

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Wilayah dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis membatasi wilayah dan tempat penelitian dikarenakan penulis fokus meneliti kepada para pemilik UMKM yang ada di Kecamatan Carita Kabupaten Pandeglang. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2021.

B. Variabel Penelitian

Berdasarkan pokok masalah dan hipotesis, maka variabel yang akan diteliti dan di analisis dalam penelitian ini dibagi menjadi dua macam yaitu diberi simbol “X” dan variabel dependen yang diberi simbol “Y”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi produk. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja pemasaran.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh pelaku dan pemilik usaha UMKM yang terdaftar di Kecamatan Carita

Kabupaten Pandeglang sebanyak 120 pelaku usaha UMKM dalam penelitian ini juga mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh pelaku usaha UMKM yang hanya bergerak dibidang kuliner. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Untuk menentukan besarnya sampel pada penelitian ini digunakan rumus Slovin dengan taraf kepercayaan 95% adalah sebagai berikut:

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

Di mana:

n : ukuran sampel

N : populasi

e : prosentasi kelonggaran ketidakterikatan
karena kesalahan pengambilan sampel
yang masih diinginkan.

$$\begin{aligned} \text{Jadi, } n &= \frac{120}{1 + (120 \times 0,5^2)} \\ &= \frac{120}{1,3} = 92,307 \text{ dibulatkan menjadi } 92 \end{aligned}$$

Maka dapat disimpulkan, sampel pada penelitian ini menggunakan 92 responden.

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel sumber data dengan penentuan berdasarkan pertimbangan tertentu,¹ yaitu 1) Pelaku usaha UMKM yang bergerak di bidang kuliner khususnya makanan kering, 2) pelaku usaha UMKM yang menjajakan usahanya di pasar atau di tempat penitipan usaha.

D. Jenis dan Sumber Data

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini termasuk penelitian asosiatif dan deskriptif. Penelitian asosiatif yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Salah satu variabel independen mempengaruhi variabel yang lain (dependen). Sedangkan penelitian deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif. Sedangkan metodologi dalam penelitian ini adalah metodologi kuantitatif dengan pendekatan regresi linear berganda. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: PUSTAKABRUPRESS, 2019), hal. 80.

a). Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.² Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan data dari penyebaran kuesioner yang bersumber pada responden para pelaku usaha UMKM.

b). Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya.³ Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah buku-buku, literatur, artikel, jurnal yang berkaitan dengan orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, inovasi produk dan kinerja pemasaran.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti ialah menggunakan Metode Kuesioner/ Angket dan Metode Dokumentasi.

² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, ..., hal.89.

³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, ..., hal. 89.

a. Metode Kuesioner/ Angket

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁴ Kuesioner dibuat dengan pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup. Pertanyaan terbuka ialah pertanyaan yang terdiri dari identitas responden, sedangkan pertanyaan tertutup ialah pertanyaan yang meminta responden untuk memilih jawaban yang sudah disediakan dari setiap pertanyaan. Dalam penelitian ini, jawaban yang diberikan oleh responden diukur menggunakan pengukuran skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang menghasilkan jawaban setuju-tidak setuju dengan pemberian skor 1-5.⁵

b. Metode Dokumentasi

Menurut Usman dan Akbar metode dokumentasi adalah suatu metode sebagai usaha penelitian atau

⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 137.

⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, ..., hal. 98.

penelitian terhadap benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, surat kabar, artikel, dan lain sebagainya. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah statistik deskriptif dengan menggunakan data hasil proses penyebaran kuesioner kepada responden.⁶ Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pendekatan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Pengelohan dan analisis data dilakukan dengan bantuan software Statistical Product and Service Solutions (SPSS) versi 16.

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu data dalam penelitian. Menurut

⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., hal. 147.

Ghozali uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$ dengan $\alpha = 0.05$.

Jika r hitung $>$ r tabel dan korelasi positif maka butir atau pertanyaan tersebut valid. Atau dengan kata lain item pertanyaan dikatakan valid apabila skor item pertanyaan memiliki korelasi yang positif dan signifikan dengan skor total variabel.⁷

1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Menurut Ghozali uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu

⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*,..., hal. 157.

kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha > 0.70 .⁸

2. Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari uji asumsi klasik regresi linera berganda adalah untuk melihat asumsi tertentu tentang pola perilaku variabel yang dikenal dengan asumsi dasar regresi, yaitu:

2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Uji normalitas dengan grafik P Plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang menceng

⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, ..., hal. 165.

(skewness) ke kiri dan tidak normal, dan yang kedua menggunakan grafik Kolmogorov-Sminov.⁹

2.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Kemiripan antar variabel akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu juga, uji ini bertujuan untuk menghindari adanya kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinearitas.¹⁰

2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk apakah dalam regresi terjadi perbedaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menguji ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat dengan gambar

⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: PUSTAKABRUPRESS, 2019), hlm. 159.

¹⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: PUSTAKABRUPRESS, 2019), hlm. 159.

Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas terdapat titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas dan di bawah saja, penyebaran titik-titik data juga tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit lalu melebar kembali, dan penyebaran titik-titik data tidak berpola.¹¹

3. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran. Dalam penelitian ini variabel bebas (X) lebih dari satu sehingga menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan persamaan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = kinerja pemasaran

a = konstanta

¹¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: PUSTAKABRUPRESS, 2019), hlm. 160.

X_1 = orientasi kewirausahaan

X_2 = orientasi pasar

X_3 = inovasi produk

b_1 = koefisien orientasi kewirausahaan

b_2 = koefisien orientasi pasar

b_3 = koefisien inovasi produk

e = standar kesalahan

4. Uji Hipotesis

4.1 Uji t (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.¹² Untuk mengetahui nilai uji t, bila nilai t_{hitung} lebih kecil atau sama dengan (\leq) t_{tabel} maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dan H_0 akan ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$.¹³

¹² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 63.

¹³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: PUSTAKABRUPRESS, 2019), hlm. 161.

Penelitian ini menggunakan Two tailed atau 2-tailed diartikan sebagai pengujian dua arah. Two tailed digunakan untuk hipotesis yang belum jelas arahnya (apakah positif atau negatif).

4.2 Uji F (Uji Koefisien Regresi Secara Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Menurut Priyatni mengatakan bahwa salah satu cara melakukan uji F adalah dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan (F_{hitung}) dengan nilai F menurut tabel (F_{tabel}). H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$.¹⁴

4.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien dterminasi digunakan untuk mengetahui presentase perubahan antara variabel independen yang disebabkan oleh varibel dependen. Jika R^2 semakin besar, maka persentase perubahan antara variabel independen yang disebabkan oleh varibel

¹⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: PUSTAKABRUPRESS, 2019), hlm. 162.

dependen semakin tinggi. Tetapi jika R^2 semakin kecil, maka persentase perubahan antara variabel independen yang disebabkan oleh variabel dependen semakin rendah.¹⁵

G. Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	No	Indikator	Skala
Orientasi Kewirausahaan (X₁)	<i>Need for Achievement</i>	1.	Tidak puas bila yang diinginkan belum diperoleh	Ordinal
		2.	Terus berusaha meskipun orang lain mengatakan tidak mungkin	Ordinal
		3.	Terus bekerja sampai mencapai tujuan yang	Ordinal

¹⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: PUSTAKABRUPRESS, 2019), hlm. 164.

			diinginkan	
	<i>Locus of Control</i>	4.	Untung atau ruginya usaha ditentukan oleh diri sendiri	Ordinal
		5.	Mampu menguasai diri	Ordinal
	<i>Self Reliance</i>	6.	Banyak yang dapat bekerja sebaik saya	Ordinal
		7.	Suka mengambil keputusan sendiri	Ordinal
		8.	Lebih suka melibatkan orang lain	Ordinal
	<i>Extroversion</i>	9.	Suka berjumpa dengan orang baru	Ordinal

Orientasi Pasar (X₂)	1.	Orientasi pelanggan	Ordinal
	2.	Orientasi pesaing	
	3.	Koordinasi antar fungsi	
Inovasi Produk (X₃)	1.	Kualitas produk	Ordinal
	2.	Varian produk	
	3.	Gaya dan desain produk	
Kinerja Pemasaran (Y)	1.	Pertumbuhan penjualan	Ordinal
	2.	Pertumbuhan pelanggan	
	3.	Kemampulabaan	