

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek dan Subjek Penelitian

Penelitian ini akan membahas mengenai pengaruh Inovasi Produk dan Jaringan Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha. Penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat (Sarwono, 2012). Menggunakan path analysis dimana penggunaan variable bebas dan terikat diganti oleh variable eksogen dan variable endogen (Kusnendi, 2008). Pada penelitian ini digunakan dua variabel eksogen yaitu Inovasi Produk (X_1) dan Jaringan Bisnis (X_2). Sedangkan variabel endogen adalah Keberhasilan Usaha (Y).

Objek penelitian dalam penelitian ini Inovasi Produk, Jaringan bisnis dan Keberhasilan usaha. Dimana subjek yang diteliti yaitu Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh. Penelitian ini dilaksanakan pada jangka waktu kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang dipakai ialah *cross sectional method* yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). Informasi yang dikumpulkan dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu kurun waktu, sehingga penelitian ini merupakan *one-shot* atau *cross sectional* (Maholtra, 2010).

3.2. Metode Penelitian

3.2.1. Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan prosesnya penelitian ini termasuk ke dalam golongan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengukur suatu fenomena dengan menggunakan perhitungan data numerik dan pengaplikasian pengujian secara statistik (Suryana, 2010). Penelitian ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa besar pengaruh Inovasi Produk dan Jaringan Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha pada Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh baik secara simultan maupun parsial.

Menurut tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian yang dipakai ialah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilaksanakan untuk menggambarkan variabel secara mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa harus membandingkan dan mencari variabel itu dengan variabel lain. Penelitian deskriptif

ini memiliki tujuan untuk menguraikan, memberi gambaran sistematis, faktual dan akurat, mengatasi fakta-fakta, serta korelasi antara fenomena yang diselidiki tanpa harus membandingkan atau menghubungkan antar variabel. Penelitian verifikatif merupakan metode yang dipakai untuk menjelaskan hubungan atau pengaruh suatu variabel dengan variabel lainnya untuk menguji hipotesis. Penelitian verifikatif memiliki tujuan untuk mengetahui alasan atau gejala terjadinya suatu kejadian dengan mengkoneksikan pola yang berbeda tapi saling berkaitan, sehingga menghasilkan pola sebab-akibat (Prasetyo & Jannah, 2008; Bungin, 2011; Sugiyono, 2014b) Dalam penelitian ini akan diuji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai Inovasi Produk (X_1) dan Jaringan Bisnis (X_2) terhadap Keberhasilan Usaha pada Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh.

Berdasarkan jenis penelitian di atas, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *explanatory survei*. *Explanatory survei* dilakukan untuk mengartikan korelasi antara dua variabel atau lebih melalui pengujian hipotesis (Sugiyono, 2014b).

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Setelah variabel-variabel diklasifikasikan dan diidentifikasi, selanjutnya variabel-variabel didefinisikan secara operasional. Pada penelitian ini, terdapat dua variabel inti yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah Inovasi Produk (X_1) dan Jaringan Bisnis (X_2) sebagai variabel eksogen. Variabel tersebut dicari bagaimana pengaruhnya terhadap Keberhasilan Usaha (Y) sebagai variabel endogen.

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Inovasi Produk (X_1)	Fitur Produk	Fitur dari sebuah produk merupakan modal sebuah produk agar dapat bersaing untuk memenangkan perhatian konsumen. (Kotler & Armstrong,	Keunikan	Tingkat kesamaan kualitas produk dengan produk sebelum	Interval	1
Inovasi produk adalah proses atau hasil pengembangan atau pemanfaatan, ketrampilan dan				Tingkat kesamaan kualitas produk	Interval	2

Nur Gupita Safitri, 2023

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN JARINGAN BISNIS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item					
pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang atau jasa), proses atau sistem yang baru yang memberikan nilai berarti secara signifikan. (Sutomo, 2012)		2008)		dengan pesaing	Interval	3					
				Tingkat kesamaan keunggulan produk dengan produk sebelum							
				Tingkat kesamaan keunggulan produk dengan pesaing							
				Nilai jual tambah			Tingkat kekhasan produk	Interval	5		
				Tingkat unsur kebaruan produk			Interval	6			
				Tingkat merencanakan produk baru			Interval	7			
				Tingkat optimisme untuk mencapai target			Interval	8			
				Desain dan Rancangan Produk			Desain produk adalah suatu usaha-usaha untuk menentukan sejenis produk yang sesuai dengan keinginan para konsumen. (Kotler & Armstrong, 2008)	Penampilan	Tingkat kesamaan penampilan produk dengan pesaing	Interval	9
									Tingkat kesamaan penampilan dengan produk sebelumnya	Interval	10
								Fungsi	Terdapat perbedaan dari produk yang dimiliki	Interval	11

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	
				Terdapat perbedaan dari produk pesaing	Interval	12	
Jaringan Bisnis (X₂) Jaringan bisnis merupakan himpunan orang yang dihubungkan dengan orang yang lain sehingga orang tersebut dapat saling komunikasi dan bertukar informasi. (Alhidayat, 2022)	Jaringan Informal	Hubungan di antara wirausahawan dengan orang-orang didalam organisasi yang tidak di(Ferreira & Azevedo, 2007)dirian organisasi. (Ferreira & Azevedo, 2007)	Dalam manajemen	Hubungan pada karyawan	Interval	13	
				Hubungan pada partner	Interval	14	
	Luar Manajemen		Hubungan pada teman menyangkut bisnis	Interval	15		
			Hubungan pada keluarga menyangkut pembiayaan	Interval	16		
	Jaringan Eksternal		Hubungan di antara wirausahawan dengan orang-orang diluar organisasi yang tidak diatur dalam dasar hukum pendirian organisasi. (Ferreira & Azevedo, 2007)	Klien	Respon konsumen terhadap usaha	Interval	17
					Adanya hubungan timbal balik	Interval	18
				Pesaing	Adanya pertukaran informasi	Interval	19
					Menjalani persaingan yang sehat	Interval	20
				Pemasok	Berintegrasi	Interval	21
					Komunikasi yang baik	Interval	22
	Efisiensi biaya dari hubungan bisnis	Interval	23				
Jaringan Kelembagaan	Hubungan di antara wirausahawan dengan orang-orang atau lembaga diluar organisasi yang diatur dalam dasar hukum. (Ferreira & Azevedo, 2007)	Perbankan	Adanya hubungan pada lembaga perbankan	Interval	24		
			Terdapat hubungan yang memudahkan operasional	Interval	25		

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item		
Keberhasilan Usaha (Y) Keberhasilan usaha artinya pencapaian suatu tindakan dalam periode waktu tertentu atau dalam parameter yang ditentukan, atau dapat juga berarti menyelesaikan suatu tujuan atau mencapai suatu tujuan. (Suryana, 2014)	Laba atau Profitabilitas	Tujuan utama dari bisnis, dimana peningkatan kekayaan dari hasil penanaman modal. (Noor, 2007)	Pemerintahan	Terdapat hubungan pada lembaga pemerintahan terkait bisnis	Interval	26		
				Adanya regulasi yang memudahkan usaha	Interval	27		
			Modal	Pribadi	Interval	28		
				Pendanaan Perbankan	Interval	29		
				Pendanaan Investor	Interval	30		
			<i>Break Event Point (BEP)</i>	Bisnis sudah mencapai BEP	Interval	31		
			Laba	Bisnis sudah dapat mengembalik an modal dan ada sisa setelahnya	Interval	32		
				Dapat membeli asset lebih dari laba	Interval	33		
			Produktifitas dan Efisiensi	Besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produksi. (Noor, 2007)	Produksi	Tingkat bahan baku yang terbuang	Interval	34
						Kinerja Karyawan	Interval	35
					Marketing	Ratio sales lebih besar dibandingkan ads	Interval	36
						Marketing gratis melalui word of mouth	Interval	37
			Daya Saing	Kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen.(Noor, 2007)	Pesaing	Dapat bertahan dalam persaingan	Interval	38
						Lebih unggul dari pesaing	Interval	39

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kompetensi dan Etika Bisnis	Merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian, dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya. (Noor, 2007) Klik atau ketuk di sini untuk memasukkan teks.		Kompetensi	Memiliki pengetahuan bisnis yang dikelola	Interval	40
				Mampu mengatasi masalah	Interval	41
			Etika Bisnis	Mempertimbangan keputusan yang diambil	Interval	42
				Menilai berdasarkan norma	Interval	43
				Karyawan	Interval	44
Citra Baik	Timbulnya kepercayaan dari pihak pihak terkait. (Noor, 2007)		<i>Internal Trust</i>	Partner	Interval	45
				Konsumen	Interval	46
			<i>External Trust</i>	Pemasok	Interval	47
				Investor	Interval	48

Sumber : diolah dari beberapa sumber.

3.2.3. Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel yang diteliti, maka harus diproses terlebih dahulu untuk memperoleh informasi yang diperlukan bagi suatu penelitian. Data merupakan hal yang paling penting dalam melakukan penelitian. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder ((Maholtra, 2010).

1. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi. Pada penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah instrumen yang disebarakan kepada sejumlah responden, sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yakni survei pada anggota Komunitas Kopi Subang Menyeduh.

2. Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal). Pada penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, jurnal, artikel serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian.

Sumber data primer dapat diperoleh melalui hasil survei yang dilakukan pada anggota Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh. Sumber data sekunder diantaranya diperoleh dari jurnal-jurnal ilmiah, internet, dan berbagai sumber informasi lainnya. Secara lebih terperinci mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data, sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Jenis Dan Sumber Data

NO	DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA
1.	Data Jumlah UMKM di Jawa Barat	Sekunder	Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil
2.	Jumlah Pertumbuhan Gerai Kopi	Sekunder	<i>Toffin and Mix Magazin</i>
3.	Data Keanggotaan Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh	Sekunder	Kearsipan Subang Menyeduh
4.	Hasil wawancara mengenai indikator keberhasilan usaha	Sekunder	Wawancara ketua dan beberapa anggota komunitas/pemilik kedai kopi
5.	Tanggapan responden mengenai inovasi produk (X1)	Primer	Angket
6.	Tanggapan responden mengenai jaringan bisnis (X2)	Primer	Angket
7.	Tanggapan responden mengenai keberhasilan usaha (Y)	Primer	Angket

3.2.4. Populasi dan Sampel

3.2.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu ((Sugiyono, 2014b). Populasi

dalam penelitian ini adalah 40 pengusaha kedai kopi dalam komunitas kedai kopi Subang Menyeduh yang masih beroperasi.

3.2.4.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel adalah sub kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Selain itu juga diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus menunjukkan segala karakteristik populasi sehingga tercermin dalam sampel yang dipilih, dengan kata lain sampel harus dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya atau mewakili (Sugiyono 2017).

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu probability sampling dan nonprobability sampling. Definisi probability sampling adalah “teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel” (Sugiyono, 2014).

Definisi nonprobability sampling adalah “teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan teknik yang diambil yaitu sampling jenuh (sensus). Teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Maka dari itu, penulis memilih sampel menggunakan teknik sampling jenuh karena jumlah populasi yang relatif kecil. Sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 40 pengusaha kedai kopi.

3.2.5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang lengkap, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik penelitian sebagai berikut:

1. Observasi

Metode survei (observasi) adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-

keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah.

2. Wawancara

Wawancara, yaitu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

3. Studi Dokumentasi

Pengertian studi dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, dalam hal ini yaitu literature keberhasilan usaha (Sugiyono, 2017). Studi dokumentasi tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu a). Perpustakaan UPI, b). Laporan yang diterbitkan lembaga tertentu, c). Skripsi atau Tesis, d). Jurnal Kewirausahaan dan e). Media cetak dan media elektronik (internet).

4. Kuesioner (angket)

Kuesioner dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan kepada responden yaitu komunitas kopi Subang Menyeduh. Kuesioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator variabel eksogen (Inovasi produk dan Jaringan Bisnis) serta variabel endogen (Keberhasilan Usaha). Langkah-langkah penyusunan kuesioner adalah sebagai berikut:

- a. Menyusun kisi-kisi angket atau daftar pertanyaan.
- b. Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawabannya. Jenis instrumen yang dipakai dalam kuisisioner merupakan instrumen yang bersifat tertutup, ialah seperangkat daftar pertanyaan tertulis dan disertai dengan alternatif jawaban yang disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.
- c. Memberikan skor untuk setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden atas pertanyaan diberi nilai dengan *semantik differential*.
- d. Studi Dokumentasi

Pengertian studi dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi

yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, dalam hal ini yaitu Keberhasilan Usaha dan Inovasi Produk serta Jaringan Bisnis. Studi dokumentasi tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu a). perpustakaan UPI, b). laporan yang diterbitkan lembaga tertentu, c). skripsi atau tesis, d). jurnal *Entrepreneurship* dan e). media cetak dan media elektronik (internet) (Sugiyono, 2017).

3.2.6. Teknik Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data menentukan mutu hasil penelitian, oleh karena itu data perlu diuji. Untuk mengetahui layak atau tidaknya instrumen pengumpulan data yang akan disebar, perlu dilakukan tahap pengujian berupa pengujian validitas dan reliabilitas. Kebenaran data dapat dilihat dari instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel (Sugiyono, 2017).

Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menjamin bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang dilakukan. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software computer* program SPSS 23.0 for windows.

3.2.6.1. Pengujian Validitas

Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menjamin terdapat persamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Uji validitas dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item angket yang valid atau tidak dengan mencari korelasi setiap item pernyataan dengan skor total pernyataan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran interval (Sugiyono, 2014b) . Perhitungan korelasi antara pernyataan dengan skor

total, digunakan alat uji korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2014b)

Keterangan:

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi

sebagai berikut:

1. Item pernyataan-pernyataan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$)
2. Item pernyataan-pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$).

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa tes ini adalah teknik korelasi biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan terhadap taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut.

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} : dk = n - 2$$

(Arikunto (2013))

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga t_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut valid.
Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Nur Gupita Safitri, 2023

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN JARINGAN BISNIS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari Inovasi Produk dan Jaringan Bisnis sebagai variabel (X) dan Keberhasilan Usaha sebagai variabel (Y).

Hasil uji coba pengujian validitas pada variabel inovasi produk, jaringan bisnis (X) dan keberhasilan usaha (Y) berdasarkan jawaban responden atas pernyataan pada item instrumen yang diajukan. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 23.0 for Windows dan uji statistik t yang dilakukan dengan bantuan Microsot Excel 2016 for Windows 10.

3.2.6.2. Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa setiap instrumen yang digunakan sebagai alat pengumpul data harus dapat dipercaya agar dapat menunjukkan kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono, 2014b).

Jika suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas (cronbach alpha). Walaupun secara teori besarnya koefisien reliabilitas berkisar 0,00 – 1,00, tetapi pada kenyataannya koefisien reliabilitas sebesar 1,00 tidak pernah tercapai dalam suatu pengukuran karena manusia sebagai subjek psikologis penelitian merupakan sumber kekeliruan yang potensial. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan rumus cronbach alpha. Rumus cronbach alpha dipakai untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian, adapun rumusnya sebagai berikut:

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

(Umar, 2009)

Keterangan:

- r_{11} : reliabilitas instrumen
- k : banyaknya butir pertanyaan
- σ_t^2 : deviasi standar total
- $\sum \sigma_b^2$: deviasi standar butir

Nur Gupita Safitri, 2023

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN JARINGAN BISNIS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Jumlah varian butir ditetapkan dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan seperti yang dipaparkan berikut ini. Rumus deviasi standar yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{n - 1}$$

(Umar, 2009)

Keterangan:

N : Jumlah populasi
 n : Jumlah responden (sampel jenuh)
 X : Nilai skor yang dipilih
 σ^2 : Nilai varians

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
- 2) Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

3.2.7. Teknik Analisis Data

Untuk melihat hipotesis yang dihasilkan telah didukung oleh data atau tidak, maka perlu dilakukan analisis data terhadap data yang telah dikumpulkan secara sistematis (Sekaran, 2003). Angket atau kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti mengacu kepada variabel penelitian mengenai Inovasi Produk dan Jaringan Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha dijadikan sebagai alat penelitian dalam penelitian ini. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data beserta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian
2. Menyeleksi data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang telah terkumpul.
3. Tabulasi data, penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Memberi skor pada tiap item. Penelitian ini akan diteliti pengaruh X terhadap Y dengan skala pengukuran menggunakan skala *semantic differential*.

Nur Gupita Safitri, 2023

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN JARINGAN BISNIS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Data yang diperoleh adalah data interval. Responden yang memberi penilaian dengan angka 7 berarti sangat positif, sedangkan bila memberi jawaban angka 4 berarti netral, bila memberi angka 1 berarti persepsi responden terhadap pernyataan itu sangat negatif.

3.2.7.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif atau disebut juga statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket (Sugiyono, 2014b). Angket ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis deskriptif inovasi produk (X_1)

Variabel X terfokus pada penelitian terhadap inovasi produk yang meliputi: fitur produk, desain dan rancangan produk

2. Analisis deskriptif jaringan bisnis (X_2)

Variabel X_2 terfokuskan pada penelitian terhadap jaringan bisnis yang meliputi: jaringan informal, jaringan eksternal dan jaringan kelembagaan.

3. Analisis deskriptif keberhasilan usaha (Y)

Variabel Y terfokus pada penelitian terhadap keberhasilan usaha yang meliputi: Laba atau profitabilitas, produktifitas dan efisiensi, daya saing, kompetensi dan citra baik.

Analisis deskriptif yang menggunakan angket pada penelitian ini akan dibantu oleh program SPSS melalui distribusi frekuensi. Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100% (M Ali, 2013). Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun

2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Garis Kontinum

Garis kontinum adalah garis yang menunjukkan, mengukur dan menganalisa seberapa besar tingkat kekuatan variabel yang tengah diteliti, sesuai instrument yang dipakai. Proses kegiatan penelitian membutuhkan instrumen atau alat yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data seperti angket. Angket berisikan berbagai pernyataan yang diajukan kepada responden atau sampel dalam suatu proses penelitian. Jumlah pernyataan yang dimuat dalam angket penelitian cukup banyak sehingga diperlukan *skoring* untuk memudahkan dalam proses penilaian dan akan membantu dalam proses analisis data yang telah ditemukan. Sebagaimana dalam *skoring* pada angket harus memenuhi ketentuan. Adapun terdapat rumus untuk mencari hasil skor ideal sebagai berikut (Sugiyono, 2014b):

Nilai Indeks Maksimum = $\frac{\text{Skor Interval Tertinggi} \times \text{Jumlah Item Pertanyaan}}{\text{Setiap Dimensi} \times \text{Jumlah Responden}}$

Nilai Indeks Minimum = $\frac{\text{Skor Interval Terendah} \times \text{Jumlah Item Pertanyaan}}{\text{Setiap Dimensi} \times \text{Jumlah Responden}}$

Jarak Interval = $[\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}] : \text{Skor Interval}$

Persentase Skor = $[(\text{Total Skor}) : \text{Nilai Maksimum}] \times 100$

Perolehan skor didasarkan pada hasil pengolahan data pada sub variabel, skor tersebut dapat digambarkan melalui garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.2.7.2. Analisis Verifikatif Menggunakan *Path Analysis*

Uji normalitas adalah pengujian data untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak (Ghazali, 2011:29). Pada dasarnya uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak (Herawati, 2016:3). Pengujian asumsi normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Jika distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametrik. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas. Untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan normal probability plot.

Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada normal probability plot yaitu dari kiri bawah ke kanan atas berarti berdistribusi normal. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan Rumus Kolmogorov-Smirnov. Kolmogorov-Smirnov (K-S) adalah salah satu tes kesesuaian. Uji K-S adalah uji ketepatan non-parametrik satu-sampel yang membandingkan fungsi distribusi kumulatif untuk variabel dengan distribusi tertentu (Malhotra & Birks, 2013:533). Rumus untuk menguji normalitas menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnov, sebagai berikut:

$$K = | F_s(x) - F_t(x) | \max$$

(Malhotra & Briks (2013)

Keterangan:

F_s = distribusi frekuensi kumpulan sampel

F_t = distribusi frekuensi kumpulan teoritis

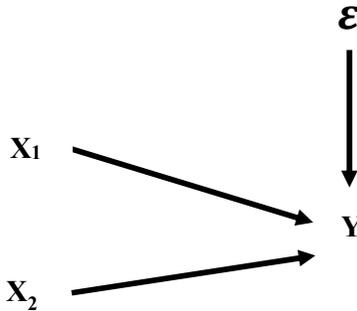
Data berdistribusi normal, jika nilai *asyp.sig* (signifikansi) > 0,05. Sedangkan data berdistribusi tidak normal, jika nilai *asyp.sig* (signifikansi) < 0,05. Setelah terbukti data yang dikumpulkan terdistribusi secara normal, dilakukan analisis verifikatif. Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Hasil dari analisis tersebut adalah data yang menyajikan pembahasan tentang pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan korelasi dalam

Nur Gupita Safitri, 2023

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN JARINGAN BISNIS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penelitian ini yaitu teknik analisis jalur (*path analysis*). Dalam memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval. Analisis ini digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel Inovasi Produk (X_1) dan Jaringan Bisnis (X_2) terhadap variabel Keberhasilan Usaha (Y) Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggambar struktur hipotesis pada gambar 3.2 sebagai berikut.



Gambar 3. 2
Struktur Hubungan Kausal X Terhadap Y

Keterangan:

X_1 : Inovasi Produk

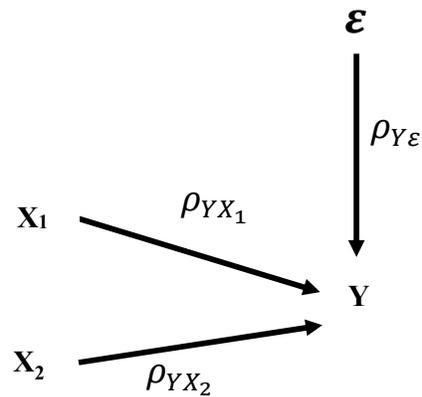
X_2 : Jaringan Bisnis

Y : Keberhasilan Usaha

ϵ : Variabel lain (Epsilon)

Struktur hubungan Gambar 3.2 menjelaskan bahwa Inovasi Produk dan Jaringan Bisnis berdampak pada Keberhasilan Usaha. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara Inovasi Produk (X_1) dan Jaringan Bisnis (X_2) serta variabel Keberhasilan Usaha (Y) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ϵ namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan. Struktur hubungan antara X_1 , X_2 dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis “terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor Inovasi Produk (X_1) dan Jaringan Bisnis (X_2) dalam membangun variabel endogen (Y) yaitu Keberhasilan Usaha. Berikut merupakan langkah – langkah analisis sesuai dengan prosedur *path analysis* (Sarwono, 2012):

- Menggambarkan struktur hipotesis utama



Gambar 3. 3
Struktur Hipotesis Utama Pengaruh X Terhadap Y

Keterangan:

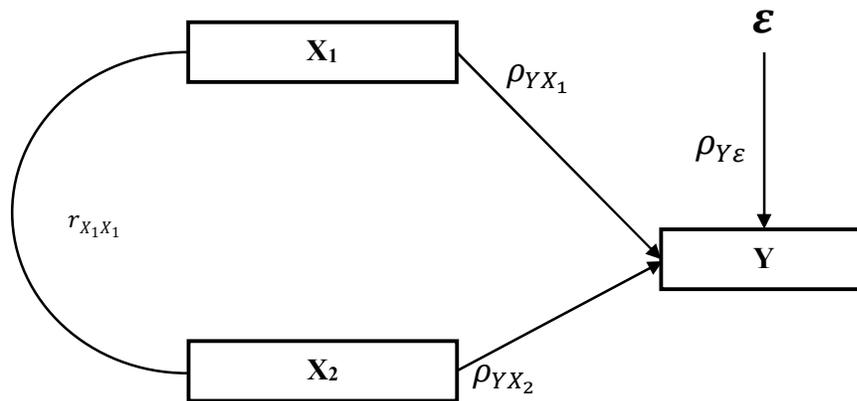
X_1 : Inovasi Produk

X_2 : Jaringan Bisnis

Y : Keberhasilan Usaha

ϵ : Variabel lain (Epsilon)

- Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa subhipotesis yang menyatakan pengaruh subvariabel independen (eksogen) yang paling dominan terhadap variabel dependen (endogen). Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.4 sebagai berikut:



Keterangan:

-  Variabel dimensi yang diteliti
 Pengaruh
 Hubungan Korelasional

Gambar 3. 4
Diagram Sub Hipotesis

Keterangan:

- Y = Keberhasilan Usaha sebagai variabel terikat (endogen)
 X_1 = Inovasi Produk sebagai variabel bebas (eksogen)
 X_2 = Jaringan Bisnis sebagai variabel bebas (eksogen)
 ϵ = Faktor lain yang mempengaruhi

- Susun matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{array}{cc|c} & X_1 & X_2 & \\ \hline & 1 & r_{X_1 \cdot X_2} & X_1 \\ & & 1 & X_2 \\ \hline \end{array}$$

Jika pengujian koefisien jalur dari variabel eksogen ke variabel endogen memiliki nilai yang negatif, artinya tidak bermakna dan harus dilakukan penghitungan ulang dengan mengeluarkan variabel eksogen yang bernilai negatif dari model (Hair, Anderson, & Tatham, 1998). Model *trimming* adalah metode

yang digunakan untuk memperbaiki suatu model struktur analisis jalur dengan cara mengeluarkan dari model (Heise; Ridwan & Engkos, 2012).

- Identifikasi persamaan sub hipotesis dengan cara menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{matrix} & \begin{matrix} X_1 & X_2 \end{matrix} \\ \begin{matrix} C_{1.1} & C_{1.2} \\ C_{2.2} \end{matrix} & \begin{matrix} C_1 \\ C_2 \end{matrix} \end{matrix}$$

- Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{matrix} \begin{matrix} \rho_{YX_1} \\ \rho_{YX_2} \end{matrix} & \begin{matrix} X_1 & X_2 \\ C_{1.1} & C_{1.2} \\ C_{2.2} \end{matrix} & \begin{matrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \end{matrix} \end{matrix}$$

- Untuk menghitung R²Y (X₁, X₂, X₃, X₄, X₅) yaitu hasil penghitungan koefisien determinasi total yang menyatakan pengaruh X₁ dan X₂, secara simultan terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) = [\rho_{YX_1}, \rho_{YX_2}] \begin{bmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \end{bmatrix}$$

- Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

c. Pengaruh (X₁) terhadap Y

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX_1} \cdot \rho_{YX_1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= \rho_{YX_1} \cdot r_{X_1.X_2} \cdot \rho_{YX_2} + \\ \text{Pengaruh total } (X_1) \text{ terhadap Y} &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

d. Pengaruh (X₂) terhadap Y

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX_2} \cdot \rho_{YX_2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &= \rho_{YX_2} \cdot r_{X_2.X_1} \cdot \rho_{YX_1} + \\ \text{Pengaruh total } (X_2) \text{ terhadap Y} &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

- Menghitung variabel lain (ε) dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho_{Y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2 Y(X_1 X_2)}$$

- Keputusan penerimaan atau penolakan H_0 Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0: \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} = 0$$

H_a : Sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho_{YX_i} \neq 0$, $i=1$ dan 2

Jika pengujian koefisien jalur dari variabel eksogen ke variabel endogen memiliki nilai yang negatif, artinya tidak bermakna dan harus dilakukan penghitungan ulang dengan mengeluarkan variabel eksogen yang bernilai negatif dari model (Hair, Anderson, & Tatham, 1998). Model *trimming* adalah metode yang digunakan untuk memperbaiki suatu model struktur analisis jalur dengan cara mengeluarkan dari model (Heise; Ridwan & Engkos, 2012).

3.2.7.3. Pengujian Hipotesis

Sebagai langkah akhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis regresi linear. Kebenaran suatu hipotesis dibuktikan melalui data-data yang terkumpul, secara statistik hipotesis diartikan sebagai pertanyaan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (Sugiyono, 2013:221).

Untuk menguji signifikansi korelasi antara variabel Inovasi Produk (X_1) dan Jaringan Bisnis (X_2), Keberhasilan Usaha (Y) secara simultan dilakukan dengan uji F sebagai berikut: (Sarwono, 2012)

$$F = \frac{(n - k - i)R^2 Y.(X_1.X_2)}{k(1 - R^2 Y.(X_1.X_2.)}$$

Keterangan:

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

R = koefisiensi korelasi

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka koefisiensi korelasi yang diuji adalah signifikan yaitu dapat diertlakukan untuk seluruh populasi. Kriteria penolakan hipotesisnya adalah:

Bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan

H_a ditolak Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak

dan H_a diterima

Kemudian dilakukan uji statistik secara parsial atau individual dengan

Nur Gupita Safitri, 2023

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN JARINGAN BISNIS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

rumus menggunakan rumus statistik:

$$t = \frac{\rho Y X_i}{\sqrt{\frac{1 - R^2 Y(X_1, X_2) C_{ii}}{n - k - i}}}$$

(Saworno, 2012)

Keterangan:

t = t_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan t_{tabel}

R = koefisiensi korelasi

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

Prosedur pengujian di atas mengikuti distribusi t, dengan *Degree of Freedom* = (n-k-i). Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Secara statistik, hipotesis utama yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_0 : $\rho \leq 0$, tidak terdapat pengaruh dari inovasi produk dan jaringan bisnis terhadap keberhasilan usaha baik secara simultan maupun parsial.

H_a : $\rho > 0$, terdapat pengaruh positif inovasi produk dan jaringan bisnis terhadap keberhasilan usaha.

Adapun subhipotesis yang diuji dalam penelitian ini, dapat dirumuskan sebagai berikut

- 1) H_0 : $\rho \leq 0$, tidak terdapat pengaruh positif inovasi produk terhadap keberhasilan usaha
 H_a : $\rho > 0$, terdapat pengaruh positif inovasi produk terhadap keberhasilan usaha
- 2) H_0 : $\rho \leq 0$, tidak terdapat pengaruh positif jaringan bisnis terhadap keberhasilan usaha
 H_a : $\rho > 0$, terdapat pengaruh positif jaringan bisnis terhadap keberhasilan usaha

Tabel 3. 4
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Pengaruh (*Guilford*)

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00-0,199	Sangat Rendah
2	0,20-0,399	Rendah
3	0,40-0,599	Sedang
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017)

Nur Gupita Safitri, 2023

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN JARINGAN BISNIS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu