dinilai.

1. Responden akan mendapat nilai 5 bila responden menjawab SS (Sangat Setuju)
2. Responden akan mendapat nilai 4 apabila responden menjawab S (Setuju).

3. Responden akan mendapat nilai 3 apabila responden menjawab RG (Ragu-ragu).
4. Responden akan mendapat nilai 2 apabila responden menjawab TS (Tidak Setuju).
5. Responden mendapat nilai 1 apabila responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju).

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Ghozali (2013:53).

Menurut Ghozali (2013:52-59), mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dalam ini n adalah jumlah sampel. dengan alpha sebesar 5%. Jika r hitung (tiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item – total correlation*) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (kehandalan) adalah nilai yang menunjukkan sejauh mana suatu alatb pengukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan (konsisten). Dalam uji

reliabilitas ini suatu butir atau variabel dikatakan reliabel jika $r_{\text{alpha}} > r_{\text{table}}$ Santoso, (2009;280).

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang menjelaskan.

Rumus Uji Durbin Watson sebagai berikut:

$$d = \frac{\sum(e_n - e_{n-1})^2}{\sum e_n^2}$$

Keterangan:

d = nilai Durbin Watson
 e = residual

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Terjadi multikolinieritas pada variabel-variabel independen jika kolerasi antar variabel independen / bebas sangat tinggi atau mendekati 1 (Sarwono, 2012). Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol Ghozali (2011; 91). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolonieritas pada suatu model regresi, diantaranya dengan melihat nilai tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor) yaitu:

1. Jika nilai tolerance > 0.10 dan VIF < 10 , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolonieritas pada penelitian tersebut.
2. Jika nilai tolerance < 0.10 dan VIF > 10 , maka dapat diartikan bahwa terjadi gangguan multikolonieritas pada penelitian tersebut.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas*. Jika *variance* tersebut berbeda, maka disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas Ghozali (2011;105).

Gejala heteroskedastisitas terjadi sebagai akibat ketidaksamaan data, terlalu bervariasinya data yang diteliti. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada

atau tidaknya heteroskedastisitas Ghozali, (2011;105) salah satunya yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya.

Dasar analisisnya adalah:

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

3.10 Teknik Analisis Data

Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat bilangan atau berupa angka-angka. Sumber data yang digunakan dari penelitian ini adalah penarikan data primer dengan menggunakan kuisisioner. Data tersebut dikuantitatifkan dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban responden Sugiyono, (2008:86).

3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas dengan tujuan untuk memprediksi nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui Gozhali, (2011:43).

Persamaan garis regresi linier berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Kinerja Pemasaran

Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Pengrajin Rebana Di Desa Bungah. M. Azizul Chamdi 2019

- a = Nilai konstanta
- X_1 = Inovasi Produk
- X_2 = Orientasi Pasar
- X_3 = Rantai Pemasok
- b_1 = Koefisien regresi dari X_1
- b_2 = Koefisien regresi dari X_2
- b_3 = Koefisien regresi dari X_3
- e = Error

3.10.2 Uji Hipotesis

Untuk menguji suatu hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti, maka dilakukan uji statistik, yaitu:

3.10.2.1 Uji t

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh hipotesis yang telah disajikan yaitu:

1. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, artinya inovasi produk, orientasi pasar dan rantai pemasok secara parsial tidak ada pengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM pengerajin rebana di desa Bungah.

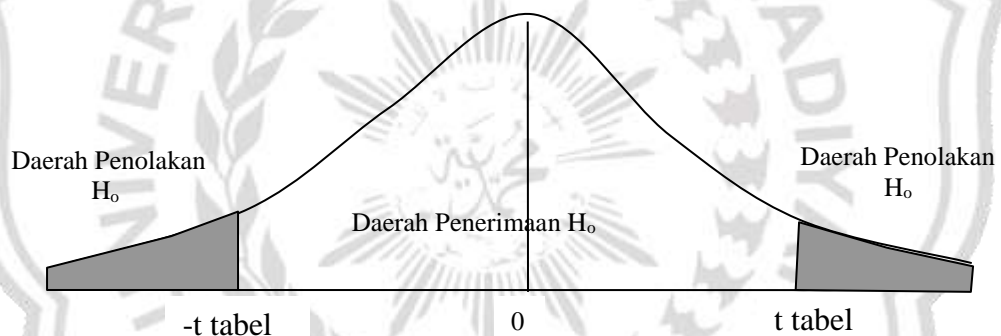
$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, artinya inovasi produk, orientasi pasar dan rantai pemasok secara parsial ada pengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM pengerajin rebana di desa Bungah.

2. Menentukan t_{tabel}

Menentukan taraf nyata (α) 5%, derajat bebas atau *degree of freedom* (df) $n-k-1$, dimana n = jumlah pengamatan dan k = jumlah variabel untuk menentukan nilai t_{tabel} .

3. Kriteria yang dipakai dalam uji t adalah:

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya inovasi produk, orientasi pasar dan rantai pemasok parsial ada pengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM pengerajin rebana di desa Bungah. Dengan demikian hipotesis satu, dua dan tiga terbukti kebenarannya.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya inovasi produk, orientasi pasar dan rantai pemasok secara parsial tidak ada pengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM pengerajin rebana di desa Bungah. Dengan demikian hipotesis satu, dua dan tiga tidak terbukti kebenarannya.



Gambar 3.1
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t