

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian maka dibuatlah desain penelitian. Desain penelitian adalah rencana dan struktur penelitian yang ditentukan untuk mendapatkan dan memahami jawaban pertanyaan penelitian. Rencana penelitian mencakup tentang apa yang akan dilakukan setelah membuat hipotesis dan tindakan terhadap implikasi hasil analisis data. Struktur merupakan kerangka kerja, organisasi, dan bentuk hubungan antara variabel dari sebuah penelitian. Desain penelitian dapat ditentukan dengan deskriptor-deskriptor: pertanyaan penelitian, metode pengumpulan data, tujuan studi, rentang waktu pengumpulan data, dan kedalaman studi (Cooper dan Schindler, 2003: 146).

Penelitian ini merupakan penelitian formal yaitu sebuah penelitian yang dimulai dengan pertanyaan penelitian. Prosedur yang tepat dan spesifikasi sumber data digunakan untuk memenuhi tujuan penelitian formal yaitu menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah studi komunikasi yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan respon subjek secara personal. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Pembelajaran Organisasional dan Orientasi Kewirausahaan terhadap inovasi serta dampaknya terhadap kinerja perusahaan sehingga jenis penelitian yang digunakan adalah *verificative/explanation*. Penelitian verifikatif digunakan karena jenis masalah penelitian ini adalah *relational problems*, kerangka konseptual adalah *logical thinking*, alternatif pemecahan masalah adalah *relational hypothesis*, dan pengujian hipotesis dengan menggunakan perhitungan-perhitungan statistik inferensial sehingga metode penelitian yang digunakan adalah Metode Survei Penjelasan (*explanatory survey method*) yaitu suatu metode survei untuk mengungkap kejelasan hubungan dan pengaruh antara variabel penelitian.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah **Organisasi** yaitu perusahaan-perusahaan batik yang menghasilkan kain batik dan baju batik dengan responden/*key informant* dalam penelitian ini adalah pemilik perusahaan batik. Unit analisis adalah unit pokok yang diteliti yang nantinya menjadi unit populasi.

Waktu pengumpulan data dilakukan dengan rentang waktu (*time horizon*) yang bersifat *one shot/cross-sectional* karena penelitian dilakukan hanya satu kali artinya data atau informasi yang dikumpulkan merupakan hasil penelitian yang dilakukan pada satu periode waktu tertentu. Rentang waktu penelitian telah dikemukakan oleh Cooper dan Schindler (2003: 149).

Sumber data dalam sebuah penelitian terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari sumber asli yaitu survei yang dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan. Sedangkan data sekunder berasal dari sumber lain (A. Gima Sugiama, 2013: 129).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut A. Gima Sugiama, (2013: 135) data primer yang diperoleh dengan metode survei dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1
Metode Survei dan Karakteristiknya

Metode Survei	Karakteristik
Wawancara pribadi	<ul style="list-style-type: none"> a. Wawancara dilakukan langsung berhadapan dengan responden b. Hubungan langsung antara pewawancara dengan responden c. Lingkungan (suasana hati, waktu, dan tempat) berpengaruh pada proses pengumpulan data d. Memerlukan waktu dan biaya yang besar
Wawancara melalui telepon	<ul style="list-style-type: none"> a. Wawancara dilakukan melalui pesawat telepon b. Pewawancara hanya berhubungan secara verbal dengan responden c. Situasi dan kondisi lingkungan relatif sedikit berpengaruh pada proses pengumpulan data d. Jumlah biaya biasanya lebih kecil dari wawancara pribadi tetapi lebih besar

	daripada wawancara melalui surat
Survei melalui surat	<ul style="list-style-type: none"> a. Kuesioner disampaikan melalui surat b. Tidak ada hubungan langsung antara pewawancara dengan responden c. Situasi dan kondisi lingkungan tidak berperan dalam proses pengumpulan data d. Pengeluaran biaya untuk formulir (kertas kuesioner) lebih besar dari pada metode lainnya
Survei melalui <i>fax</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Kuesioner dikirim melalui <i>fax</i> b. Pewawancara dapat memiliki hubungan atau tidak dengan responden c. Lingkungan tidak berperan dalam proses pengumpulan data d. Biaya pengumpulan data bergantung pada jarak pengiriman
Survei melalui <i>e-mail</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Kuesioner dikirim melalui <i>internet</i> b. Pewawancara dapat memiliki hubungan atau tidak dengan responden c. Lingkungan tidak berperan dalam proses pengumpulan data d. Biaya pengumpulan data lebih murah daripada melalui <i>fax</i>

Sumber: A. Gima Sugiama, 2013: 143

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan metode survei dengan cara wawancara pribadi.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Definisi populasi menurut A. Gima Sugiama, (2013: 115) adalah “Sekumpulan dari individu yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti”. Sedangkan banyaknya objek yang ada dalam sebuah populasi disebut ukuran populasi. Karakteristik atau ciri-ciri yang dimiliki seluruh individu dalam suatu populasi umumnya ditetapkan memiliki kemiripan atau kecenderungan yang sama.

Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah perusahaan-perusahaan batik di Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon dengan skala usaha kecil dan menengah. Ukuran populasi perusahaan batik di Kecamatan Plered pada tahun

Raras Eka Nindita, 2017

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN PEMBELAJARAN ORGANISASIONAL TERHADAP INOVASI ORGANISASIONAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

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

2015 adalah 275 perusahaan yang tersebar di Desa Gamel, Desa Panembahan, Desa Sarabau, Desa Trusmi Kulon, Desa Trusmi Wetan, dan Desa Wotgali/Kaliwulu.

3.2.2 Sampel

Definisi sampel menurut A. Gima Sugiama, (2013: 116) adalah “Suatu bagian yang diambil dari sebuah populasi untuk menentukan sifat serta ciri-ciri yang dikehendaki dari populasi bersangkutan”.

Suatu penelitian yang memiliki ukuran populasi begitu besar, tentu akan membutuhkan waktu, biaya, dan tenaga yang besar pula. Sehingga dalam penelitian ini dilakukan penarikan sampel. Penarikan sampel sendiri memiliki beberapa keuntungan dalam penggunaannya, seperti mengurangi biaya, data dapat dikumpulkan dan dihitung lebih cepat, cakupan lebih besar (A. Gima Sugiama, 2013: 117).

Untuk menentukan ukuran sampel pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *proportionate stratified random sampling*. Ada dua jenis desain sampel menurut A. Gima Sugiama, (2013: 118-121) untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat dua jenis teknik *sampling*, yaitu:

1. *Probability sampling*

Pada metode *probability sampling* peneliti menarik sampel dari sebuah populasi yang memberikan kemungkinan atau peluang terhadap semua individu atau seluruh anggota populasi untuk menjadi sampel. Terdapat beberapa teknik dalam *probability sampling*, yaitu:

a. *Simple random sampling*

Merupakan penarikan sampel secara sederhana dan acak dari sebuah populasi. Seluruh individu dalam populasi bersangkutan mendapat kemungkinan untuk menjadi sampel.

b. *Stratified sampling*

Merupakan penarikan sampel dari populasi yang sebelumnya telah dibagi-bagi dalam masing-masing kelompok strata (tingkatan) yang relatif lebih *homogen*. Penarikan sampel ini dilakukan dari setiap strata yang bersangkutan.

c. *Cluster sampling*

Merupakan penarikan sampel dari populasi yang terlebih dahulu dibagi-bagi berdasarkan area atau *cluster*. *Cluster* itu berarti area, daerah, atau wilayah. Pada *sampling* ini, individu dalam masing-masing sub-populasi tidak perlu *homogen*, tetapi yang menjadi pertimbangan hanya pembagian wilayah.

2. *Nonprobability sampling*

Metode *nonprobability sampling* merupakan kebalikan *probability sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan teknik penarikan sampel dari sebuah populasi didasarkan pada pertimbangan tertentu yang tidak membuka kemungkinan bagi semua individu dalam populasi dapat terpilih menjadi anggota sampel. Artinya hanya individu-individu tertentu yang mendapat kesempatan menjadi anggota sampel.

Berdasarkan penjelasan teknik *sampling* di atas, maka teknik yang dipilih dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan menggunakan teknik *Stratified random sampling*. Alasan dalam pemilihan teknik ini adalah karena seluruh individu yang menjadi populasi memiliki homogenitas yang cukup tinggi sehingga setiap anggota populasi mendapat kemungkinan yang sama untuk menjadi sampel.

Ukuran sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat bahwa ukuran sampel adalah 10 kali jumlah variabel. Variabel dalam penelitian ini ada empat (independen & dependen) sehingga ukuran sampel adalah $10 \times 4 = 40$ (Sugiyono, 2013: 91).

Penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)* yaitu analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang dapat digunakan jika ukuran sampel kecil dan bebas dari asumsi data harus berdistribusi normal serta

Raras Eka Nindita, 2017

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUUSAHAAN DAN PEMBELAJARAN ORGANISASIONAL TERHADAP INOVASI ORGANISASIONAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

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

multikolinieritas. Tabel 3.2 berikut ini menunjukkan ukuran populasi pada setiap stratum, dan ukuran sampel untuk setiap stratum:

Tabel 3.2
Ukuran Populasi dan Ukuran Sampel Perusahaan-Perusahaan Batik
di Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon

No	Kawasan	Ukuran populasi pada stratum	Persentase (%) ukuran populasi	Ukuran sampel pada stratum
1.	Desa Gamel	17	6,18%	3
2.	Desa Panembahan	26	9,45%	4
3.	Desa Sarabau	16	5,82%	3
4.	Desa Trusmi Kulon	88	32%	14
5.	Desa Trusmi Wetan	76	27,64%	12
6.	Desa Wotgali / Kaliwulu	52	18,91%	8
Total		275	100	44

3.3 Instrumen Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara personal dengan menggunakan instrumen kuesioner yang mempunyai skala numerikal. Skala numerikal adalah sebuah instrumen pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap (Cooper dan Schindler, 2003: 254-256). Struktur pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan-pertanyaan target (*target questions*) yang ditujukan untuk pertanyaan-pertanyaan investigatif yaitu pengelompokan berdasarkan topik/**variabel**.

3.3.1 Variabel Penelitian

Menurut A. Gima Sugiama (2013: 27) secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai “Suatu simbol yang sederhana atau suatu konsep yang memiliki bermacam-macam nilai”. Sebuah konsep dapat diubah bentuknya menjadi variabel dengan cara menempelkan “nilai” pada konsep tersebut.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat dirumuskan bahwa variabel penelitian adalah suatu simbol yang sederhana atau konsep yang memiliki bermacam-macam nilai yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut A. Gima Sugiama (2013: 58-60) jenis variabel berdasarkan hubungannya dapat dibedakan dalam empat kategori, yaitu:

1. Variabel dependen atau variabel terikat

Yakni variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel independen (variabel penyebab). Variabel ini disebut juga sebagai variabel akibat karena muncul atau berubah sebagai akibat dari variabel penyebab. Selain itu, variabel dependen diistilahkan juga sebagai variabel *output*, atau variabel kriteria.

2. Variabel independen atau variabel bebas

Yaitu variabel yang tidak terikat pada variabel lain dan mempengaruhi atau menjadi penyebab berubahnya variabel lain (variabel dependen). Variabel independen juga disebut sebagai variabel bebas, variabel prediktor, variabel stimulus atau variabel *antecedent*. Karena variabel bebas ini menjadi penyebab atau berpengaruh pada variabel lain, maka diistilahkan sebagai variabel penyebab. Variabel ini juga dapat menjadi variabel *antecedent* (lawan variabel *decendent*) yakni variabel dependen yang mendahului atau variabel yang ada sebelum variabel dependen.

3. Variabel moderator (*moderating variable*)

Yakni variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Keberadaan atau eksistensi variabel moderator menjadi variabel ketiga dalam interelasi antar variabel independen dengan dependennya. Selain itu, variabel moderator disebut juga sebagai variabel independen kedua, karena jika ditinjau dari sisi kausalitasnya maka variabel moderator turut mempengaruhi pada variabel dependennya.

4. Variabel antara (*intervening variable*)

Menurut Davis dan Coseza (1988: 104) dan Sekaran (2003), variabel antara dalam kompleksitas penelitian menjadi sangat bermanfaat ketika peneliti bermaksud mengungkap fungsi variabel yang mengantarai variabel independen

dengan variabel dependen. Karena fungsi itulah variabel tersebut diistilahkan sebagai variabel antara atau *intervening variable*. (A. Gima Sugiama, 2013: 60)

Menurut Bruce Tuckman (dalam A. Gima Sugiama, 2013: 60) menyatakan:

Intervening variable may be defined as that factor which theoretically affect the observed phenomenon but cannot be seen, measured, or manipulated; its effect must be inferred from the effect of the independent and moderator variables on the observed phenomenon.

Variabel *intervening* ini muncul sebagai suatu fungsi dari variabel dependen atas pengaruh dari variabel independennya, secara operasional variabel antara membantu menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tersebut. (Davis dan Coseza, 1988: 104 dalam A. Gima Sugiama, 2013: 60). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *intervening* adalah variabel yang berfungsi sebagai variabel yang mengantari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan penjelasan di atas, dalam penelitian ini terdapat empat pokok masalah, yaitu:

1. Variabel eksogen (variabel X_1) dalam penelitian ini adalah orientasi perusahaan

$X_{1.1}$ = *proactiveness*,

$X_{1.2}$ = pengambilan resiko.

2. Variabel endogen (variabel X_2) dalam penelitian ini adalah pembelajaran organisasional yang meliputi:

$X_{2.1}$ = akuisisi pengetahuan,

$X_{2.2}$ = distribusi pengetahuan,

$Y_{2.3}$ = interpretasi pengetahuan,

$Y_{2.4}$ = memori organisasional.

3. Variabel *intervening* (variabel Y) dalam penelitian ini adalah inovasi yang terdiri dari:

Y_1 = inovasi produk,

Y_2 = inovasi proses,

Raras Eka Nindita, 2017

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN PEMBELAJARAN ORGANISASIONAL TERHADAP INOVASI ORGANISASIONAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

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

Y_3 = inovasi pemasaran,

Y_4 = inovasi organisasional.

4. Variabel dependen (variabel Z) dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan batik, yang terdiri dari:

Z_1 = kinerja organisasi,

Z_2 = kinerja pemasaran.

Setelah mengungkapkan variabel yang akan diteliti, untuk mengukur variabel penelitian digunakan kuesioner dengan skala numerikal. Skala numerikal adalah sebuah instrumen pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap atau perasaan. Pengukuran terhadap sikap tidak memiliki interval yang sama sehingga tingkat pengukuran yang diberikan oleh *numerical scale* adalah **ordinal**, hal tersebut sesuai dengan pendapat Cooper dan Schindler (2003: 254-256).

3.3.2 Operasionalisasi Variabel

Tahap selanjutnya untuk membuat item-item kuesioner adalah menyusun operasionalisasi variabel. Operasionalisasi variabel dibuat agar variabel-variabel penelitian dapat diukur. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 3.3 di bawah ini:

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel / Definisi	Dimensi / Definisi	Indikator / Definisi	Ukuran	Skala	Nomor Kuesioner
Orientasi Kewirausahaan (X_1) Orientasi kewirausahaan adalah keterlibatan dalam melakukan inovasi pasar produk, mengambil usaha-usaha yang beresiko dan menjadi yang pertama untuk melakukan	<i>Proactiveness</i> (Kemampuan melihat peluang untuk menghasilkan produk baru yang diperlukan untuk menghadapi persaingan dan mengantisipasi permintaan konsumen).	1. Peluang produk baru (Kecepatan melihat peluang tren produk)	1. Tingkat kecepatan melihat peluang	Ordinal	$X_{1,1}$
		2. Peluang keunikan bahan baku (Kecepatan melihat peluang keunikan bahan baku)	2. Tingkat kecepatan melihat peluang	Ordinal	$X_{1,2}$
		3. Peluang teknik produksi (Kecepatan melihat peluang)	3. Tingkat kecepatan melihat peluang	Ordinal	$X_{1,3}$

Raras Eka Nindita, 2017

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN PEMBELAJARAN ORGANISASIONAL TERHADAP INOVASI ORGANISASIONAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

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

inovasi serta menjadi pemenang dalam persaingan.		keunikan teknik produksi)			
		4. Peluang distribusi pemasaran (Kecepatan melihat peluang daerah pemasaran)	4. Tingkat kecepatan melihat peluang	Ordinal	X _{1.4}
	Pengambilan resiko (Keberanian mengambil tindakan mengelola sumber daya untuk menghadapi ketidakpastian lingkungan).	1. Resiko peluang bisnis (Keberanian untuk mengambil peluang menghasilkan <i>product customize</i> , keunikan bahan baku dan teknik produksi)	1. Tingkat keberanian mengambil resiko peluang bisnis	Ordinal	X _{1.5}
	2. Resiko sumber daya (Keberanian untuk menggunakan sumber daya yang dimiliki)	2. Tingkat keberanian mengambil resiko sumber daya	Ordinal	X _{1.6}	
Pembelajaran Organisasional (X₂) Pembelajaran organisasional adalah proses memperbaiki tindakan melalui pengetahuan yang diperoleh dari interaksi dengan pelanggan, pemasok, dan pesaing.	Akuisisi pengetahuan (Kemampuan untuk mengenali, mengevaluasi dan mendapatkan pengetahuan eksternal yang bernilai untuk operasi perusahaan).	1. Pengetahuan tentang pesaing (Pengetahuan yang diperoleh dari pesaing tentang produk dan pemasaran)	1. Tingkat kecepatan mengetahui pengetahuan tentang pesaing	Ordinal	X _{2.1}
		2. Pengetahuan tentang pelanggan (Pengetahuan yang diperoleh dari pelanggan tentang <i>product customize</i>)	2. Tingkat kecepatan mengetahui pengetahuan tentang pelanggan	Ordinal	X _{2.2}
		3. Pengetahuan tentang pemasok (Pengetahuan yang	3. Tingkat kecepatan mengetahui pengetahuan tentang pemasok	Ordinal	X _{2.3}

		diperoleh dari pemasok tentang bahan baku)			
Distribusi pengetahuan (Kemampuan untuk menyampaikan pengetahuan yang didapat dari luar ke dalam perusahaan).	1.	Jumlah pengetahuan (Banyaknya pengetahuan yang diketahui oleh karyawan)	1. Banyaknya pengetahuan yang diketahui oleh karyawan	Ordinal	X _{2,4}
	2.	Jenis pengetahuan (Keanekaragaman pengetahuan yang diketahui oleh karyawan)	2. Keanekaragaman pengetahuan yang diketahui oleh karyawan	Ordinal	X _{2,5}
Interpretasi pengetahuan (Kemampuan untuk menginterpretasikan pengetahuan dari luar).	1.	Pengetahuan tentang produk (Pandangan terhadap pengetahuan tentang produk)	1. Tingkat kemampuan menginterpretasikan pengetahuan tentang produk	Ordinal	X _{2,6}
	2.	Pengetahuan tentang bahan baku (Pandangan terhadap pengetahuan tentang bahan baku)	2. Tingkat kemampuan menginterpretasikan pengetahuan tentang bahan baku	Ordinal	X _{2,7}
	3.	Pengetahuan tentang proses produksi (Pandangan terhadap pengetahuan tentang proses produksi)	3. Tingkat kemampuan menginterpretasikan pengetahuan tentang proses produksi	Ordinal	X _{2,8}
Memori organisasional (pengetahuan yang sudah dipahami oleh semua anggota organisasi)	1.	Pengetahuan tentang produk (Memahami pentingnya keunikan produk)	1. Jumlah karyawan yang memahami	Ordinal	X _{2,9}

		2. Pengetahuan tentang bahan baku (Memahami pentingnya keunikan bahan baku)	2. Jumlah karyawan yang memahami	Ordinal	$X_{2,10}$	
		3. Pengetahuan tentang proses produksi (Memahami pentingnya keunikan proses produksi)	3. Jumlah karyawan yang memahami	Ordinal	$X_{2,11}$	
		4. Pengetahuan tentang metode, promosi dan distribusi (Memahami pentingnya keunikan metode promosi dan distribusi)	4. Jumlah karyawan yang memahami	Ordinal	$X_{2,12}$	
Inovasi (Y) Inovasi adalah Kemauan dan kemampuan organisasi untuk mengadopsi dan/atau mengembangkan inovasi dalam bentuk produk, pelayanan, proses, teknik manajemen, dan sistem-sistem bisnis yang memberikan manfaat nyata bagi individu, kelompok, organisasi atau masyarakat yang lebih luas.	1. Inovasi produk (Persepsi tentang kebaruan; keaslian; atau keunikan produk)	1. Desain produk (Perubahan, ide sendiri dan keunikan terhadap desain produk)	1.1 Tingkat perubahan 1.2 Tingkat keaslian 1.3 Tingkat keunikan	Ordinal	Y ₁ Y ₂ Y ₃	
		2. Kemasan produk (Perubahan, ide sendiri dan keunikan terhadap kemasan produk)	2.1 Tingkat perubahan 2.2 Tingkat keaslian 2.3 Tingkat keunikan		Ordinal	Y ₄ Y ₅ Y ₆
		3. Bahan baku produk (Perubahan, ide sendiri)	3.1 Tingkat perubahan 3.2 Tingkat keaslian 3.3 Tingkat keunikan			Ordinal

		dan keunikan terhadap bahan baku produk)	keunikan		Y ₉
		4. Warna dan corak produk (Perubahan, ide sendiri dan keunikan terhadap warna dan corak produk)	4.1 Tingkat perubahan 4.2 Tingkat keaslian 4.3 Tingkat keunikan	Ordinal	Y ₁₀ Y ₁₁ Y ₁₂
	2. Inovasi Proses (metode-metode produksi baru, memanfaatkan kemajuan peralatan/ mesin dengan teknologi baru, memperbaiki proses produksi)	1. Peralatan/ mesin (Penggunaan peralatan yang mutakhir)	1. Tingkat kebaruan peralatan	Ordinal	Y ₁₃
		2. Teknik proses produksi (Teknik proses produksi yang mutakhir)	2. Tingkat kebaruan teknik proses produksi	Ordinal	Y ₁₄
		3. Teknik pewarnaan produk (Teknik pewarnaan produk yang mutakhir)	3. Tingkat kebaruan teknik pewarnaan	Ordinal	Y ₁₅
	3. Inovasi administratif (kebaruan sistem manajemen, mencari sistem manajemen baru, dan pelopor untuk memperkenalkan sistem	1. Manajemen kualitas (penerapan manajemen kualitas)	1. Tingkat penerapan manajemen kualitas	Ordinal	Y ₁₆
		2. Pendidikan dan Pelatihan (Penerapan pendidikan	2. Tingkat penerapan pendidikan dan pelatihan	Ordinal	Y ₁₇

Raras Eka Nindita, 2017

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUUSAHAAN DAN PEMBELAJARAN ORGANISASIONAL TERHADAP INOVASI ORGANISASIONAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

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

	manajemen baru)	dan pelatihan)			
	4.Inovasi pemasaran (kebaruan yang mengacu pada riset pasar yang meliputi program pemasaran, promosi dan periklanan, serta kesempatan mendapatkan pasar baru)	1. Distribusi pemasaran (distribusi pemasaran langsung dan tidak langsung)	1. Tingkat perluasan distribusi produk	Ordinal	Y ₁₈
		2. Media promosi dan periklanan (media promosi yang digunakan)	2. Tingkat perubahan penggunaan media promosi	Ordinal	Y ₁₉
		3. Lokasi pemasaran (jangkauan daerah pemasaran)	3. Tingkat Perluasan lokasi pemasaran	Ordinal	Y ₂₀
Kinerja Perusahaan (Z) Kinerja perusahaan mengindikasikan bagaimana perusahaan mencapai tujuannya yang diimplikasikan dengan volume penjualan, motivasi karyawan, kepuasan konsumen, dan kualitas.	Kinerja organisasi (Kemampuan mendapatkan laba dan mencapai pengembalian investasi yang tepat).	1. Profitabilitas perusahaan	1. Rata-rata profitabilitas tahun pertama hingga tahun ke5. Profitabilitas = $\frac{\text{Laba}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$	Rasio	Z ₁
		2. <i>Return on Investment/ ROI</i>	2. Rata-rata <i>ROI</i> tahun pertama hingga tahun ke5. $ROI = \frac{\text{Laba}}{\text{Investasi}} \times 100\%$	Rasio	Z ₂
	Kinerja pemasaran (Kemampuan mencapai tingkat penjualan dan <i>market share</i> yang tinggi).	1. Pertumbuhan penjualan	1. Rata-rata rasio pertumbuhan penjualan dalam lima tahun terakhir. Rasio pertumbuhan penjualan adalah:	Rasio	Z ₃

Raras Eka Nindita, 2017

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN PEMBELAJARAN ORGANISASIONAL TERHADAP INOVASI ORGANISASIONAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

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

			$\% \Delta VP = \frac{\Delta VP_n}{VP_{n-1}} \times 100\%$		
		2. <i>Market share</i>	2. Rata-rata <i>market share</i> tahun pertama hingga tahun ke-5. Market share = $\frac{VP_A}{VP_I} \times 100\%$	Rasio	Z ₄

Ukuran indikator **kinerja perusahaan** pada tabel operasional variabel di atas menggunakan rasio profitabilitas, *Return on Investment (ROI)*, rasio pertumbuhan penjualan, dan *market share*. Untuk mengetahui keempat jenis rasio tersebut digunakan rumus berikut ini:

1. Rasio profitabilitas = $\frac{\text{Laba}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$

Jika profitabilitas tahun pertama = Pr₁ maka rata-rata profitabilitas tahun pertama hingga tahun ke-5 yaitu: Rata-rata profitabilitas = $\frac{Pr_1 + Pr_2 + Pr_3 + Pr_4 + Pr_5}{5}$

2. *Return on Investment* adalah rasio laba dengan investasi. $ROI = \frac{\text{Laba}}{\text{Investasi}} \times 100\%$

Jika ROI tahun pertama = ROI₁ maka rata-rata ROI tahun pertama hingga tahun ke-5 yaitu: Rata-rata ROI = $\frac{ROI_1 + ROI_2 + ROI_3 + ROI_4 + ROI_5}{5}$

3. Rata-rata rasio pertumbuhan penjualan dapat dihitung melalui tahapan berikut:

Rasio pertumbuhan penjualan adalah: $\% \Delta VP = \frac{\Delta VP_n}{VP_{n-1}} \times 100\%$

Jika pertumbuhan penjualan tahun pertama ke tahun ke dua sama dengan ΔVP_1 maka rata-rata pertumbuhan penjualan dari tahun pertama hingga tahun ke lima adalah: Average $\% \Delta VP = \frac{\% \Delta VP_1 + \% \Delta VP_2 + \% \Delta VP_3 + \% \Delta VP_4}{4}$

4. *Market share* adalah rasio volume penjualan **sebuah** perusahaan Batik Trusmi dengan volume penjualan **seluruh** perusahaan Batik Trusmi di Kabupaten

Cirebon. $MS = \frac{VP_A}{VP_I} \times 100\%$

Raras Eka Nindita, 2017

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN PEMBELAJARAN ORGANISASIONAL TERHADAP INOVASI ORGANISASIONAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

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

Jika *market share* tahun pertama = MS_1 maka rata-rata *market share* tahun pertama hingga tahun ke-5 yaitu Rata-rata MS = $\frac{MS_1 + MS_2 + MS_3 + MS_4 + MS_5}{5}$

Ukuran indikator setiap variabel digunakan untuk membuat struktur pertanyaan dalam penelitian ini yaitu untuk pertanyaan target. Struktur pertanyaan terdiri dari pertanyaan administratif yaitu pertanyaan mengenai identitas responden, dan pertanyaan-pertanyaan target (*target questions*) yang ditujukan untuk pertanyaan-pertanyaan investigatif yaitu pengelompokan berdasarkan topik/variabel. Pertanyaan target dilakukan dengan wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang diadakan ketika diketahui pada permulaan informasi apa yang diperlukan dan mengacu kepada urutan pertanyaan dalam kuesioner. Dalam pertanyaan-pertanyaan target, strategi respon yang digunakan dalam kuesioner adalah *rank ordering* yaitu jawaban-jawaban responden yang diberikan dengan cara memilih angka 1 sampai 5 yang menyatakan urutan.

3.3.3 Pengujian Validitas

Menurut A. Gima Sugiama, (2013: 197) tingkat validitas atau kesahihan alat ukur atau pertanyaan dalam angket harus diuji, apakah alat ukur tersebut benar-benar dapat mengukur apa yang ingin peneliti ukur. Suatu angket yang valid (sah) adalah bila pertanyaan dalam angket mampu mengungkap sesuatu yang ingin diukur dalam penelitian tersebut.

Analisis korelasi dipakai dalam uji validitas, tujuannya adalah untuk mengungkap ada tidaknya hubungan yang nyata antara satu variabel dengan variabel lainnya. Korelasi adalah tingkat atau derajat hubungan yang terjadi antara satu variabel dengan variabel lainnya. Adapun koefisien korelasi adalah tingkat atau derajat antara variabel yang diukur dengan indeks korelasi. Atau koefisien korelasi adalah nilai statistik dari kovarians atau asosiasi antar variabel (A. Gima Sugiama, 2013: 225).

Menurut A. Gima Sugiama, (2013: 242-226) berdasarkan kompleksitas hubungan antar variabel dikenal beberapa macam korelasi, yaitu:

Raras Eka Nindita, 2017

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN PEMBELAJARAN ORGANISASIONAL TERHADAP INOVASI ORGANISASIONAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

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

1. Korelasi sederhana

Adalah perhitungan statistik korelasi atau asosiasi antara dua variabel. Terdapat beberapa alat uji asosiasi antar dua variabel (bivariat) seperti yang terangkum dalam Tabel 3.4 di bawah ini.

Tabel 3.4
ALAT UJI ASOSIASI ANTAR DUA VARIABEL (BIVARIAT)

Jenis skala	Alat analisis
a. Interval	Koefisien korelasi Pearson
b. Rasio	
Ordinal	a. Chi-square b. Spearman rank correlation c. Kendall' rank correlation
Nominal	a. Chi-square b. Phi-coefficient c. Contingency coefficient

Sumber: A. Gima Sugiama, 2013: 226

2. Korelasi parsial

Adalah derajat hasil perhitungan statistik korelasi atau asosiasi antara dua variabel dengan mengeluarkan atau mempertimbangkan pengaruh dari satu atau beberapa variabel (variabel kontrol). Korelasi parsial digunakan ketika peneliti bermaksud mengungkap hubungan atau asosiasi antara dua variabel yang mempertimbangkan pengaruh variabel lain.

3. Korelasi simultan (Regresi ganda)

Digunakan saat peneliti berusaha untuk menganalisis beberapa variabel independen dan satu variabel dependen.

Berdasarkan paparan di atas, maka untuk menguji validitas dalam penelitian ini digunakan koefisien korelasi Pearson, karena pada penelitian ini digunakan skala interval. Adapun rumus koefisien korelasi Pearson dicantumkan di bawah ini:

$$R = \frac{N(\sum XY) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana : R = Koefisien Korelasi
 X = Skor untuk pertanyaan yang dipilih
 Y = Total Skor
 N = Jumlah responden

Menurut Riduwan (2010: 110) terdapat kriteria penafsiran validitas instrumen berdasarkan indeks korelasinya (R), seperti yang terlihat dalam Tabel 3.5 di bawah ini:

Tabel 3.5
INTERPRETASI NILAI “R”

Nilai R	Interpretasi
0.800 – 1.00	Sangat tinggi
0.600 – 0.799	Tinggi
0.400 – 0.599	Cukup tinggi
0.200 – 0.399	Rendah
0.000 – 0.199	Sangat rendah (tidak valid)

Sumber: Riduwan, 2010: 110

Sedangkan keputusan validitas instrumen menurut A. Gima Sugiama (2013: 200) memiliki 2 kriteria, yaitu:

1. Jika $R_{hitung} > R_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut valid
2. Jika $R_{hitung} < R_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid

3.3.4 Pengujian Reliabilitas

Menurut A. Gima Sugiama, (2013: 197) sebuah alat ukur atau pertanyaan dalam angket dikategorikan reliabel (andal), jika alat ukur yang digunakan dapat mengukur secara konsisten atau stabil meskipun pertanyaan tersebut diajukan dalam waktu berbeda-beda. Terdapat tiga perspektif yang menunjukkan tinggi rendahnya keandalan, yaitu:

1. Stabilitas

Alat ukur dikatakan stabil bila pengukuran memperoleh hasil-hasil yang sama ketika pengukuran itu dilakukan secara berulang-ulang pada orang yang sama.

2. Kesamaan atau *equivalence*

Menurut Cooper dan Schindler (dalam A. Gima Sugiana, 2013: 89), perspektif kesamaan adalah bukan bagaimana responden-responden berbeda dalam pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, tetapi sejauh mana suatu himpunan pertanyaan dapat mengelompokkan orang perorangan. Sejumlah pertanyaan yang diajukan pada dua sampel berbeda mungkin akan menghasilkan jawaban-jawaban yang berbeda-beda pula. Tetapi jika saja pertanyaan-pertanyaan tersebut sebagai tes-tes diajukan secara berulang-ulang kepada sampel tersebut pada waktu yang bersamaan dan mendapat jawaban yang sama, maka tes-tes itu memiliki nilai kesamaan.

3. Konsistensi internal

Pengukuran yang andal adalah jika alat ukur yang digunakan memperoleh hasil-hasil yang memiliki konsistensi internal tinggi. Ada beberapa teknik yang dapat dimanfaatkan untuk menguji konsistensi internal, diantaranya teknik bagi dua atau *split of half* dan *Cronbachs coefficient alpha*. Kedua teknik ini merupakan teknik paling umum digunakan dalam uji konsistensi internal. Teknik *split of half* digunakan jika alat pengukur memiliki serangkaian pertanyaan yang berjumlah relatif banyak atau pernyataan yang serupa untuk dijawab responden. Ada pun *Cronbachs coefficient alpha* digunakan untuk skala-skala multibulir pada tingkat pengukuran interval.

Dari penjelasan di atas, maka dalam penelitian ini digunakan teknik *split of half* untuk uji reliabilitasnya. Adapun rumus yang digunakan adalah rumus *spearman brown* sebagai berikut:

$$r = \frac{2rb}{1 + rb}$$

Dimana :

r = *Reliabel Internal* Seluruh Instrumen

rb = Korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua

Sebelumnya akan dicari terlebih dahulu rb dengan menggunakan rumus:

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

Dimana :

X = Variabel nomor ganjil

Y = Variabel nomor genap

Setelah nilai reliabilitas *instrument* (rb hitung) didapatkan, maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrument tersebut dikatakan *reliable*, sebaliknya jika $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} maka *instrument* tersebut dikatakan tidak *reliable*.

3.4 Analisis Data

3.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan masing-masing variabel dalam penelitian ini dan untuk memperoleh gambaran mengenai tingkat penerapan orientasi kewirausahaan, pembelajaran organisasional, inovasi, dan kinerja perusahaan yang sudah baik dan belum baik pada perusahaan-perusahaan Batik Trusmi di Plered Kabupaten Cirebon. Metode analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif untuk setiap item pernyataan untuk setiap dimensi, dan untuk setiap variabel. Untuk menentukan tingkat penerapan orientasi kewirausahaan, pembelajaran organisasional, inovasi, dan kinerja perusahaan digunakan rata-rata (*mean*). Untuk menentukan kriteria penerapan dilakukan pengklasifikasian dengan mengacu kepada *score* tertinggi, *score* terendah, dan interval. Rumus untuk interval adalah:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Jumlah klasifikasi}}$$

Keterangan:

Skor tertinggi = 5

Skor terendah = 1

Raras Eka Nindita, 2017

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN PEMBELAJARAN ORGANISASIONAL TERHADAP INOVASI ORGANISASIONAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

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

Jumlah klasifikasi = 3

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{3} = \frac{4}{3} = 1,33$$

Klasifikasi yang akan digunakan ada tiga yaitu:

1	–	2,333	=	Belum baik
2,334	–	3,667	=	Cukup baik
3,668	–	5	=	Sudah baik

Untuk menguji **hipotesis pertama** digunakan uji hipotesis satu sampel yang datanya interval dengan menggunakan rumus:

$$t = (x - \mu_0) / s / \sqrt{n}$$

H_0 : Orientasi Kewirausahaan (X) belum baik

H_1 : Orientasi Kewirausahaan (X) sudah baik

Jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} berarti H_0 ditolak; artinya jalur signifikan, H_1 diterima (orientasi kewirausahaan sudah baik).

Dimana:

t = nilai t yang dihitung selanjutnya disebut t hitung

x = rata-rata x

μ_0 = nilai yang dihipotesiskan

s = simpangan baku

n = jumlah anggota sampel

3.4.2 Analisis Model Persamaan Struktural

Data yang diperoleh dari kuesioner berupa data ordinal, oleh karena itu semua data yang diperoleh harus dinaikkan menjadi data interval melalui **Method of Successive Interval (MSI)**. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data dari ordinal menjadi interval adalah:

- 1) Dari hasil jawaban responden untuk setiap pernyataan, hitung frekuensi untuk setiap pilihan jawaban.

- 2) Dari frekuensi setiap pernyataan yang diperoleh, hitung proporsi setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- 3) Berdasarkan proporsi tersebut, untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif setiap pilihan jawaban.
- 4) Untuk setiap pernyataan, tentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban.
- 5) Tentukan nilai interval rata-rata setiap pilihan jawaban melalui persamaan :

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{density at lower limit}) - (\text{density at upper limit})}{(\text{area under upper limit}) - (\text{area under lower limit})}$$

Dimana:

Density at lower limit; diperoleh dari tabel tinggi ordinat normal untuk pilihan jawaban dengan nilai yang lebih rendah

Density at upper limit; diperoleh dari tabel tinggi ordinat normal untuk pilihan jawaban dengan nilai yang lebih tinggi

Area under upper limit; diperoleh dari kumulatif proporsi untuk pilihan jawaban dengan nilai yang tinggi

Area under lower limit; diperoleh dari kumulatif proporsi untuk pilihan jawaban dengan nilai yang tinggi

- 6) Hitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan persamaan berikut: $\text{Score} = \text{Scale value} - \text{Scale value minimum} + 1$

Model persamaan struktural digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel manifest dengan variabel laten yang dinamakan dengan persamaan pengukuran, dan digunakan juga untuk menganalisis hubungan antara variabel laten yang satu dengan lainnya yang dinamakan persamaan struktural.

SEM dapat berbasis pada varian atau kovarian. *SEM* berbasis varian adalah *SEM* yang menggunakan varian dalam proses iterasi atau blok varian antar indikator atau parameter yang diestimasi dalam satu variabel laten tanpa mengkorelasikannya dengan indikator-indikator yang ada di variabel laten lain

dalam satu model penelitian. Berbeda dengan *SEM* berbasis kovarian yang melakukan interkorelasi atau membebaskan indikator-indikatornya untuk saling berkorelasi dengan indikator dan variabel laten lainnya (Jogiyanto, 2009: 7).

Teknis statistika yang menggunakan *SEM* berbasis varian adalah *Partial Least Square (PLS)*. *PLS* adalah salah satu metode statistika berbasis *SEM* yang didesain untuk menyelesaikan permasalahan pada data yang mengalami penyakit asumsi klasik, seperti: data tidak berdistribusi normal, masalah multikolinearitas, dan **ukuran sampel yang kecil**.

Penggunaan analisis *SEM* karena variabel penyebab dan akibat **tidak dapat diobservasi langsung** sehingga muncul suatu bentuk model pengukuran. Model pengukuran menjelaskan operasionalisasi variabel penelitian menjadi indikator-indikator terukur yang dinyatakan dalam bentuk diagram jalur.

Hair, *et al.* (2006) mengemukakan langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam menggunakan model persamaan struktural, yaitu:

1) Membangun model yang berbasis teori

Pada tahap ini model teoritis dikembangkan sesuai dengan model yang akan diamati yang sesuai dengan paparan dalam kerangka pemikiran.

2) Membangun diagram alur hubungan sebab akibat

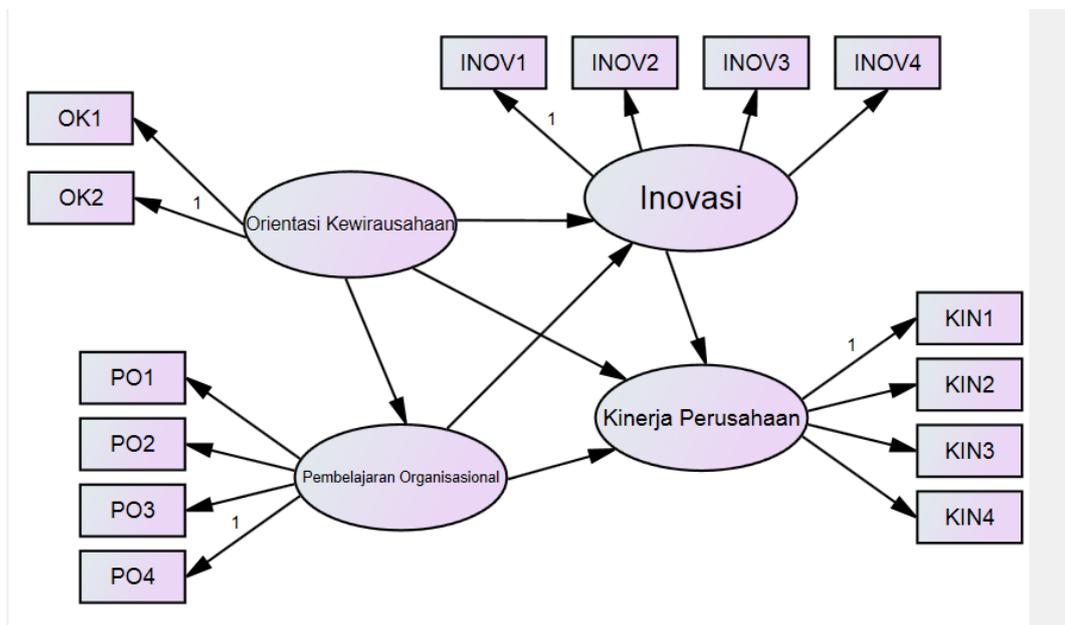
Berdasarkan model penelitian dan operasionalisasi variabel, model penelitian dengan analisis *SEM* dapat digambarkan dalam bentuk diagram alur seperti yang digambarkan dalam Gambar 3.1 di bawah ini:

Berdasarkan konsep model penelitian tersebut dapat diformulasikan ke dalam bentuk persamaan struktural sebagai berikut:

$$1) X_2 = \rho_{21}X_1 + e_1$$

$$2) Y = \rho_{31}X_1 + \rho_{32}X_2 + e_2$$

$$3) Z = \rho_{41}X_1 + \rho_{42}X_2 + \rho_{43}Y + e_3$$



Gambar 3.1 Model Analisis Jalur

Keterangan:

X_1 : Orientasi kewirausahaan

X_2 : Pembelajaran organisasional

Y : Inovasi

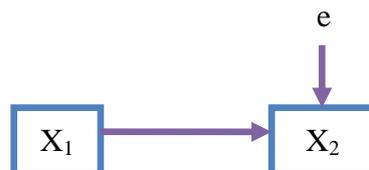
Z : Kinerja Perusahaan

3.5 Pengujian Hipotesis:

Pengujian hipotesis berikut adalah untuk menguji hipotesis 2 hingga hipotesis 10.

Hipotesis 2

Orientasi Kewirausahaan (X_1) berpengaruh positif terhadap Pembelajaran Organisasional (X_2).



Raras Eka Nindita, 2017

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN PEMBELAJARAN ORGANISASIONAL TERHADAP INOVASI ORGANISASIONAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

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

**Gambar 3.2 Struktur Analisis hubungan X_1 terhadap X_2
Model Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pembelajaran Organisasional**

Struktur ini diuji melalui hipotesis operasional sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X_1) terhadap Pembelajaran Organisasional (X_2)

H_1 : Terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X_1) terhadap Pembelajaran Organisasional (X_2)

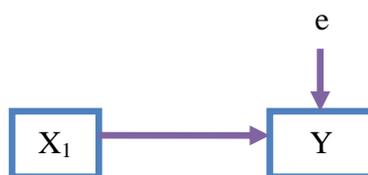
Statistik uji yang akan digunakan adalah distribusi t dengan derajat bebas n-k-1:

$$t = \frac{Y_i}{\frac{\sqrt{1-Y_{1,2}^2}}{n-k-1}}$$

Bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} berarti H_0 ditolak; artinya jalur signifikan, H_1 diterima. Derajat bebas adalah: $df = \frac{1}{2}(p+q)(p+q+1) - t$.

Hipotesis 3

Orientasi Kewirausahaan (X_1) berpengaruh positif terhadap Inovasi Organisasional (Y).



**Gambar 3.3 Struktur Analisis Hubungan X_1 terhadap Y
Model Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi Organisasional**

Struktur ini diuji melalui hipotesis operasional sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X_1) terhadap Inovasi Organisasional (Y).

H_1 : Terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X_1) terhadap Inovasi Organisasional (Y).

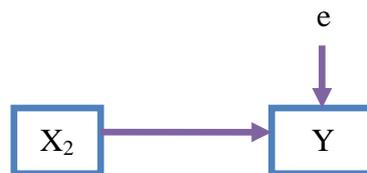
Statistik uji yang akan digunakan adalah distribusi t dengan derajat bebas n-k-1:

$$t = \frac{Y_i}{\frac{\sqrt{1-\gamma_{1,2}^2}}{n-k-1}}$$

Bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} berarti H_0 ditolak; artinya jalur signifikan, H_1 diterima. Derajat bebas adalah: $df = \frac{1}{2}(p+q)(p+q+1) - t$.

Hipotesis 4

Pembelajaran Organisasional (X_2) berpengaruh positif terhadap Inovasi Organisasional (Y).



Gambar 3.4 Struktur Analisis Hubungan X_2 terhadap Y
Model Pengaruh Pembelajaran Organisasional terhadap Inovasi Organisasional

Struktur ini diuji melalui hipotesis operasional sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh Pembelajaran Organisasional (X_2) terhadap Inovasi Organisasional (Y).

H_1 : Terdapat pengaruh Pembelajaran Organisasional (X_2) terhadap Inovasi Organisasional (Y).

Statistik uji yang akan digunakan adalah distribusi t dengan derajat bebas $n-k-1$:

$$t = \frac{Y_i}{\frac{\sqrt{1-\gamma_{1,2}^2}}{n-k-1}}$$

Bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} berarti H_0 ditolak; artinya jalur signifikan, H_1 diterima. Derajat bebas adalah: $df = \frac{1}{2}(p+q)(p+q+1) - t$.

Hipotesis 5

Orientasi Kewirausahaan (X_1) berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan (Z).



Gambar 3.5 Struktur Analisis hubungan X_1 terhadap Z

Raras Eka Nindita, 2017

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN PEMBELAJARAN ORGANISASIONAL TERHADAP INOVASI ORGANISASIONAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

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

Model Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan

Struktur ini diuji melalui hipotesis operasional sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X_1) terhadap Kinerja Perusahaan (Z).

H_1 : Terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X_1) terhadap Kinerja Perusahaan (Z).

Statistik uji yang akan digunakan adalah distribusi t dengan derajat bebas $n-k-1$:

$$t = \frac{Y_i}{\frac{\sqrt{1-\gamma_{1,2}^2}}{n-k-1}}$$

Bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} berarti H_0 ditolak; artinya jalur signifikan, H_1 diterima. Derajat bebas adalah: $df = \frac{1}{2}(p+q)(p+q+1) - t$.

Hipotesis 6

Pembelajaran Organisasional (X_2) berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan (Z).



**Gambar 3.6 Struktur Analisis hubungan X_2 terhadap Z
Model Pengaruh Pembelajaran Organisasional terhadap Kinerja Perusahaan**

Struktur ini diuji melalui hipotesis operasional sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh Pembelajaran Organisasional (X_2) terhadap Kinerja Perusahaan (Z).

H_1 : Terdapat pengaruh Pembelajaran Organisasional (X_2) terhadap Kinerja Perusahaan (Z).

Statistik uji yang akan digunakan adalah distribusi t dengan derajat bebas $n-k-1$:

$$t = \frac{Y_i}{\frac{\sqrt{1-\gamma_{1,2}^2}}{n-k-1}}$$

Bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} berarti H_0 ditolak; artinya jalur signifikan, H_1 diterima. Derajat bebas adalah: $df = \frac{1}{2}(p+q)(p+q+1) - t$.

Hipotesis 7

Inovasi Organisasional (Y) berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan (Z).



**Gambar 3.7 Struktur Analisis hubungan Y terhadap Z
Model Pengaruh Inovasi Organisasional terhadap Kinerja Perusahaan**

Struktur ini diuji melalui hipotesis operasional sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh Inovasi Organisasional (Y) terhadap Kinerja Perusahaan (Z).

H_1 : Terdapat pengaruh Inovasi Organisasional (Y) terhadap Kinerja Perusahaan (Z).

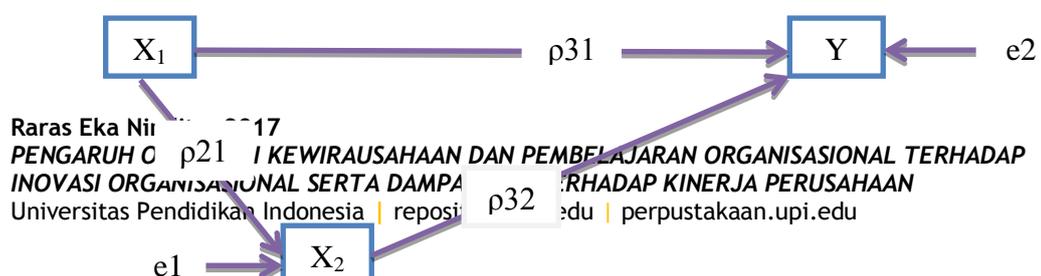
Statistik uji yang akan digunakan adalah distribusi t dengan derajat bebas $n-k-1$:

$$t = \frac{Y_i}{\frac{\sqrt{1-\gamma_{1,2}^2}}{n-k-1}}$$

Bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} berarti H_0 ditolak; artinya jalur signifikan, H_1 diterima. Derajat bebas adalah: $df = \frac{1}{2}(p+q)(p+q+1) - t$.

Hipotesis 8

Orientasi Kewirausahaan (X_1) berpengaruh positif terhadap Inovasi Organisasional (Y) secara langsung dan tidak langsung melalui Pembelajaran Organisasional (X_2).



**Gambar 3.8 Struktur Analisis hubungan X₁ dan X₂ terhadap Y
Model Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi Organisasional secara
langsung dan tidak langsung melalui Pembelajaran Organisasional**

Struktur ini diuji melalui hipotesis operasional sebagai berikut:

- H₀ : Tidak ada pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X₁) terhadap Inovasi Organisasional (Y) secara langsung dan tidak langsung melalui Pembelajaran Organisasional (X₂).
- H₁ : Terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X₁) terhadap Inovasi Organisasional (Y) secara langsung dan tidak langsung melalui Pembelajaran Organisasional (X₂).

Untuk menguji pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung menggunakan uji *intervening* dengan menghitung *Value Accounted For (VAF)*, Sobel atau Bootstrap.

Uji intervening:

$$VAF = \frac{\text{Pengaruh tidak langsung}}{\text{Pengaruh Tidak Langsung} + \text{Pengaruh langsung}}$$

Kriteria menurut Hair (2011) adalah:

VAF > 0,80 maka intervening penuh;

VAF 0,20-0,80 intervening sebagian; dan

VAF < 0,2 bukan intervening.

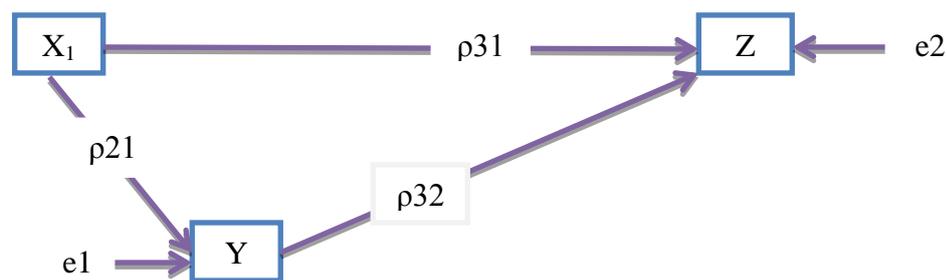
Hipotesis 9

Orientasi Kewirausahaan (X₁) berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan (Z) secara langsung dan tidak langsung melalui Inovasi Organisasional (Y).

Raras Eka Nindita, 2017

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN PEMBELAJARAN ORGANISASIONAL TERHADAP INOVASI ORGANISASIONAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

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



Gambar 3.9 Struktur Analisis hubungan X_1 dan Y terhadap Z Model Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan secara langsung dan tidak langsung melalui Inovasi Organisasional

Struktur ini diuji melalui hipotesis operasional sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X_1) terhadap Kinerja Perusahaan (Z) secara langsung dan tidak langsung melalui Inovasi Organisasional (Y).

H_1 : Terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X_1) terhadap Kinerja Perusahaan (Z) secara langsung dan tidak langsung melalui Inovasi Organisasional (Y).

Untuk menguji pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung menggunakan uji *intervening* dengan menghitung *Value Accounted For (VAF)*, Sobel atau Bootstrap.

Uji intervening:

$$VAF = \frac{\text{Pengaruh tidak langsung}}{\text{Pengaruh Tidak Langsung} + \text{Pengaruh langsung}}$$

Kriteria menurut Hair (2011) adalah:

VAF > 0,80 maka intervening penuh;

VAF 0,20-0,80 intervening sebagian; dan

VAF < 0,2 bukan intervening.

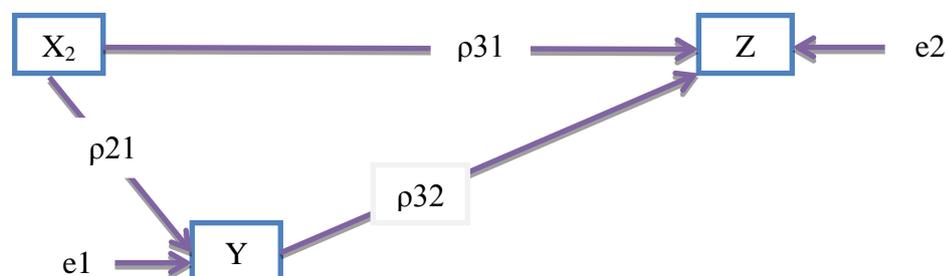
Hipotesis 10

Raras Eka Nindita, 2017

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN PEMBELAJARAN ORGANISASIONAL TERHADAP INOVASI ORGANISASIONAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

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

Pembelajaran Organisasional (X_2) berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan (Z) secara langsung dan tidak langsung melalui Inovasi Organisasional (Y).



Gambar 3.10 Struktur Analisis hubungan X_2 dan Y terhadap Z
Model Pengaruh Pembelajaran Organisasional terhadap Kinerja Perusahaan secara langsung dan tidak langsung melalui Inovasi Organisasional
 Struktur ini diuji melalui hipotesis operasional sebagai berikut:

- H_0 : Tidak ada pengaruh Pembelajaran Organisasional (X_2) terhadap Kinerja Perusahaan (Z) secara langsung dan tidak langsung melalui Inovasi Organisasional (Y).
- H_1 : Terdapat pengaruh Pembelajaran Organisasional (X_2) terhadap Kinerja Perusahaan (Z) secara langsung dan tidak langsung melalui Inovasi Organisasional (Y).

Untuk menguji pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung menggunakan uji *intervening* dengan menghitung *Value Accounted For (VAF)*, Sobel atau Bootstrap.

Uji intervening:

$$VAF = \frac{\text{Pengaruh tidak langsung}}{\text{Pengaruh Tidak Langsung} + \text{Pengaruh langsung}}$$

Kriteria menurut Hair (2011) adalah:

$VAF > 0,80$ maka intervening penuh;

$VAF 0,20-0,80$ intervening sebagian; dan

$VAF < 0,2$ bukan intervening.

Raras Eka Nindita, 2017

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN PEMBELAJARAN ORGANISASIONAL TERHADAP INOVASI ORGANISASIONAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

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

