

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini menempatkan beberapa variabel sebagai objek penelitian. Pada penelitian ini penulis menganalisis bagaimana *Entrepreneurial Bricolage* dan *Entrepreneurial Orientation* mempengaruhi keberhasilan usaha di kecamatan sukasari terkhusus pada pengusaha perempuan. Beberapa variabel yang diteliti, yaitu:

1. Variabel independen, atau yang sering di sebut sebagai variabel bebas, adalah variabel yang memiliki pengaruh atau penyebab perubahan atau munculnya variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel (X1) adalah, *Entrepreneurial Bricolage* dengan indikator yang di gunakan adalah *Making do, Refusal to, Resource Expansion Capability, Improvisation, Resource Combination*, (Chen et al., 2025) dan variabel (X2) adalah *Entrepreneurial Orientation* dengan indikator ukur *Innovativeness, risk-taking, proactiveness, dan Competitive* (Alkharafi et al., 2024)
2. Variabel dependen adalah variabel yang hasilnya kita amati atau ukur dalam sebuah penelitian untuk melihat pengaruh dari variabel lain, yang disebut variabel independen pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) yaitu keberhasilan usaha dengan indikator ukur *financial perfomance, Customer satisfaction, Business growht, dan business sustainability*.
3. Unit analisis yang dijadikan responden dalam penelitian ini, yaitu para pelaku UMKM kuliner perempuan di Gegerkalong kota Bandung. Penelitian ini menggunakan *cross sectional study* karena pengumpulan data dikumpulkan pada titik waktu tertentu (kasmodel, 2018). Periode pengumpulan data penelitian dilakukan dari satu tahun yaitu pada bulan Januari hingga Mei 2025.

## 3.2 Metode Penelitian

### 3.2.1. Jenis dan Metode Penelitian

Berdasarkan variabel yang diteliti, maka metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup metode deskriptif dan *verifikatif*. Penelitian deskriptif adalah suatu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik atau fenomena tertentu tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel yang diteliti. Dalam konteks ini, penelitian deskriptif berfokus pada pengumpulan dan analisis data yang memberikan gambaran yang jelas tentang subjek yang diteliti. Metode ini sering digunakan dalam berbagai bidang, termasuk pendidikan, kesehatan, dan ilmu sosial, untuk memahami kondisi saat ini, perilaku, atau karakteristik populasi tertentu (Fadli, 2021).

Melalui jenis penelitian deskriptif dapat diperoleh gambaran mengenai pandangan responden tentang keberhasilan usaha serta gambaran seberapa berpengaruh variabel *Entrepreneurial Bricolage* dan *Entrepreneurial Orientation* terhadap keberhasilan usaha pada wirausaha perempuan di kecamatan Sukasari kota Bandung. Penelitian *verifikatif* merupakan penelitian yang dilaksanakan untuk menguji kebenaran teori-teori yang telah ada, berupa konsep, prinsip, prosedur, dalil, maupun praktik dari teori itu sendiri (Febriyanto et al., 2019). Sehingga tujuan dari penelitian *verifikatif* dalam penelitian ini untuk memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh *Entrepreneurial Bricolage* dan *Entrepreneurial Orientation* terhadap keberhasilan usaha pada wirausaha perempuan di kecamatan Sukasari kota Bandung.

Secara umum berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan penelitian *verifikatif* dengan cara mengumpulkan data di lapangan, penerapan metode *explanatory survey* dalam penelitian ini memiliki sejumlah keuntungan utama, yaitu kemampuannya untuk memberikan bukti empiris mengenai dampak *Entrepreneurial Bricolage* dan *Entrepreneurial Orientation* terhadap keberhasilan usaha, serta untuk mengungkap mekanisme hubungan antar variabel secara lebih mendalam. Metode ini juga memungkinkan pengujian hipotesis yang dapat menghasilkan rekomendasi praktis bagi para pengusaha perempuan, pemerintah, dan lembaga terkait dalam upaya meningkatkan kesuksesan usaha di sektor kuliner. Dengan demikian, metode *explanatory survey* merupakan pilihan yang tepat untuk mencapai tujuan penelitian ini secara lebih terstruktur dan terukur.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *Entrepreneurial Bricolage* (X1) dan *Entrepreneurial Orientation* (X2) terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha

wanita di sektor kuliner (*F&B*) di Kecamatan Sukasari, Kota Bandung (Y). Desain penelitian yang dipilih adalah desain kausal. Desain penelitian ini berguna untuk mengukur sejauh mana variabel independen (*Entrepreneurial Bricolage dan Entrepreneurial Orientation*) mempengaruhi variabel dependen (keberhasilan usaha).

### 3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah atribut, nilai, atau sifat dari objek, individu, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu antara satu dengan yang lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, mencari informasi dan kemudian menarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian tersebut (Endrianti et al., 2023). Penelitian ini terdiri dari variabel bebas atau variabel independen (X) yang didefinisikan sebagai variabel yang memiliki kemampuan teoritis untuk menyebabkan perubahan atau dampak pada variabel lain dalam suatu penelitian dan variabel terikat atau variabel (Y) didefinisikan sebagai variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas dalam suatu penelitian (Endrianti et al., 2023). Pada penelitian ini akan menganalisis variabel yang ada yaitu:

1. Variabel independen (X1) yang di dalam penelitian ini merupakan EB, dan EO (X2)
2. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini merupakan Keberhasilan Usaha

Dan pada penelitian ini menggunakan Skala *Likert* 5 poin dengan lima alternatif jawaban yaitu sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), netral (N), setuju (S), sangat setuju (SS).

Tabel 3. 1 Variabel operasional penelitian

Sumber : Diolah oleh peneliti

Variabel	Dimensi/indikator	Ukuran	Skala
Variabel X1 <i>Entrepreneurial Bricolage</i>	<i>Entrepreneurial Bricolage</i> didefinisikan sebagai proses di mana wirausahawan menggunakan sumber daya yang tersedia untuk menciptakan solusi inovatif dalam menghadapi keterbatasan sumber daya dan ketidakpastian bisnis (Tajeddini, Gamage, Tajeddini, et al., 2023).		
	<b>Making Do, (Membuat sesuatu)</b> Mengacu pada kemampuan wirausahawan untuk menggunakan sumber daya yang ada secara kreatif daripada bergantung pada akuisisi eksternal. Abid et al. menyebutkan bahwa <i>bricolage</i> sumber daya berdampak positif terhadap kinerja keuangan, terutama bagi UKM di lingkungan yang terbatas sumber daya, di mana pemanfaatan sumber daya yang efektif dapat menghasilkan keunggulan kompetitif	Tingkat kemampuan menggunakan sumber daya yang ada secara kreatif dan efektif	Ordinal
		Tingkat kreativitas dalam memanfaatkan alat dan bahan yang sudah ada	Ordinal
	<b>Refusal to Enact Limitations (Penolakan terhadap keterbatasan)</b> mencerminkan pola pikir proaktif organisasi yang menekankan adaptabilitas, ketangguhan, dan solusi inovatif. Dengan fleksibilitas dan strategi responsif, organisasi dapat tetap kompetitif di pasar yang dinamis.	Tingkat keyakinan dalam menghadapi keterbatasan	Ordinal
		Tingkat keberanian dalam mencoba solusi baru	Ordinal
	<b>Resource Combination (Kombinasi sumber daya)</b> Kombinasi sumber daya, mengacu pada pengorganisasian strategis sumber daya untuk menciptakan nilai, menekankan pentingnya memanfaatkan beragam aset untuk mengoptimalkan kinerja. Gagasan ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa kombinasi sumber daya yang sukses dapat menghasilkan hasil operasional yang lebih baik di berbagai industri	Tingkat kemampuan menggabungkan berbagai sumber daya untuk menciptakan nilai baru	Ordinal
		Tingkat efisiensi dalam memanfaatkan sisa-sisa bahan produksi	Ordinal
	<b>Improvisation, (Improvisasi)</b> merupakan dimensi penting yang ditandai dengan kemampuan untuk mengambil keputusan spontan dan beradaptasi. improvisasi, didukung oleh kreativitas dan <i>bricolage</i> , memainkan peran penting dalam memfasilitasi inovasi dalam organisasi	Tingkat kemampuan beradaptasi dengan kondisi tak terduga	Ordinal
		Tingkat spontanitas dalam menemukan solusi masalah	Ordinal
	<b>Strategic Flexibility (Fleksibilitas Strategis)</b> Fleksibilitas ini sangat penting dalam konteks transformasi digital, di mana adaptabilitas operasional menjadi hal utama. Penelitian menunjukkan bahwa organisasi yang mempertahankan fleksibilitas strategis lebih siap untuk memanfaatkan peluang yang muncul	Tingkat efektivitas dalam pengalokasian sumber daya untuk tujuan baru	Ordinal
Tingkat adaptabilitas dalam operasional bisnis		Ordinal	

X2 <i>Entrepreneurial Orientation</i>	<i>Entrepreneurial Orientation</i> adalah kecenderungan individu atau organisasi untuk mengambil risiko yang diperhitungkan, berinovasi, dan menjadi proaktif dalam menciptakan serta mengeksplorasi peluang bisnis. EO sering kali dikaitkan dengan peningkatan daya saing dan inovasi dalam lanskap bisnis yang dinamis. (Hapsari et al., 2024)		
	<i>Innovativeness</i> atau (Inovasi) adalah pengembangan ide, teknologi, atau praktik baru melalui eksperimen dan kreativitas. Hal ini terlihat dari penciptaan produk atau layanan baru, penerapan teknologi, serta eksperimen dengan proses atau metode bisnis baru.	Tingkat inovasi dalam pengembangan produk dan layanan	Ordinal
		Tingkat kreativitas dalam menemukan solusi baru	Ordinal
	<i>Risk-Taking</i> , (Pengambilan risiko) adalah proses pengambilan keputusan di tengah ketidakpastian dengan mengevaluasi potensi hasil positif dan negatif. Hal ini tercermin dalam investasi pada proyek berisiko tinggi, eksplorasi pasar baru, dan keputusan berbasis informasi terbatas.	Tingkat keberanian dalam mengambil keputusan bisnis berisiko	Ordinal
		Tingkat kesiapan dalam menghadapi ketidakpastian bisnis	Ordinal
	<i>Proactiveness</i> , (Proaktif) adalah sikap perusahaan yang mengantisipasi dan bertindak terhadap permintaan pasar masa depan. Perusahaan proaktif berfokus pada menciptakan tren, merespons peluang dengan cepat, dan melakukan ekspansi sebelum pesaing.	Tingkat kesiapan menghadapi perubahan pasar	Ordinal
		Tingkat kecepatan dalam merespon kebutuhan konsumen	Ordinal
	<i>Competitive (kompetitif)</i> dapat diartikan sebagai sejauh mana perusahaan secara aktif dan agresif berusaha mengungguli pesaingnya. Hal ini mencakup respons cepat terhadap ancaman kompetitif, penerapan strategi pasar yang agresif seperti penetapan harga yang kompetitif, penetrasi pasar yang cepat, serta fokus pada inovasi dan penguasaan teknologi untuk memperluas pangsa pasar. Intinya, ini adalah pendekatan proaktif dan agresif dalam menghadapi persaingan demi mendapatkan keunggulan pasar.	Tingkat strategi dalam mengatasi persaingan	Ordinal
		Tingkat keberanian mengambil langkah-langkah kompetitif	Ordinal
	Variabel Y Keberhasilan Usaha	Keberhasilan usaha didefinisikan sebagai hasil positif yang dicapai bisnis melalui penerapan strategi pemasaran media sosial yang efektif.	
<i>Financial Performance (Kinerja Keuangan)</i> Dimensi ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan mengelola keuangan secara efisien. Indikatornya meliputi profitabilitas		Tingkat peningkatan omset bisnis dalam periode tertentu	Ordinal
		Tingkat keuntungan yang diperoleh usaha	Ordinal
		Tingkat efisiensi biaya operasional	Ordinal
<i>Customer Satisfaction (kepuasan pelanggan)</i> Dimensi ini mengacu pada tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan yang diberikan perusahaan. Indikatornya termasuk kualitas produk, pelayanan, dan loyalitas pelanggan.		Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan	Ordinal
		Tingkat loyalitas pelanggan	Ordinal
		Tingkat rekomendasi pelanggan terhadap usaha saya	Ordinal
<i>Business Growth (Pertumbuhan Usaha)</i> Dimensi ini mencerminkan peningkatan ukuran dan kapasitas bisnis dalam hal pendapatan, jumlah karyawan, pangsa pasar, atau ekspansi usaha.		Tingkat pertumbuhan jumlah pelanggan	Ordinal
		Tingkat ekspansi usaha	Ordinal
		Tingkat peningkatan volume penjualan	Ordinal
<i>Business Sustainability (keberlanjutan usaha)</i>	Tingkat keberlanjutan operasional bisnis	Ordinal	

	Dimensi ini menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang dengan tetap mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.	Tingkat adaptasi usaha terhadap perubahan lingkungan	Ordinal
		Tingkat daya tahan usaha dalam persaingan bisnis	Ordinal

### 3.2.3. Jenis dan Sumber Data

Data merupakan informasi yang dikumpulkan dan diolah untuk menghasilkan pengetahuan. Dalam penelitian data dapat dikategorikan menjadi dua jenis utama yaitu, data primer dan data sekunder. Data primer adalah serangkaian informasi yang diperoleh langsung dari sumbernya, seperti hasil wawancara, observasi, atau eksperimen sedangkan data sekunder adalah serangkaian informasi yang diperoleh dari sumber yang telah ada, seperti buku, jurnal, dan laporan penelitian sebelumnya. (Suwandi, 2022). Penjelasan secara merinci dari kedua jenis data tersebut sebagai berikut :

- 1) Data primer (*primary data*), data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui pengamatan, eksperimen, wawancara, kuesioner, atau metode lainnya yang melibatkan pengumpulan informasi langsung dari objek atau subjek penelitian. Data primer sering kali dianggap lebih akurat dan relevan karena dikumpulkan secara langsung sesuai dengan kebutuhan penelitian. Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah besar responden untuk tujuan yang dirasa tepat untuk mewakili seluruh populasi dari data survei, yaitu survei terhadap *womenpreneur* sektor F&B
- 2) Data sekunder (*secondary data*) Sumber data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan, diolah, dan dipublikasikan oleh pihak lain selain peneliti yang sedang melakukan studi. Data ini diambil dari sumber yang sudah ada dan digunakan kembali untuk tujuan penelitian yang berbeda dari tujuan aslinya. Sumber data sekunder sering digunakan karena dapat menghemat waktu dan biaya, serta memberikan konteks tambahan atau memperkuat temuan dari data primer.

Jenis dan sumber data yang digunakan pada penelitian ini dapat dilihat lebih jelas pada tabel berikut :

**Tabel 3. 2 Sumber Data penelitian**

Sumber : Diolah oleh peneliti

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Data pertumbuhan UMKM Perempuan Kota Bandung 2021 – 2023	Sekunder	goodstats.id
2	Data jumlah pelaku wirausaha di Indonesia berdasarkan Umur tahun 2023-2024	Sekunder	bps.go.id
3	Data indeks masyarakat digital dan literasi digital Indonesia tahun 2024	Sekunder	Kominfo.go.id
4	Hambatan para Pengusaha Perempuan Kota Bandung dalam berusaha.- stellar women tahun 2024	Sekunder	Surveymonskey.com
5	Data pembagian jenis industri pada pengusaha perempuan tahun 2024	Sekunder	Goodstats.id
6	Data pelaku usaha UMKM Perempuan kecamatan Sukasari Kota Bandung	Sekunder	Opendata.id

### 3.2.4. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah kumpulan prosedur atau metode yang digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian (Estuti et al., 2022). Teknik pengumpulan data adalah langkah penting dalam penelitian karena kualitas data yang dikumpulkan akan mempengaruhi validitas dan reliabilitas hasilnya. Peneliti harus memilih metode pengumpulan data yang sesuai dengan pertanyaan penelitian dan tujuan yang ingin dicapai.(Uctu & Al-Silefanee, 2023). Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dengan cara sebagai beriku :

#### 1) Observasi

Metode pengumpulan data di mana peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap objek atau fenomena yang diteliti. Observasi dapat dilakukan secara *partisipatif* (peneliti terlibat dalam situasi yang diamati) atau *non-partisipatif* (peneliti hanya mengamati tanpa terlibat langsung).

#### 2) Studi Literatur

Teknik pengumpulan data sekunder yang melibatkan pengumpulan dan analisis informasi dari berbagai sumber tertulis yang sudah ada, seperti buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, artikel, dan dokumen lainnya. Studi literatur digunakan untuk mengumpulkan

informasi yang relevan dengan topik penelitian dan untuk memahami konteks serta temuan penelitian sebelumnya.

### 3) Kuesioner

Alat pengumpulan data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis yang dirancang untuk mengumpulkan informasi dari responden. Kuesioner dapat disampaikan dalam bentuk cetak atau digital, dan dapat mencakup pertanyaan terbuka (responden memberikan jawaban dalam bentuk teks bebas) atau pertanyaan tertutup (responden memilih jawaban dari opsi yang telah disediakan). Alat bantu dalam penyebaran Kuesioner ini penelitian menggunakan kuesioner *online* dengan memakai *Google Form*.

### **3.2.5. Populasi, Sampel, Teknik sampling**

#### **3.2.5.1. Populasi**

Populasi penelitian mencakup seluruh unit analisis yang memiliki karakteristik serupa atau memiliki hubungan signifikan dengan isu yang sedang diteliti. Memahami tingkat dan atribut populasi sangat penting untuk memastikan representasi yang akurat dari kelompok yang menjadi fokus penelitian. Populasi penelitian merujuk pada keseluruhan individu, objek, atau kejadian yang menjadi subjek studi. Pentingnya pemahaman menyeluruh terhadap populasi terletak pada kemampuannya untuk menjamin representasi yang akurat, sehingga hasil penelitian dapat diekstrapolasi dengan tepat ke masyarakat yang lebih luas.

Dalam tahap awal desain penelitian, mengidentifikasi populasi yang relevan menjadi langkah krusial untuk menjamin tercapainya tujuan penelitian. Dengan pemahaman mendalam mengenai populasi penelitian, peneliti dapat menyusun penelitian yang lebih terfokus, relevan, dan valid, sehingga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan di bidang yang diteliti (Willie, 2022). Berdasarkan dari pemahaman di atas yang menjadi populasi pada penelitian kali ini adalah para pelaku UMKM kuliner wanita di Gegerkalong Kota Bandung yang berjumlah 57 pelaku usaha.

#### **3.2.5.2. Sampel**

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk keperluan observasi atau penelitian. Penggunaan sampel memungkinkan peneliti melakukan generalisasi dengan lebih efisien dan hemat biaya dari sampel ke populasi. Namun, pemilihan sampel secara cermat sangat penting untuk memastikan representasi yang akurat dari keseluruhan populasi. Sampel yang tidak representatif dapat menyebabkan ketidakakuratan dalam menarik kesimpulan penelitian. Terdapat berbagai metode pengambilan sampel, seperti sampel acak, sampel

berstrata, dan sampel bertahap (Asrulla, Risnita, & Firdaus Jeka, Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis, 2023). Kriteria atau penentuan sampel yang telah ditetapkan oleh peneliti, yaitu, :

- a) Pelaku UMKM Wanita yang menjual makanan dan minuman di sepanjang Gegerkalo Culinary Area dari mulai pangkalan ojek Gegerkalong hingga pertigaan jalan sebelum KPAD;
- b) Pelaku UMKM yang melakukan persiapan bahan, mengelola sampai menyajikan hidangan ke konsumen;
- c) Berjualan antara jam 09:00 – 21:00
- d) Persiapan segala bentuk produksi dilakukan di sarana berjualan seperti kios semi permanen atau gerobak.

Bayaknya pedagang kaki lima yang menjual makanan dan minuman di sepanjang jalan Gegerkalong Culinary Area ini berjumlah 125 orang. Jumlah sampel yang memenuhi kriteria terdapat 60 orang. Dengan rekapitulasi sebagai berikut.

**Tabel 3. 3 Data Pelaku Usaha Gegerkalong**

Sumber : Data diolah peneliti 16 Juni 2025 metode survei

No.	Jenis Makanan	Nama Makanan yang Dijual	Jumlah Penjual	Jumlah sesuai kriteria
1	Makanan Cemilan	Cilok	12	4
		Seblak	9	7
		Baso tusuk	7	3
		Lumpiah basah	5	4
		Roti kukus/ roti bakar	6	4
		Gorengan	18	6
		Buah Potong	3	2
		Kue Tradisional	2	3
2	Makanan Sepinggan	Nasi Goreng, Kuetiauw, Capcay	6	2
		Mie Baso	6	2
		Mie Ayam	4	3
		Sate Ayam	5	1
		Batagor	7	1
		Pempek	5	2
		Soto Ayam	3	1
		Martabak Asin, martabak manis	3	0
		Lotek	3	2
		Kebab	4	0
		Pecel Ayam, lele, bebek	10	2
		Fried Chicken	9	2
3	Minuman	Thai tea dan green tea	3	1
		Jus	12	4
		Es Pisang ijo	5	1
		Es Campur	3	2
		Es kepal Milo	3	1
Jumlah			153	60

Penelitian ini memiliki keterbatasan sehingga peneliti membutuhkan penarikan sampel untuk lebih mendalam. Sampel pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh EB dan EO terhadap keberhasilan usaha di kuliner Gegerkalong Kota Bandung. Sehingga dilakukanlah penarikan sampel dengan metode dan perhitungan yang dikemukakan oleh S. Isaac dan William sebagai berikut.

Tabel 3. 4 Penentuan jumlah sampel metode S. Isaac &amp; William

Sumber : (Nyante et al., 2019)

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	20	19	19	300	206	161	143	4000	569	320	254
25	24	23	23	320	216	167	147	4500	578	321	255
30	28	27	26	340	224	171	151	5000	586	324	256
35	33	32	31	360	234	177	155	6000	606	326	257
40	38	36	35	380	242	181	158	7000	616	332	261
45	42	40	39	400	250	186	162	8000	618	336	263
50	47	44	42	420	257	191	165	9000	618	336	263
55	51	48	46	440	262	195	168	10000	622	338	263
60	55	51	49	460	272	198	171	20000	638	342	267
65	59	55	53	480	276	201	173	30000	640	343	267
70	63	58	56	500	285	205	176	40000	642	342	268
75	67	62	60	550	298	211	180	50000	642	343	268
80	71	65	62	600	315	221	187	60000	646	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	70000	648	346	269
90	78	72	68	700	341	233	195	80000	652	346	269
95	83	75	71	750	352	238	199	90000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	100000	659	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	300000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	400000	662	348	270
140	116	100	92	1000	400	258	213	500000	663	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	600000	663	348	270
160	129	110	101	1200	427	271	221	700000	663	348	270
170	136	116	106	1300	440	276	225	800000	663	348	270
180	142	121	110	1400	451	282	228	900000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	286	232	1000000	664	349	272

Sumber: S. Isaac &amp; William B. Michaele (1981) dalam (Sugiyono, 2012)

Pada tabel 3.3 Penarikan sampel dengan metode yang dikembangkan oleh Isaac dan Michaele memungkinkan penentuan ukuran sampel yang sesuai dengan tingkat kesalahan yang diinginkan, seperti 1%, 5%, dan 10%. Dalam tabel yang mereka buat, disediakan pedoman untuk menentukan jumlah sampel yang tepat berdasarkan kebutuhan penelitian dengan tingkat kepercayaan yang diinginkan (Syahri, 2014). Diperoleh sebanyak 51 orang sebagai sampel dengan nilai pembulatan n 60 dan dengan mengambil taraf kesalahan 5% pada pelaku Usaha kuliner Wanita di Gegerkalong Kota Bandung. Sebanyak 51 sampel tersebut dengan ketentuan yakni sebagai pelaku UMKM wanita di Gegerkalong Kota Bandung.

Fahmi Ihban, 2025

**PENGARUH ENTREPRENEURIAL BRICOLAGE DAN ENTREPRENEURIAL ORIENTATION TERHADAP  
KEBERHASILAN USAHA (SURVEI PADA UMKM GEGERKALONG CULINARY AREA)**

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

### 3.2.5.3. Teknik penarikan sampel

Teknik purposive sampling atau sampling bertujuan merupakan salah satu metode non-probabilitas yang digunakan dalam penelitian ketika peneliti ingin mengambil sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan studi. Teknik ini diperkenalkan oleh Delbert C. Miller dan Neil J. Salkind, dan banyak digunakan dalam penelitian sosial dan bisnis. Dalam purposive sampling, peneliti secara sengaja memilih individu atau kelompok yang dianggap paling mampu memberikan informasi yang mendalam dan relevan terhadap topik yang diteliti. Teknik ini sangat sesuai digunakan apabila populasi penelitian memiliki kriteria khusus, seperti dalam penelitian ini yang berfokus pada women *entrepreneur* di sektor makanan dan minuman di Gegerkalong Kota Bandung, Kota Bandung. Dengan purposive sampling, peneliti dapat memastikan bahwa responden yang dipilih benar-benar mewakili karakteristik yang dibutuhkan, sehingga data yang diperoleh lebih tepat sasaran dan bermakna.

#### Uji Instrumen Penelitian

Data memiliki peran yang sangat signifikan dalam penelitian, karena mencerminkan variabel yang sedang diteliti dan berperan sebagai dasar pembentukan hipotesis (Brandt, 2014). Data yang baik adalah data yang dapat diandalkan dalam hal kebenaran, diperoleh secara tepat waktu, dan mencakup lingkup yang luas atau memberikan gambaran menyeluruh tentang suatu isu (Famili & Fazel, 1997).

Data memiliki peran yang sangat signifikan dalam penelitian, karena mencerminkan variabel yang sedang diteliti dan berperan sebagai dasar pembentukan hipotesis (Zwet & Goodman, 2022). Data yang baik adalah data yang dapat diandalkan dalam hal kebenaran, diperoleh secara tepat waktu, dan mencakup lingkup yang luas atau memberikan gambaran menyeluruh tentang suatu isu (Anggraini et al., 2022). Pengumpulan data menggunakan berbagai metode tidak selalu merupakan tugas yang mudah, dan sering kali terdapat risiko pemalsuan data. Oleh karena itu, penting untuk melakukan pengujian data guna memastikan kualitas yang baik. Pengujian instrumen yang akan disebarkan kepada responden dilakukan melalui dua tahap, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Keberhasilan penelitian sangat dipengaruhi oleh hasil dari kedua pengujian ini, sehingga data yang diperlukan dalam penelitian harus memiliki validitas dan reliabilitas yang baik.

Fungsi dari instrumen penelitian untuk mendapatkan data yang cocok dengan permasalahan serta bertindak sebagai alat evaluasi. Adanya konsep instrumen penelitian kemudian diuji coba dengan responden yang berada di luar sampel agar dapat dilihat gambar

validitas dan *Reliabilitas* instrumen. Penelitian ini menggunakan data interval, yang merupakan jenis data yang menggambarkan jarak atau perbedaan antara satu titik data dengan titik data lainnya, di mana setiap nilai memiliki bobot atau skala yang sama (Setiawan & Slamet, 2022), serta menggunakan skala pengukuran *semantic differential*. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu software komputer program *Statistical Product for Service Solutions (SPSS)* versi 25.0 for Windows

Pengumpulan data menggunakan berbagai metode tidak selalu merupakan tugas yang mudah, dan sering kali terdapat risiko pemalsuan data. Oleh karena itu, penting untuk melakukan pengujian data guna memastikan kualitas yang baik. Pengujian instrumen yang akan disebarkan kepada responden dilakukan melalui dua tahap, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Keberhasilan penelitian sangat dipengaruhi oleh hasil dari kedua pengujian ini, sehingga data yang diperlukan dalam penelitian harus memiliki validitas dan reliabilitas yang baik.

Fungsi dari instrumen penelitian untuk mendapatkan data yang cocok dengan permasalahan serta bertindak sebagai alat evaluasi. Adanya konsep instrumen penelitian kemudian diuji coba dengan responden yang berada di luar sampel agar dapat dilihat gambar *validitas* dan *Reliabilitas* instrumen.

#### **3.2.5.4. Uji Validitas**

Uji validitas adalah proses untuk mengukur apakah sebuah instrumen atau metode pengukuran benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas memastikan bahwa data yang diperoleh dari instrumen pengukuran dapat digunakan untuk membuat kesimpulan yang akurat dan bermakna. Dalam penelitian ini, validitas *konstruk* digunakan untuk menilai sejauh mana item atau butir tes mampu secara akurat mengukur konsep atau definisi konseptual yang telah ditetapkan (Polas, 2024). Validitas konstruk dievaluasi melalui validitas konvergen dan *diskriminan*. Validitas *konstruk* dapat ditentukan dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh dari setiap item atau butir pertanyaan dengan skor total. Skor total merupakan nilai yang dihitung berdasarkan total skor dari semua item. Alat ukur dikatakan valid jika terdapat korelasi yang signifikan antara skor semua item yang terklasifikasi berdasarkan dimensi konsep dengan skor total. Berikut rumus yang digunakan dengan menggunakan rumus yang digunakan untuk menghitung suatu instrumen dengan menggunakan rumus *kolerasi Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\Sigma xy) - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{[n\Sigma x^2 - (\Sigma X)^2][n\Sigma Y^2 - (\Sigma y)^2]}}$$

Keterangan:

- $r_{xy}$  : Koefisien validitas item yang dicari  
 $X$  : Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item  
 $Y$  : Skor total yang diperoleh dari seluruh item  
 $\Sigma X$  : Jumlah skor dalam distribusi XXX  
 $\Sigma Y$  : Jumlah skor dalam distribusi YYY  
 $n$  : Jumlah responden

Pengujian Validitas ditentukan dalam :

- Pernyataan atau pertanyaan responden penelitian dikatakan **Valid** jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$
- Pernyataan atau pertanyaan responden penelitian dikatakan **Tidak Valid** jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$

Signifikansi koefisien korelasi dapat ditentukan melalui dua cara. Cara pertama adalah dengan membandingkan nilai koefisien korelasi dengan nilai yang terdapat pada tabel *r Product Moment*. Jika nilai koefisien korelasi yang dihitung ( $r_{hitung}$ ) lebih besar daripada nilai yang terdapat pada tabel *r Product Moment* ( $r_i > r_t$ ), maka dikatakan bahwa koefisien korelasi tersebut signifikan. Cara kedua adalah dengan menggunakan uji t yang disajikan sebagai berikut

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

Keputusan pengujian validitas responden dilakukan dengan menggunakan beberapa kriteria sebagai berikut:

1. Nilai t hasil pengujian dibandingkan dengan nilai kritis pada tabel t dengan derajat kebebasan ( $dk$ ) sebesar  $n-2$  dan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05.
2. Jika nilai korelasi yang dihitung ( $r_{hitung}$ ) lebih besar atau sama dengan nilai kritis pada tabel ( $r_{tabel}$ ) maka item pertanyaan responden dalam penelitian tersebut dikatakan valid.

3. Jika nilai korelasi yang dihitung ( $r_{hitung}$ ) lebih kecil dari nilai kritis pada tabel ( $r_{tabel}$ ), maka item pertanyaan responden dalam penelitian tersebut dikatakan tidak valid

Pengujian validitas diperlukan untuk mengevaluasi apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat secara tepat mengukur variabel yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, akan dilakukan pengujian validitas terhadap instrumen, *Entrepreneurial Bricolage (X1)* dan *Entrepreneurial Orientation (X2)* sebagai variabel (X) dan daya tahan usaha sebagai variabel (Y).

**Tabel 3. 5 Tabel Uji validitas Entrepreneurial Bricolage**

<i>Entrepreneurial Bricolage</i>				
No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	keterangan
<b>Making Do (Membuat sesuatu)</b>				
1	Tingkat kemampuan menggunakan sumber daya yang ada secara kreatif dan efektif	0,576	0,338	Valid
2	Tingkat kreativitas dalam memanfaatkan alat dan bahan yang sudah ada	0,575	0,338	Valid
<b>Refusal to Enact Limitations (Penolakan untuk Menerapkan Pembatasan)</b>				
3	Tingkat keyakinan dalam menghadapi keterbatasan	0,601	0,338	Valid
4	Tingkat keberanian dalam mencoba solusi baru	0,561	0,338	Valid
<b>Resource Combination (Kombinasi sumber daya)</b>				
5	Tingkat kemampuan menggabungkan berbagai sumber daya untuk menciptakan nilai baru	0,543	0,338	Valid
6	Tingkat efisiensi dalam memanfaatkan sisa-sisa bahan produksi	0,610	0,338	Valid
<b>Improvisation,(Improvisasi)</b>				
7	Tingkat kemampuan beradaptasi dengan kondisi tak terduga	0,687	0,338	Valid
8	Tingkat spontanitas dalam menemukan solusi masalah	0,547	0,338	Valid
<b>Strategic Flexibility (Fleksibilitas Strategis)</b>				
9	Tingkat efektivitas dalam pengalokasian sumber daya untuk tujuan baru	0,651	0,338	Valid
10	Tingkat adaptabilitas dalam operasional bisnis	0,493	0,338	Valid

Sumber : Hasil olah data Kuesioner 22 Juni 2025

Dari tabel 3. 5 uji validitas dapat diketahui bahwa setelah melakukan uji validitas seluruh pertanyaan mengenai *Entrepreneurial Bricolage (X1)* semuanya valid. Karena hasil dari uji yang peneliti lakukan terhadap 31 responden awal menunjukkan hasil  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ .

Tabel 3. 6 Uji validitas Entrepreneurial orientation

Entrepreneurial orientation				
No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	keterangan
<b>Innovativeness (inovasi)</b>				
1	Tingkat inovasi dalam pengembangan produk dan layanan	0,614	0,338	Valid
2	Tingkat kreativitas dalam menemukan solusi baru	0,512	0,338	Valid
<b>Risk-Taking, (Pengambilan risiko)</b>				
3	Tingkat keberanian dalam mengambil keputusan bisnis berisiko	0,564	0,338	Valid
4	Tingkat kesiapan dalam menghadapi ketidakpastian bisnis	0,575	0,338	Valid
<b>Proactiveness, (Proaktif)</b>				
5	Tingkat kesiapan menghadapi perubahan pasar	0,627	0,338	Valid
6	Tingkat kecepatan dalam merespon kebutuhan konsumen	0,664	0,338	Valid
<b>Competitive (Sikap agresif dalam bersaing)</b>				
7	Tingkat strategi dalam mengatasi persaingan	0,670	0,338	Valid
8	Tingkat keberanian mengambil langkah-langkah kompetitif	0,506	0,338	Valid

Sumber : Hasil olah data Kuesioner 22 Juni 2025

Dari tabel 3. 6 uji validitas dapat diketahui bahwa setelah melakukan uji validitas seluruh pertanyaan mengenai *Entrepreneurial Orientation (X2)* semuanya valid. Karena hasil dari uji yang peneliti lakukan terhadap 35 responden awal menunjukkan hasil  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ .

**Tabel 3. 7 Uji Validitas Keberhasilan Usaha**

<b>Keberhasilan Usaha</b>				
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b><math>r_{hitung}</math></b>	<b><math>r_{tabel}</math></b>	<b>keterangan</b>
<b><i>Financial Performance (Kinerja Keuangan)</i></b>				
1	Tingkat peningkatan omset bisnis dalam periode tertentu	0,380	0,338	Valid
2	Tingkat keuntungan yang diperoleh usaha	0,481	0,338	Valid
3	Tingkat efisiensi biaya operasional	0,367	0,338	Valid
<b><i>Customer Satisfaction (kepuasan pelanggan)</i></b>				
4	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan	0,402	0,338	Valid
5	Tingkat loyalitas pelanggan	0,538	0,338	Valid
6	Tingkat rekomendasi pelanggan terhadap usaha saya	0,438	0,338	Valid
<b><i>Business Growth (Pertumbuhan Usaha)</i></b>				
7	Tingkat pertumbuhan jumlah pelanggan	0,408	0,338	Valid
8	Tingkat ekspansi usaha	0,406	0,338	Valid
9	Tingkat peningkatan volume penjualan	0,458	0,338	Valid
<b><i>Business Sustainability (keberlanjutan usaha)</i></b>				
10	Tingkat keberlanjutan operasional bisnis	0,642	0,338	Valid
11	Tingkat adaptasi usaha terhadap perubahan lingkungan	0,501	0,338	Valid
12	Tingkat daya tahan usaha dalam persaingan bisnis	0,525	0,338	Valid

Sumber : Hasil olah data Kuesioner 22 Juni 2025

Dari tabel 3. 7 uji validitas dapat diketahui bahwa setelah melakukan uji validitas seluruh pertanyaan mengenai Keberhasilan usaha semuanya valid. Karena hasil dari uji yang peneliti lakukan terhadap 35 responden awal menunjukkan hasil  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ .

### 3.2.5.5. Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah indikator yang menunjukkan sejauh mana suatu instrumen atau alat pengukur dapat diandalkan, yang merujuk pada tingkat stabilitas atau konsistensi hasil pengukurannya saat digunakan berulang kali untuk mengukur hal yang sama, Konsep reliabilitas dalam konteks ini berkaitan dengan tidak konsisten hasil pengukuran yang mungkin terjadi karena kesalahan dalam pengambilan sampel, yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten ketika dilakukan ulang pada kelompok yang berbeda. Dengan kata lain, reliabilitas mengukur sejauh mana hasil pengukuran dapat diandalkan meskipun dilakukan oleh individu atau kelompok yang berbeda (Y. Utami, 2023). Dalam menguji tingkat

Reliabilitas, rumus alfa cronbach digunakan oleh peneliti. Instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkatan yang memadai jika alfa cronbach dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

- 
- 1.  $r_{11}$  = Reliabilitas instrumen.
- 2.  $k$  = Banyak butir soal.
- 3.  $\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varians butir tiap pertanyaan.
- 4.  $\sigma_t^2$  = Varians total.

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen adalah sebagai berikut : 1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan reliabel jika koefisien internal seluruh item ( $n$ ) > rtabel dengan tingkat signifikansi 5%. 2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak reliabel jika koefisien internal seluruh item ( $n$ ) < rtabel dengan tingkat signifikansi 5%. Pada suatu penelitian dapat di nyatakan *Acceptable* jika memiliki nilai *Cronbach's alpha* sebesar  $\geq 0,700$  akan tetapi jika pada hasil uji Reliabilitas memiliki nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0.60 – 0.69 itu masih dapat di terima (William G. Zikmund, Barry J. Babin, Jon C. Carr, 2013).

**Tabel 3. 8 Uji Reliabilitas penelitian**

No.	Valriabel	$r_{hitung}$	Kategori Alpha	keterangan
1	Entrepreneurial Bricolage (X1)	0,784	0.60 – 0.69	Realiabel
2	Entrepreneurial Orientation (X2)	0,704	0.60 – 0.69	Realiabel
3	Keberhasilan Usaha (Y)	0,667	0.60 – 0.69	Realiabel

Sumber : Hasil olah data Kuesioner 22 Juni 2025

Pada tabel 3.8 berdasarkan hasil uji Reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha, seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai alpha  $\geq 0,60$ , yang menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan reabel. Hal ini sejalan dengan pendapat (William G. Zikmund, Barry J. Babin, Jon C. Carr, 2013) yang menyatakan bahwa nilai alpha di atas 0,60 dapat diterima untuk melakukan penelitian.

### 3.2.6. Rancangan Teknis Analisis Data

Teknik analisis data adalah tahap penting dalam penelitian yang dilakukan setelah semua data terkumpul. Tujuannya adalah untuk menganalisis, menginterpretasi, dan memahami data yang dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau mengatasi permasalahan yang diteliti. Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner yang disusun berdasarkan variabel penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah semua data dari responden terkumpul. Proses analisis data dalam penelitian melibatkan beberapa tahapan yang terdiri dari:

- 1) Menyusun data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.
- 2) Menyeleksi data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang sudah terkumpul.
- 3) Tabulasi data, penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah sebagai berikut:
  - a. Menginput data ke program Microsoft Office Excel
  - b. Memberi skor pada setiap item.
  - c. Menjumlahkan skor pada setiap item.
  - d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

Pada penelitian ini akan diteliti pengaruh EB dan EO terhadap keberhasilan usaha, Penelitian ini menggunakan *semantic differential scale* di mana biasanya menunjukkan skala lima poin dengan atribut bipolar untuk mengukur arti suatu objek atau konsep bagi responden. Responden yang memberi penilaian pada angka 5 menunjukkan bahwa responden tersebut memiliki persepsi sangat positif, sedangkan penilaian pada angka 1 berarti memiliki persepsi sangat negatif.

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan teknik analisis Regresi linear berganda Regresi linear berganda (*multiple linear regression*) adalah teknik statistik yang digunakan untuk memodelkan hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Metode ini sangat berguna dalam berbagai bidang, termasuk ekonomi, kesehatan, dan ilmu sosial, karena kemampuannya untuk menangkap kompleksitas hubungan antar variabel. Dalam konteks ini, beberapa penelitian telah menunjukkan aplikasi dan efektivitas regresi linear berganda dalam berbagai situasi (Y. Utami, 2023).

### 3.2.7. Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif memiliki tujuan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan suatu variabel berdasarkan hasil kuisioner setelah di analisis. Langkah dalam melakukan analisis data deskriptif sebagai berikut:

- a) Menentukan Jumlah Skor kontinum (SK) dengan rumus:

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

SK = Skor Kriterion

ST = Skor Tertinggi

JB = Jumlah Butir

JR = Jumlah Responden

- b) Jumlah skor hasil kuisioner dibandingkan dengan jumlah skor kriterion dan dapat digunakan untuk mencari jumlah skor hasil kuisioner. Rumusnya adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

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

2.  $X1 - Xn$  = Jumlah skor kuesioner masing-masing responden

- c) Membuat daerah katagori 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:

- Sk = Skor Kriterion
- ST = Skor Tertinggi
- 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 Sekar hasil penelitian atau *rating scale* di dalam garis kontinum ( $S / \text{Skor Maksimal} \times 100\%$ )

Sangat Rendah	Rendah	Cukup	Tinggi	Sangat Tinggi

- d) Membandingkan skor total masing-masing variabel dengan parameter di atas dalam rangka memperoleh gambaran EB (X1), EO (X2) dan Keberhasilan Usaha (Y)

### 3.2.8. Analisis Data Verifikatif

Menurut (Sukmasar, 2017) Analisis *verifikatif* adalah metode analisis yang digunakan untuk menguji atau memverifikasi hipotesis atau teori tertentu. Dalam konteks penelitian, analisis *verifikatif* bertujuan untuk memastikan bahwa data atau temuan yang diperoleh benar-benar mendukung atau membuktikan hipotesis yang diajukan. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan data dan penerapan teknik analisis statistik untuk menilai sejauh mana hipotesis tersebut didukung oleh bukti empiris. Analisis *verifikatif* dapat digunakan di berbagai bidang seperti ilmu sosial, ekonomi, dan sains untuk menguji keandalan dan validitas teori-teori yang sudah ada.

Metode ini dapat dipakai dalam mendeskripsikan atau mengurangi permasalahan yang berkaitan dengan pernyataan terhadap variabel mendeskripsikan suatu hipotesis yang diajukan.

Teknik Analisis data

### 3.2.9. 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*.

#### 3.4.1.1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah data yang diperoleh mengikuti distribusi normal atau tidak, yang penting karena banyak teknik analisis statistik mengasumsikan distribusi normal. Beberapa metode yang umum digunakan meliputi Uji *Kolmogorov-Smirnov* yang membandingkan distribusi kumulatif data dengan distribusi kumulatif normal, Uji *Shapiro-Wilk* yang menilai kesesuaian data dengan distribusi

normal dan sensitif terhadap *dataset* kecil, Uji *Lilliefors* yang merupakan modifikasi Uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk situasi di mana parameter distribusi normal tidak diketahui, Plot Q-Q (*Quantile-Quantile*) yang membandingkan kuantil data dengan kuantil distribusi normal, serta histogram yang memvisualisasikan data untuk menunjukkan apakah data mendekati bentuk distribusi normal. Metode-metode ini membantu memastikan validitas dari analisis statistik lanjutan yang akan dilakukan.

#### 3.4.1.2. Uji Multikolinieritas

Uji *Multikolinieritas* digunakan untuk mendeteksi apakah terdapat korelasi linear yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. *Multikolinieritas* yang tinggi dapat menyebabkan koefisien regresi menjadi tidak stabil dan membuat interpretasi model menjadi sulit dan kurang akurat. Untuk mendeteksi masalah ini, salah satu metode yang sering digunakan adalah Variance Inflation Factor (VIF), di mana nilai VIF yang tinggi menunjukkan adanya *Multikolinieritas* yang signifikan. Selain itu, metode seperti analisis nilai tolerance juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi *Multikolinieritas*, di mana nilai tolerance yang rendah mengindikasikan hubungan linear yang kuat antara variabel independen. Pemeriksaan dan penanganan *Multikolinieritas* penting untuk memastikan keandalan dan validitas hasil analisis regresi.

#### 3.4.1.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji *heteroskedastisitas* bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat variasi yang tidak konstan dalam *residual* model regresi. Ketika varians *residual* berubah dengan nilai variabel independen, ini disebut *heteroskedastisitas*, yang dapat menyebabkan hasil estimasi menjadi tidak efisien dan kesalahan standar yang tidak akurat. Beberapa metode yang umum digunakan untuk uji *heteroskedastisitas* adalah Uji *Breusch-Pagan*, yang menguji hubungan antara *residual* model dan variabel independen, Uji *White*, yang mirip dengan Uji *Breusch-Pagan* tetapi tidak memerlukan asumsi *normalitas*, dan analisis plot *residual*, yang menggunakan plot grafis antara *residual* dan variabel independen untuk mendeteksi pola *heteroskedastisitas*. Penting untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah *heteroskedastisitas* untuk memastikan validitas dan keandalan model regresi. Penilaian *heteroskedastisitas* dapat dilakukan dengan mengamati pola *scatterplot*. Jika pada *scatterplot* ditemukan bahwa:

- a) Titik-titik data tersebut di atas dan di bawah angka 0.
- b) Titik data tidak berkumpul hanya di satu sisi.

- c) Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang yang berulang dari melebar hingga menyempit kembali.

#### 3.4.1.4. Analisis Kolerasi

Analisis korelasi dapat digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen yang akan diteliti, Bahwa untuk Dapat memberikan pemahaman mengenai kuat atau rendahnya hubungan pengaruh, dapat menggunakan ketentuan sebagai berikut:

**Tabel 3. 9** Tabel ketentuan Tabel Kolerasi

Sumber:(Sukriani, 2022)

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

#### 3.4.1.5. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Tujuannya adalah untuk membentuk model prediksi dan memahami seberapa besar kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \dots \beta_nX_n + \epsilon$$

Di mana:

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

$\alpha$  = intersep (nilai Y ketika X = 0).

$\beta$  = koefisien regresi yang menunjukkan seberapa besar perubahan dalam Y untuk setiap satu unit perubahan dalam X.

$\epsilon$  = Error term, yang mencerminkan variabilitas dalam Y yang tidak dijelaskan oleh X.

#### 3.2.10. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah proses statistik yang digunakan untuk menentukan apakah ada cukup bukti dalam data sampel untuk mendukung atau menolak suatu hipotesis tertentu,

dengan melibatkan penyusunan hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menyatakan tidak ada efek atau perbedaan signifikan, dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) yang menyatakan ada efek atau perbedaan signifikan.

- $H_0$  ditolak, jika:  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $sig > \alpha$  (0,05) {tidak terdapat pengaruh yang signifikan}
- $H_1$  diterima, jika :  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $sig < \alpha$  (0,05) {terdapat pengaruh yang signifikan}.

#### 3.4.1.1. 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 model 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)
- $H_1$  diterima, jika :  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $sig < \alpha$  (terdapat pengaruh yang signifikan).

#### 3.4.1.2. Uji T (Parsial)

Uji T adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara rata-rata dua kelompok data. Teknik ini sangat berguna dalam penelitian untuk menentukan apakah suatu perlakuan atau kondisi memiliki efek nyata terhadap suatu variabel. Uji T bekerja dengan membandingkan nilai rata-rata dan mempertimbangkan variasi data serta ukuran sampel, sehingga dapat memberikan kesimpulan apakah perbedaan yang diamati terjadi secara kebetulan atau memang memiliki makna statistik.

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