

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan salah satu faktor terpenting dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian penulis adalah produsen yogurt di desa Jelegong Kecamatan Rancaekek Kabupaten Bandung. Adapun variabel dari penelitian ini adalah lingkungan persaingan (X1), differensiasi produk (X2) dan pendapatan (Y).

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Dalam melakukan penelitian diperlukan pemilihan metode yang tepat sehingga dapat memberikan kemudahan untuk memecahkan masalah yang diteliti.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian *Survey Explanatory* atau penjelasan yaitu suatu metode yang menyoroti adanya hubungan antar variabel dengan menggunakan kerangka pemikiran kemudian dirumuskan suatu hipotesis.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Suharsimi Arikunto (2002:108), “populasi adalah keseluruhan subjek penelitian apabila seseorang akan meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitian ini adalah penelitian populasi.”

Menurut **Sugiyono (2009:55)** “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”

Berdasarkan data pra penelitian yang diperoleh dari hasil survey lapangan terdapat 42 produsen/perusahaan di desa Jelegong Kecamatan Rancaekek Kabupaten Bandung. Sehingga jumlah populasi yang akan diteliti sebanyak 42 populasi.

3.3.2 Sampel

Menurut **Arikunto (Riduwan dan Kuncoro, 2011: 39-40)** “sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi”. Sedangkan menurut **Sugiyono (Riduwan dan Kuncoro, 2011: 40)** “sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”.

Mengenai ukuran sampel yang harus diambil menurut Suharsimi (2002:17) bahwa apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semuanya sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.

Maka teknik sampling yang diambil dalam penelitian ini adalah semua anggota populasi sebanyak 42 produsen.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep	Variabel	Operasionalisasi	Sumber Data
Pendapatan (Y) Total penerimaan adalah jumlah total yang di terima oleh perusahaan dari penjualan produknya.(Case Fair, 2005 :205)	Tingkat pendapatan	Data di peroleh dari responden atau pengusaha dengan menggunakan model isian terbuka dengan indikator sebagai berikut : $TR = P \cdot Q$	Responden
Lingkungan Persaingan (X 1) Lingkungan persaingan adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan sesuatu dengan cara bersaing. Menurut Paul D Converse (2000:122) " <i>Law of Retail trademovement</i> ". Hukum ini menyatakan menyatakan bahwa konsumen umumnya tertarik untuk belanja ke lokasi yang mempunyai banyak jenis persediaan barang dagangan dan mempunyai reputasi sebagai lokasi yang memiliki barang yang bermutu dengan harga bersaing. Buchari Alma, (2003 :107)	Tingkat Lingkungan Persaingan	Data di peroleh dari responden dengan menggunakan model skala sematic differensial dengan indikator sebgai berikut : 1. jumlah produsen lain yang dianggap sebagai pesaing. 2. jumlah produsen pendatang baru yang menjadi pesaing. 3. Harga yogurt di perusahaan lain yang dianggap sebagai pesaing. 4. Promosi pesaing	Responden

<p>Diferensiasi Produk (X2)</p> <p>”Salah satu strategi perusahaan untuk membedakan produknya terhadap produk pesaing, tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing”</p> <p>Kotler (2007: 385)</p>	<p>Tingkat Diferensiasi produk</p>	<p>Data di peroleh dari responden dengan menggunakan model skala sematic differensial dengan indikator sebgai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. jumlah produk baru yang berbeda tiap bulannya 2. menciptakan keunikan produk/membedakan produk melalui perbedaan bentuk/kemasan dan kualitas 	<p>- Responden</p>
--	------------------------------------	--	--------------------

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara dan alat yang dipakai dalam mengumpulkan informasi atau keterangan mengenai suatu objek penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh data tersebut adalah :

- a. Wawancara, yaitu komunikasi langsung dengan pihak-pihak terkait yang ditunjuk untuk memberikan informasi dan penjelasan yang diperlukan.
- b. Angket, yaitu pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh data yang diperlukan.
- c. Studi literature, yaitu studi atau teknik pengumpulan data dari buku-buku, laporan, majalah, jurnal, artikel, dan media cetak lainnya.
- d. Observasi, berhubungan dengan cara mengamati kegiatan produsen yang berhubungan dengan masalah yang dikaji.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Tes Validitas

Validitas merupakan suatu alat ukur yang berfungsi untuk menunjukkan kevalidan atau keahlian suatu instrument dalam penelitian. Menurut Arikunto (2002:168) menyatakan bahwa, “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis item. Menurut Sugiyono (2009:124) menyatakan bahwa, “Analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir”. Masrun dalam Sugiyono (2009:124) menyatakan bahwa “Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula”.

Menurut Riduwan dan Kuncoro (2011:217) dalam uji validitas ini digunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \cdot \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Riduwan Kuncoro (2011:217)

Dimana:

r_{hitung} = koefisien relasi

$\sum X_i$ = jumlah skor item

$\sum Y_i$ = jumlah skor total (seluruh item)

n = jumlah responden

Menurut Sugiyono (2006:124), “Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0.3$ ”. Jadi apabila korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0.3 maka butir dalam instrumen ini dinyatakan tidak valid.

3.7.2 Tes Reliabilitas

Reliabilitas tes didalam penelitian berhubungan dengan masalah ketetapan hasil tes. Suatu tes dapat dikatakan mempunyai taraf kepercayaan yang tinggi jika soal tes atau instrument yang digunakan dalam penelitian dapat memberikan hasil yang tetap, konsisten, dan stabil meskipun tes dilaksanakan pada waktu yang berbeda. berfungsi untuk menunjukkan kevalidan atau keahlian suatu instrument dalam penelitian. Untuk mencari reabilitas intrument yang angkanya bukan 1 dan 0 yaitu yang rentangnya merupakan beberapa nilai (misalnya 0-10 atau 0-100) atau yang berbentuk skala 1-3, 1-5, atau 1-7 dan seterusnya yaitu menggunakan rumus *alpha*.

Menurut Riduwan dan Kuncoro (2011:220), “Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan (keterandalan atau keajegan) alat pengumpul data (*instrument*) yang digunakan”. Sedangkan Menurut Arikunto (2011:178), “Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel arinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan”.

Adapun uji reliabilitas instrument penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Menurut Riduwan dan Kuncoro

(2011:221), langkah-langkah mencari nilai reliabilitas dengan metode *Alpha* sebagai berikut:

1. Menghitung varians skor tiap-tiap item dengan rumus:

$$S_i = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{N}}{N}$$

Dimana:

S_i = varians skor tiap-tiap item

$\sum X_i^2$ = jumlah kuadrat item X_i

$(\sum X_i)^2$ = jumlah item X_i dikuadratkan

N = jumlah responden

2. Menjumlahkan varians semua item dengan rumus:

$$\sum S_i = S_1 + S_2 + S_3 + \dots + S_n$$

Dimana:

$\sum S_i$ = jumlah varians semua item

$S_1 + S_2 + S_3 + \dots + S_n$ = varians item ke-1, 2, 3, ..., n

3. Menghitung varians total dengan rumus:

$$S_t = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{N}}{N}$$

Dimana:

S_t = varians total

$\sum X_i^2$ = jumlah kuadrat X total

$(\sum X_i)^2$ = jumlah X total dikuadratkan

N = jumlah responden

4. Masukkan nilai *Alpha* dengan rumus:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Dimana:

r_{11} = nilai reliabilitas

$\sum S_i$ = jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t = varians total

k = jumlah item

Untuk mengetahui koefisien korelasinya signifikan atau tidak, digunakan distribusi table-r (tabel-r) untuk $\alpha = 0.05$ dan df ($dk = n-2$) dengan keputusan jika $r_{11} > r_{\text{tabel}}$ berarti reliabel dan sebaliknya jika $r_{11} < r_{\text{tabel}}$ berarti tidak reliabel.

3.6.3 Uji Regresi

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh dari variabel penelitian persaingan (X1) dan differensiasi produk (X2) terhadap pendapatan (Y), maka pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan program *Eviews 7*. Pengujian hipotesis dapat langsung diuji dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh langsung antara persaingan (X1) dan differensiasi produk (X2) terhadap pendapatan (Y) sebagai variabel dependen. Adapun bentuk persamaan dari variable diatas adalah sebagai berikut:

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Pendapatan

B₀ = Konstanta regresi

B₁ = Koefisien regresi X₁

B₂ = Koefisien regresi X₂

X₁ = Persaingan

X₂ = Differensiasi produk

e = Faktor pengganggu

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji t-)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel dependennya. Uji t adalah cara untuk membuktikan bahwa koefisien regresi suatu model secara statistik signifikan atau tidak. Caranya adalah dengan membandingkan t-statistik dengan t-tabel pada tingkat signifikansi tertentu.

Uji Hipotesis Parsial yang digunakan adalah :

- a. Hipotesis untuk lingkungan persaingan

Lingkungan persaingan berpengaruh negatif terhadap pendapatan produsen yogurt.

Uji hipotesis negatif ini menggunakan satu sisi

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 < 0$$

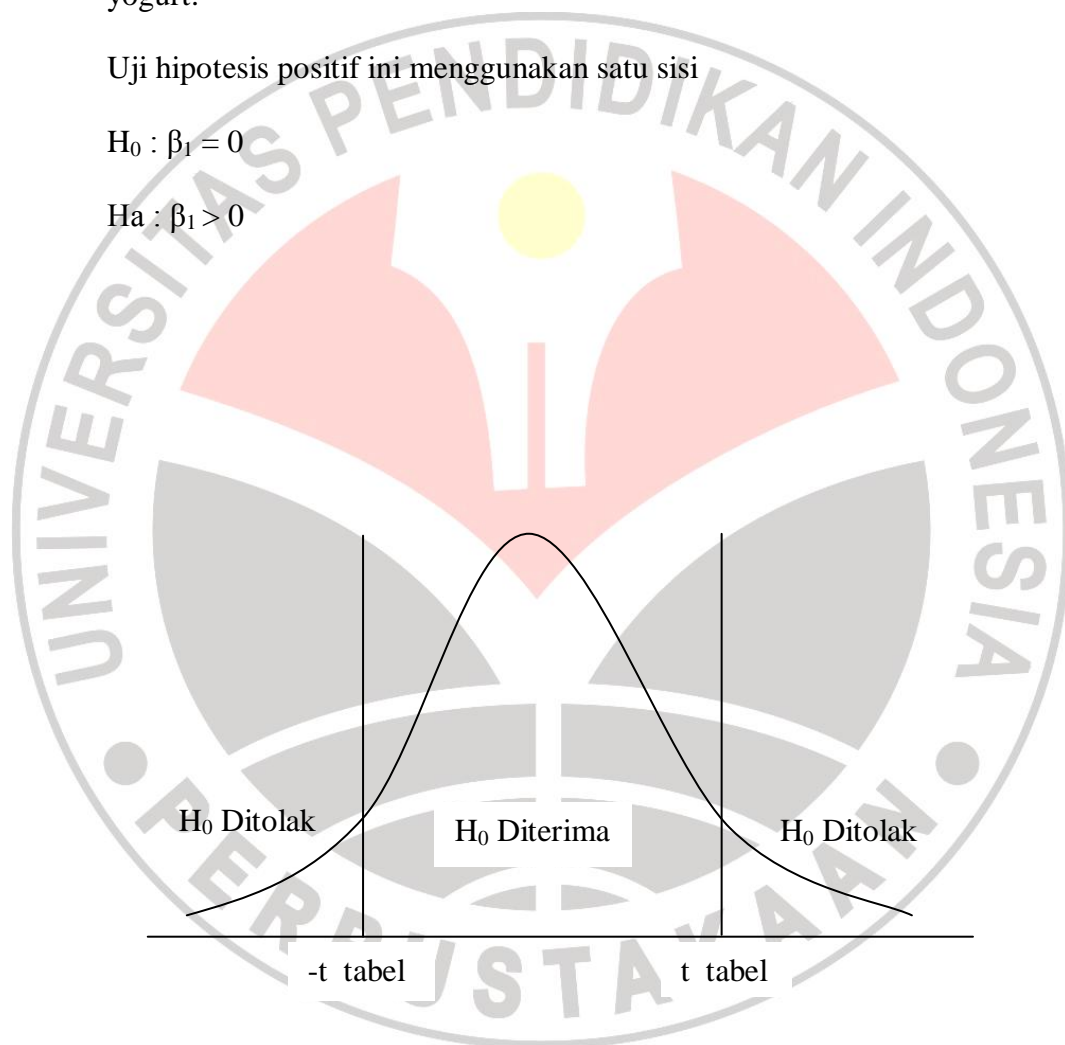
b. Hipotesis untuk differensiasi produk

Differensiasi produk berpengaruh positif terhadap pendapatan produsen yogurt.

Uji hipotesis positif ini menggunakan satu sisi

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$



Gambar 3.1

Daerah Batas Penerimaan Hipotesis

H_0 tidak ditolak jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{stat}} \leq t_{\text{tabel}}$, artinya, pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependennya adalah tidak signifikan.

H_0 ditolak jika $-t\text{-tabel} > t\text{-stat}$ atau $t\text{-tabel} < t\text{-stat}$, artinya, pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependennya adalah signifikan.

3.6.4.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Tujuan dari uji F adalah untuk mengukur apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap variabel dependen.

Hipotesis yang digunakan adalah

$H_0 \beta_i = 0$, dimana $i = 1, 2, \dots, n$; semua variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_1 \beta_i \neq 0$, dimana $i = 1, 2, \dots, n$; paling tidak ada satu variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

$$n_1 = (k - 1); m_2 = (n - k)$$

k = banyaknya parameter

n = jumlah total observasi

Hasil pengujian adalah:

Apabila $F\text{-stat} \leq F\text{ tabel}$, berarti H_0 tidak ditolak sehingga variabel bebasnya secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel tidak bebasnya.

Apabila $F\text{-stat} > F\text{ tabel}$, berarti H_0 ditolak sehingga variabel bebasnya secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel tidak bebasnya.

3.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi atau koefisien penentu R^2 merupakan suatu bilangan yang dinyatakan dalam bentuk persen yang menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengukur kebenaran hubungan yang dipakai yaitu angka yang menunjukkan besarnya varians/kemampuan penyebaran dari variabel independen yang menerangkan variabel dependen. Besarnya nilai R^2 adalah $0 \leq R^2 \leq 1$, dimana semakin mendekati 1 berarti model tersebut dapat dikatakan baik karena semakin dekat hubungan anatar variabel independen dengan variabel dependen, demikian sebaliknya.

3.7 Pengujian Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Multikolinearitas (*Multicollinearity Test*)

Multikolinearitas dapat diartikan sebagai hubungan linear diantara beberapa atau semua variabel independen dalam sebuah model regresi. Uji ini diperlukan agar asumsi ke-10 CLRM (Classical Linear Regression Model) terpenuhi, yaitu suatu kondisi di mana terdapat hubungan yang linear sempurna di antara beberapa atau semua variabel independen dalam sebuah model regresi.

Multikolinearitas dapat dideteksi apabila nilai R^2 tinggi tetapi tidak ada atau hanya sedikit variabel independen yang secara tunggal berpengaruh terhadap variabel dependen berdasarkan uji t-statistik. salah satu cara untuk mengetahui variabel independen mana yang berhubungan dengan variabel independen lainnya

adalah dengan melakukan regresi atas satu variabel independen terhadap variabel lainnya dan menghitung nilai R^2 -nya. Apabila nilai R^2 hasil perhitungan regresi output terhadap variabel input secara keseluruhan, maka dalam model tersebut tidak terdapat masalah multikolinearitas.

3.7.2 Uji Heteroskedastisitas (*Heteroscedasticity Test*)

Heteroskedastisitas terjadi ketika varian dari error terms tidak konstan dilambangkan dengan:

$$E u_i^2 = \sigma_i^2$$

Konsekuensinya adalah penaksiran tidak lagi efisien karena mempunyai varians yang tidak lagi minimum. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dalam sistem persamaan maka dilakukan uji *White Heteroskedasticity* menggunakan eviews 5. Hipotesis yang digunakan adalah:

$$H_0 : \sigma_i^2 = \sigma^2 \text{ (tidak terdapat heteroskedastisitas)}$$

$$H_0 : \sigma_i^2 \neq \sigma^2 \text{ (terdapat heteroskedastisitas)}$$

Apabila nR^2 atau $obs * R^2$ lebih besar daripada nilai pada tingkat signifikansi (α) atau jika p-value (prob) dari nR^2 lebih kecil dari tingkat signifikansi maka kesimpulan hipotesis nol ditolak yang berarti terdapat heteroskedastisitas di dalam model dan sebaliknya.

3.7.3 Uji Autokorelasi (*Autocorrelation Test*)

Uji ini digunakan untuk mengetahui adanya autokorelasi dalam model regresi. Autokorelasi adalah korelasi antar anggota serangkaian observasi yang

diurutkan menurut waktu (seperti dalam dereta waktu) atau ruang (seperti dalam data cross sectional).

Pada penelitian ini digunakan uji *Breusch and Godfrey Serial Correlation LM-Test* untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi. Apabila nilai Probabilitas *Obs*R-squared* lebih besar dari taraf nyata tertentu (yang digunakan), maka persamaan ini dinyatakan tidak mengalami autokorelasi. Apabila nilai *Obs*R-squared* yang diperoleh lebih kecil dari pada taraf nyata tertentu maka persamaan tersebut mengandung autokorelasi (Yana Rohmana, 2010 : 192-194).

