

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini menempatkan beberapa variabel sebagai objek penelitian. Penulis pada penelitian ini meneliti bagaimana Inovasi dan Kreativitas mempengaruhi keberhasilan usaha Kuliner di *Lengkong Culinary Night*. Beberapa variabel yang diteliti, yaitu:

1. Variabel independen, atau yang juga dikenal sebagai variabel bebas, adalah variabel yang memiliki pengaruh atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel dependen. Pada penelitian ini sebagai variabel bebas (X) yaitu Inovasi dengan indikator yang digunakan meliputi Produk, Pelayanan, Pasar, Menghasilkan Ide, Metode, dan Alat Baru (Li dkk., 2021) dan (Tjahyadi dkk., 2020) dan Kreativitas dengan indikator yang digunakan meliputi *Sensitivity*, *Fluency*, *Flexibility*, *Elaboration*, dan *Originality* (Castillo-Vergara dkk., 2018).
2. Variabel dependen, juga dikenal sebagai variabel terikat, adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) yaitu Keberhasilan Usaha Mikro Kuliner.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif merupakan suatu bentuk penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran realistik, nyata, dan terkini mengenai suatu fenomena. Penelitian ini menggambarkan fakta-fakta, karakteristik, dan hubungan antar fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat melalui gambaran atau lukisan yang mendalam. Sementara itu, penelitian verifikatif merupakan suatu studi

yang bertujuan untuk memverifikasi kebenaran informasi. Tujuan dari penelitian verifikatif adalah untuk memastikan kebenaran dari suatu hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan.

3.2.2 Desain Penelitian

Dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Inovasi (X1) dan Kreativitas (X2) dapat mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kuliner yang ada di *Lengkong Culinary Night* (Y). Maka untuk desain penelitian mengambil yang sifatnya kausal.

Desain penelitian kausal berfungsi dalam mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (Inovasi dan Kreativitas) dengan variabel dependen (Keberhasilan Usaha).

3.3 Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini akan menganalisis variabel yang ada, yaitu:

1. Variabel Independen (X1) yang dalam penelitian ini merupakan Inovasi dan (X2) Kreativitas.
2. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini merupakan Keberhasilan Usaha Mikro

Tabel 3. 1 Operaionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Inovasi (X1) proses penggunaan pemikiran kreatif dan tindakan untuk mencapai kesuksesan melalui eksplorasi ide-ide baru, seperti produk baru, proses, strategi pemasaran, atau model bisnis. Ini bisa	1. Produk	Tingkat kemampuan untuk memperbaiki desain fisik produk	Ordinal
		Tingkat kemampuan untuk meningkatkan kualitas bahan baku produk atau mengganti bahan baku	Ordinal
		Tingkat kemampuan dalam proses produksi	Ordinal

<p>melibatkan inovasi radikal, yang benar-benar baru dan revolusioner, serta peningkatan bertahap pada sistem yang sudah ada. Inovasi dapat dipicu oleh kebutuhan untuk beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan eksternal, seperti krisis dan bencana, yang dapat berfungsi sebagai kekuatan yang kuat untuk inovasi bisnis (Li dkk., 2021) & (Tjahjadi dkk., 2020)</p>		<p>untuk efisiensi biaya produksi dan produk yang lebih konsisten dan berkualitas</p>	
		<p>Tingkat perbaikan kemasan produk untuk meningkatkan proteksi/keamanan, presentasi, kemudahan penggunaan, dan informasi yang disampaikan kepada konsumen</p>	Ordinal
	2. Pelayanan	<p>Tingkat perbaikan pelayanan kepada konsumen, berupa kecepatan penyajian makanan</p>	Ordinal
		<p>Tingkat perbaikan pelayanan kepada konsumen, berupa pemberian pelatihan karyawan</p>	Ordinal
		<p>Tingkat pengembangan yang dilakukan pelaku usaha dalam menyediakan fasilitas dan kondisi lingkungan yang nyaman kepada</p>	Ordinal

		konsumen	
	3. Pasar	Tingkat perluasan pasar dengan membuka cabang baru atau franchise	Ordinal
		Tingkat perbaikan dalam bekerja sama dengan mitra atau platform online	Ordinal
		Tingkat kemampuan pelaku usaha dalam mengekspansi usahanya melalui media <i>online</i>	Ordinal
	4. Menghasilkan ide, metode, dan alat baru	Tingkat pengembangan ide dalam proses usahanya	Ordinal
		Tingkat pengembangan dan perbaikan pelaku usaha dalam menciptakan metode baru dalam proses usahanya	Ordinal
		Tingkat kemampuan membeli atau menciptakan alat baru untuk mengembangkan usahanya	Ordinal

<p>Kreativitas (X2)</p> <p>Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan sesuatu yang baru, baik itu produk, teknik, atau cara untuk membawa kenyataan menjadi jelas. Tidak ada definisi tunggal untuk kreativitas, tetapi sering dijelaskan sebagai kemampuan untuk mendeteksi kesenjangan, mengusulkan berbagai solusi untuk memecahkan masalah, menghasilkan ide-ide baru, dan menggabungkan serta merasakan hubungan baru antara ide-ide. Penelitian tentang kreativitas dalam bisnis telah berkembang dari awalnya berfokus pada keterampilan individu hingga mengakui relevansinya untuk pengembangan organisasi dan bisnis (Castillo-</p>	1. <i>Sensitivity</i>	Tingkat kemampuan pelaku usaha dalam memperhatikan setiap detail produk yang dimilikinya	Ordinal
		Tingkat kemampuan pelaku usaha dalam mengenali perubahan tren pasar yang sangat dinamis	Ordinal
		Tingkat kemampuan pelaku usaha dalam membaca peluang dan ancaman yang bisa mempengaruhi keberlangsungan usahanya dari luar lingkungan	Ordinal
	2. <i>Fluency</i>	Tingkat pengembangan atau perbaikan konsep bisnis	Ordinal
		Tingkat kelancaran pelaku usaha dalam merealisasikan idenya	Ordinal
	3. <i>Flexibility</i>	Tingkat sikap fleksibilitas pelaku usaha yang dapat membantu mengembangkan	Ordinal

Vergara dkk., 2018)		produk baru	
		Tingkat sikap fleksibilitas dalam mengatur menu kuliner agar sesuai dengan keinginan konsumen	Ordinal
		Tingkat kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan operasional usaha sesuai dengan faktor eksternal	Ordinal
	4. <i>Elaboration</i>	Tingkat perbaikan pada menu yang berbeda dengan kompetitor	Ordinal
		Tingkat pengembangan atau perbaikan <i>image</i> dan <i>brand</i>	Ordinal
	5. <i>Originality</i>	Tingkat pengembangan konsep dan tema yang berbeda dengan kompetitor	Ordinal
		Tingkat kemampuan pelaku usaha dalam memberikan presentasi yang menarik perhatian konsumen	Ordinal
		Tingkat kemampuan pelaku usaha dalam	Ordinal

		memberikan <i>experience</i> kepada konsumen	
		Tingkat kemampuan dalam memberikan bahan baku yang berkualitas baik agar menciptakan produk jadi yang unggul	Ordinal
<p>Keberhasilan Usaha (Y)</p> <p>Gemina et al. (2016) menyatakan bahwa keberhasilan usaha yaitu pertumbuhan dari perusahaan yang dikelolanya. Melengkapi hal tersebut Rahayu (2014) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan serta keadaan yang lebih baik dari keadaan sebelumnya, dan tetap bertahan hidup untuk mengembangkan usahanya.</p>	1. Sales Growth	Tingkat pertumbuhan <i>income</i> penjualan	Ordinal
		Tingkat kesesuaian volume penjualan dengan target yang diinginkan	Ordinal
	2. Profit	Tingkat kesesuaian keuntungan dengan target yang diinginkan	Ordinal
		Tingkat kemampuan pelaku usaha dalam mengembalikan modal yang diserahkan	Ordinal
	3. Capital Growth	Tingkat penambahan modal untuk usaha	Ordinal
		Tingkat kemampuan dalam mengelola modal	Ordinal
	4. <i>Work Expansion</i>	Tingkat melakukan penetrasi pasar	Ordinal
		Tingkat penambahan	Ordinal

		kapasitas produksi	
		Tingkat penambahan jumlah karyawan	Ordinal

3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Menurut Asnawi & Masyhuri (2011:153), data merupakan catatan keterangan digunakan sebagai pendukung penelitian. Sumber dan jenis sebuah data dibagi menjadi dua, yaitu:

- Sumber data primer, merupakan data yang dapat diperoleh langsung oleh peneliti dapat berasal dari hasil survei kuesioner. Data primer tersebut akan digunakan untuk mengetahui gambaran inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha mikro pada *Lengkong Culinary Night* Kota Bandung
- Sumber data sekunder, merupakan data yang didapatkan dari kajian pustaka berbentuk jurnal, internet, buku, serta situs.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Ada 3 metode yang digunakan dalam mendapatkan data yang sesuai dan lengkap, yaitu:

- Observasi
Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.
- Studi Literatur
Dapat mendapatkan data dari sumber seperti buku, artikel, jurnal ilmiah, serta sumber elektronik.
- Kuesioner
Dengan menentukan kriteria responden untuk dapat menyebarkan pertanyaan atau pernyataan kepada responden dan hasilnya akan

dianalisis. Alat bantu dalam penyebaran kuesioner ini peneliti menggunakan kuesioner online dengan memakai Google Form.

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi dan Sampel

Menurut Handyaani (2020), populasi merupakan himpunan dari semua elemen yang menjadi objek kajian yang memiliki kesamaan karakteristik. Populasi ini dapat berupa sekelompok individu, peristiwa, atau objek yang menjadi fokus penelitian. Target populasi peneliti yaitu para pelaku Usaha Mikro pada *Lengkong Culinary Night* Kota Bandung yang berjumlah 99

3.5.2 Teknik Sampling

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Probability Random Sampling (Simple Random Sampling)*, adalah teknik pengambilan sampel dalam penelitian statistik yang memiliki prinsip dasar bahwa setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih dalam sampel. Dengan kata lain, setiap unit individu dalam populasi memiliki probabilitas yang sama untuk menjadi bagian dari sampel yang diambil.

Peluang atau probabilitas memilih satu elemen individu tertentu dari populasi dalam sampel dapat dihitung dengan rumus berikut:

Peluang (probabilitas) = (Jumlah elemen dalam sampel) / (Jumlah elemen dalam populasi)

Dalam kasus ini:

- Jumlah elemen dalam sampel adalah 99.
- Jumlah elemen dalam populasi adalah 167.

Jadi, peluang memilih satu individu tertentu dari populasi dalam sampel adalah:

Peluang = 99 (jumlah elemen dalam sampel) / 167 (jumlah elemen dalam populasi) ≈ 0.5928 atau sekitar 59.28%.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Fungsi dari instrumen penelitian untuk mendapatkan data yang cocok dengan permasalahan serta bertindak sebagai alat evaluasi. Adanya konsep instrumen penelitian kemudian diuji cobakan dengan responden yang berada diluar sampel agar dapat dilihat gambaran validitas dan reliabilitas instrumen.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghozal (2019), uji validitas digunakan dalam suatu penelitian sebagai ukuran valid atau tidaknya suatu survei. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung suatu instrumen dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh *Pearson* sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien validitas item yang dicari

X : Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y : Skor total yang diperoleh dari seluruh item

\sum_x : Jumlah skor dalam distribusi X

\sum_y : Jumlah skor dalam distribusi Y

n : Jumlah responden

Pengujian validitas ditentukan dalam :

- 3 Pernyataan atau pertanyaan responden peneliti dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$
- 4 Pernyataan atau pertanyaan responden peneliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Tabel 3. 2 Tabel Uji Validitas Inovasi

Inovasi				
No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Produk				
1	Pelaku usaha memperbaiki desain fisik produk untuk meningkatkan fungsionalitas, kualitas, dan keindahan	0,660	0,361	Valid
2	Pelaku usaha memperbaiki kualitas bahan baku dengan mengganti atau meningkatkan kualitas bahan	0,817	0,361	Valid
3	Pelaku usaha memperbaiki proses produksi untuk menghasilkan produk yang lebih konsisten dan berkualitas	0,769	0,361	Valid
4	Pelaku usaha memperbaiki atau mengembangkan kemasan produk untuk meningkatkan proteksi dan kemudahan penggunaan	0,591	0,361	Valid
Pelayanan				
5	Pelaku usaha memperbaiki kecepatan pelayanan kepada konsumen. Hal ini mencakup waktu tunggu pesanan, waktu penyiapan makanan, dan waktu pelayanan	0,609	0,361	Valid
6	Pelaku usaha memperbaiki pelayanan kepada konsumen dengan melakukan pelatihan	0,636	0,361	Valid

	karyawan			
7	Pelaku usaha menyediakan fasilitas dan kondisi lingkungan yang nyaman kepada konsumen	0,657	0,361	Valid
Pasar				
8	Pelaku usaha membuka cabang baru atau cabang waralaba	0,653	0,361	Valid
9	Pelaku usaha bekerjasama dengan Platform Pengantaran Makanan, seperti GoFood, GrabFood, atau platform serupa	0,734	0,361	Valid
10	Pelaku usaha memperluas usahanya melalui media sosial dan situs web	0,749	0,361	Valid
Menciptakan Ide, Metode, dan Alat Baru dalam Usaha				
11	Pelaku usaha memperbaiki idenya dalam mengembangkan usahanya	0,784	0,361	Valid
12	Pelaku usaha memperbaiki atau menciptakan metode baru dalam proses pengembangan usaha	0,644	0,361	Valid
13	Pelaku usaha membeli atau menciptakan alat baru dalam mengembangkan usahanya	0,680	0,361	Valid

Tabel 3. 3 Tabel Uji Validitas Kreativitas

Kreativitas				
No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Sensitivity</i>				

1	Pelaku usaha memperhatikan detail dan kualitas produknya	0,817	0,361	Valid
2	Pelaku usaha mengenali dengan cepat perubahan dan tren dalam bidang kuliner	0,787	0,361	Valid
3	Pelaku usaha mengenali peluang dan ancaman untuk usahanya baik dari dalam maupun dari luar	0,815	0,361	Valid
<i>Fluency</i>				
4	Pelaku usaha melakukan riset dan perencanaan sebelum menjalankan usahanya	0,865	0,361	Valid
5	Pelaku usaha merealisasikan idenya untuk menjalankan usahanya	0,859	0,361	Valid
<i>Flexibility</i>				
6	Pelaku usaha beradaptasi dengan perubahan tren pasar, kebiasaan konsumen, atau persaingan	0,790	0,361	Valid
7	Pelaku usaha dapat fleksibel dalam menyusun dan mengubah menu kuliner sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan	0,783	0,361	Valid
8	Pelaku usaha menyesuaikan jadwal operasional sesuai dengan permintaan pelanggan atau perubahan situasi	0,581	0,361	Valid
<i>Elaboration</i>				
9	Pelaku usaha mengembangkan	0,656	0,361	Valid

	menu baru yang menarik dan kreatif			
10	Pelaku usaha mengembangkan citra dan merk dagang yang kuat untuk usaha kuliner	0,833	0,361	Valid
<i>Originality</i>				
11	Pelaku usaha mengembangkan konsep dan tema yang unik sebagai pembeda dengan pesaing	0,795	0,361	Valid
12	Pelaku usaha menghadirkan hidangan dengan tampilan visual yang unik dan menarik sebagai pembeda dengan pesaing	0,741	0,361	Valid
13	Pelaku usaha memberikan pengalaman pelanggan yang unik dan berbeda dari kompetitor. Misalnya, menghadirkan suasana atau dekorasi yang menarik dan pelayanan khusus	0,821	0,361	Valid
14	Pelaku usaha mengedepankan penggunaan bahan-bahan asli, berkualitas tinggi, atau dengan sertifikasi tertentu yang memberikan jaminan keaslian dan keunggulan produk	0,743	0,361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 25.0 (2023)

Dari tabel 3. uji validitas dapat diketahui bahwa setelah melakukan uji validitas seluruh pertanyaan mengenai kreativitas (X2) yaitu valid. Karena hasil yang didapat menunjukkan bahwa $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

Tabel 3. 4 Tabel Uji Validitas Keberhasilan Usaha

Keberhasilan Usaha				
No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Sale Growth				
1	Pelaku usaha meningkatkan pertumbuhan omzet penjualan	0,866	0,361	Valid
2	Pelaku usaha mencapai target penjualan yang telah direncanakan	0,883	0,361	Valid
Profit				
3	Pelaku usaha mencapai target keuntungan yang direncanakan	0,841	0,361	Valid
4	Pelaku usaha telah mengembalikan modal usaha yang digunakan diawal	0,812	0,361	Valid
Capital Growth				
5	Pelaku usaha menambahkan modal untuk usahanya	0,815	0,361	Valid
6	Pelaku usaha menggunakan modal usahanya dengan baik	0,751	0,361	Valid
Work Expantion				
7	Pelaku usaha meningkatkan jangkauan pasarnya	0,849	0,361	Valid
8	Pelaku usaha menambahkan kapasitas produksi	0,801	0,361	Valid
9	Pelaku usaha menambah jumlah karyawan usahanya	0,622	0,361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 25.0 (2023)

Dandy Dwi Andana, 2023

PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MIKRO DI ERA DIGITAL (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kuliner Di Lengkong Culinary Night Kota Bandung)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dari tabel 3. uji validitas dapat diketahui bahwa setelah melakukan uji validitas seluruh pertanyaan mengenai keberhasilan usaha (Y) yaitu valid. Karena hasil yang didapat menunjukkan bahwa $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Dalam menguji tingkat reliabilitas, rumus alpha cronbach digunakan oleh peneliti. Instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat yang memadai jika alpha cronbach $> 0,70$ dan apabila nilai alpha cronbach $< 0,70$ maka tidak reliabel (Ghozali, 2018).

Tabel 3. 5 Tabel Uji Reliabilitas

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Inovasi (X1)	0,900	0,700	Reliabel
2.	Kreativitas (X2)	0,947	0,700	Reliabel
3.	Keberhasilan Usaha (Y)	0,927	0,700	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 25.0 (2023)

Berdasarkan tabel 3. yang memuat hasil pengujian reliabilitas dapat dipahami bahwa ketiga variabel dinyatakan reliabel karena memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}

3.7 Rancangan Analisis Data

Analisis data akan dilakukan setelah semua data yang dibutuhkan telah terkumpul. Dalam penelitian ini, kuesioner yang dijadikan alat penelitian akan dikumpulkan kemudian diolah lalu dianalisis untuk mengetahui hubungan antara inovasi, kreativitas dan keberhasilan usaha pada usaha mikro culinary di *Lengkong Culinary Night* Kota Bandung.

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Menurut Lupiyoadi & Ikhsan (2015:84) analisis deskriptif adalah cara statistik untuk memberikan gambaran umum tentang data yang diperoleh menggunakan statistik deskriptif. Memiliki tujuan untuk analisis data menggunakan cara mendeskripsikan sebuah

variabel dari hasil kuisioner. Analisis deskriptif bertujuan untuk menganalisis data melalui penjelasan suatu variabel berdasarkan hasil kuesioner. Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis deskriptif dapat dijabarkan seperti sebagai berikut:

1. Menentukan jumlah skor kontinum (SK) dengan rumus:

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan:

SK = Skor Kriterium

ST = Skor Tertinggi

JB = Jumlah Butir

JR = Jumlah Responden

2. Jumlah skor hasil kuesioner dibandingkan dengan jumlah skor kriterium dan dapat digunakan untuk mencari jumlah skor hasil kuesioner dengan rumus sebagai berikut:

$$\sum xi = X1 + X2 + X3 + \dots + Xn$$

Keterangan:

$\sum xi$ = Jumlah skor hasil kuesioner variabel X

X1- Xn = Jumlah skor kuesioner masing-masing responden

3. Membuat daerah kategori kontinum menjadi lima tingkatan, seperti: sangat rendah, rendah, sedang, dan tinggi. Langkah-langkahnya dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

i. Tinggi: $SK = ST \times JB \times JR$

ii. Rendah: $SK = SR \times JB \times JR$

Keterangan:

ST = Skor Tertinggi

SR = Skor Terendah

JB = Jumlah Butir

JR = Jumlah Responden

b. Menentukan selisih skor kontinum

***R=Skor kontinum tinggi–Skor kontinum rendah :
Jumlah Interval***

c. Membuat garis kontinum kemudian menentukan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan persentase letak skor hasil penelitian atau rating scale di dalam garis kontinum ($S/\text{Skor maksimal} \times 100\%$)

d. Membandingkan skor total masing-masing variabel dengan parameter di atas dalam rangka memperoleh gambaran inovasi (X1) kreativitas (X2) dan keberhasilan usaha (Y)

3.7.2 Analisis Data Verifikatif

Menurut Suharsimi Arikunto (2013), analisis verifikatif adalah metode analisis yang dilakukan untuk memverifikasi atau menguji kebenaran suatu hipotesis atau dugaan. Dalam analisis verifikatif, peneliti menggunakan data empiris untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil analisis statistik.

Metode ini dapat dipakai dalam mendeskripsikan atau mengurangi permasalahan yang berkaitan dengan pernyataan terhadap variabel

mendeskripsikan manajemen laba, asimetri informasi, dan biaya modal ekuitas, dari analisis verifikatif dapat menganalisis model dan pembuktian yang berguna untuk mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diterapkan pada model regresi dengan tujuan untuk mengevaluasi kualitas model tersebut. Pada penelitian ini, uji asumsi klasik melibatkan tiga aspek penting, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

3.8.1.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas berguna untuk mengidentifikasi apakah data yang telah terkumpul memiliki distribusi normal atau berasal dari populasi yang bersifat normal. Uji ini bertujuan untuk menilai apakah data memiliki pola distribusi normal. Dalam penelitian ini, evaluasi distribusi normalitas dilakukan melalui dua metode: diagram histogram dan probabilitas plot. Pada diagram histogram, data dianggap berdistribusi normal apabila membentuk lengkungan yang mengikuti pola kurva normal. Sementara itu, probabilitas plot digunakan untuk menilai distribusi normalitas dengan mengamati sebaran titik-titik pada grafik yang sejajar dengan garis diagonal.

3.8.1.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas penting untuk mengidentifikasi adanya kemiripan antara variabel independen dalam satu model. Jika terdapat kemiripan yang kuat di antara variabel independen, hal ini dapat menghasilkan korelasi yang signifikan.

3.8.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa perbedaan variasi residual antara periode pengamatan yang berbeda. Tujuannya adalah untuk menilai apakah model regresi memenuhi asumsi klasik, di mana ketiadaan heteroskedastisitas menjadi prasyarat.

Penilaian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati pola scatterplot. Jika pada scatterplot ditemukan bahwa:

- a. Titik-titik data tersebar di atas dan di bawah angka 0.
- b. Titik-titik data tidak berkumpul hanya di satu sisi.
- c. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang yang berulang dari melebar hingga menyempit kembali.

Maka, dapat disimpulkan bahwa regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

3.8.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi dapat digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independent terhadap variabel dependen yang akan diteliti. (Sugiyono, 2017) mengemukakan bahwa untuk dapat memberikan pemahaman mengenai kuat atau rendahnya hubungan pengaruh, dapat menggunakan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Analisis Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-1.000	Sangat Kuat

3.8.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: Inovasi (X1), Kreativitas (X2), Terhadap Keberhasilan Usaha (Y) Usaha Mikro. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dapat dirumuskan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + E$$

Keterangan:

Y : Keberhasilan Usaha

α : konstanta

β_1 : Koefisien regresi dari variabel X1 (Inovasi)

β_2 : Koefisien regresi dari variabel X2 (Kreativitas)

x1 : Inovasi

x2 : Kreativitas

E : Pengganggu (Error)

3.8.4 Uji Hipotesis

3.8.4.1 Uji T (Parsial)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah:

- H_0 ditolak, jika: $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ (0,05) (tidak terdapat pengaruh yang signifikan).
- H_a diterima, jika: $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ (0,05) (terdapat pengaruh yang signifikan).

3.8.4.2 Uji F (Simultan)

Uji Simultan (F) Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji model uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Atau untuk menguji apakah modal regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan. Uji ini dibantu dengan menggunakan *software* SPSS. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikan f_{hitung} dengan ketentuan:

- H_0 ditolak, jika: $f_{hitung} \leq f_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ (tidak terdapat pengaruh yang signifikan).
- H_a diterima, jika: $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ (0,05) (terdapat pengaruh yang signifikan).