

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan alat yang dipergunakan untuk memecahkan masalah dalam suatu penelitian. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah pedagang pasar tradisional Geger Kalong Tengah Bandung pada saat penelitian dilaksanakan. Yang dijadikan variabel independen (variabel bebas) adalah sikap kewirausahaan (variabel X1) dan lokasi usaha (variabel X2). Sedangkan yang berlaku sebagai variabel dependen atau variabel terikat adalah volume penjualan (variabel Y) pada pedagang pasar tradisional Geger Kalong Tengah Bandung. Adapun pasar tradisional yang pedagangnya dijadikan objek penelitian oleh peneliti adalah pasar tradisional Geger Kalong Tengah Bandung yakni salah satu bentuk tempat usaha perdagangan yang menawarkan dan menjual berbagai jenis produk.

Berdasarkan kedua objek penelitian ini maka dapat dianalisis sebagai berikut :
Pertama, tanggapan pedagang pasar tradisional Geger Kalong Tengah Bandung terhadap sikap kewirausahaan. *Kedua*, tanggapan pedagang pasar tradisional Geger Kalong Tengah Bandung terhadap lokasi usaha. *Ketiga*, seberapa besar peningkatan volume penjualan pedagang pasar tradisional Geger Kalong Bandung. *Empat*, mengukur pengaruh sikap kewirausahaan dan lokasi usaha terhadap volume penjualan pada pedagang pasar tradisional Geger Kalong Tengah Bandung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskripsi tentang variabel sikap kewirausahaan dan lokasi usaha. Sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, di mana dalam penelitian ini akan diuji apakah sikap kewirausahaan dan lokasi usaha mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan. Mengingat sifat penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *descriptive survey* dan metode *explanatory survey*. Informasi dari seluruh populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

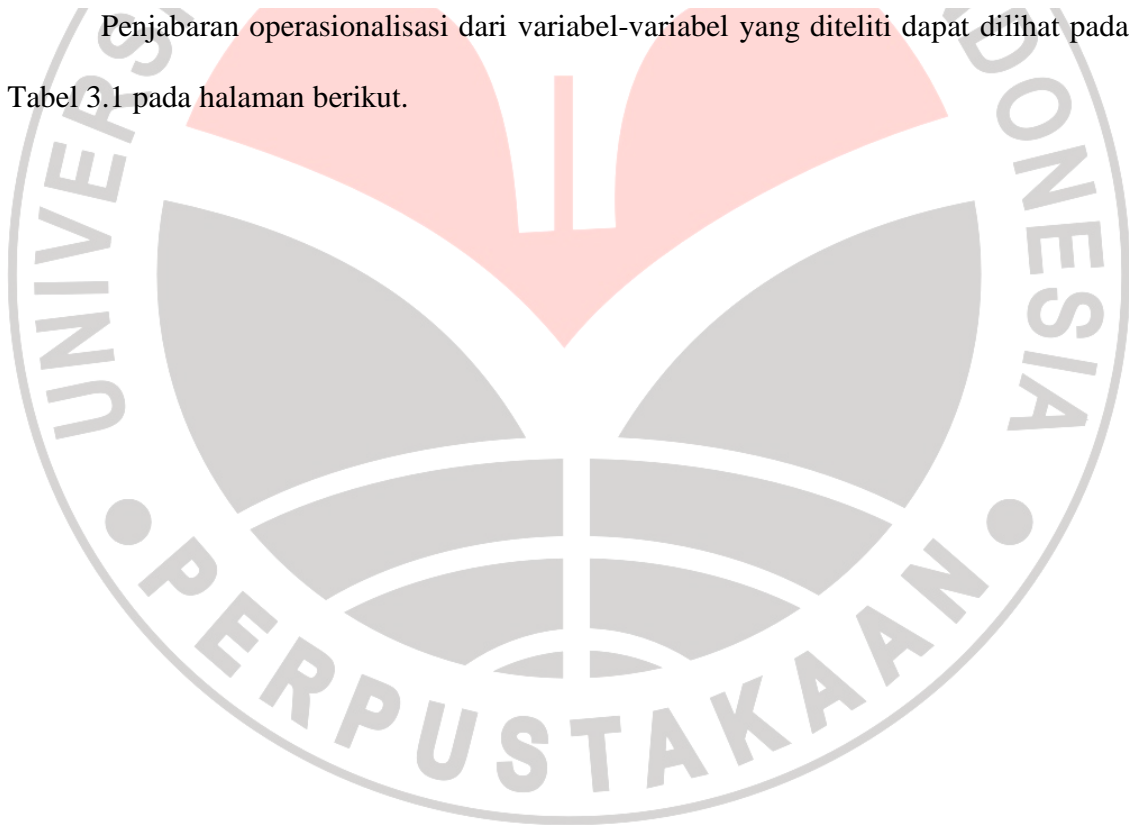
Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Asep Hermawan (2006:53), yang dimaksud dengan variabel bebas dan variabel terikat yaitu:

Variabel bebas (*independen variable/predictor variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat secara positif maupun negatif. Variabel terikat (*dependent variable/predictor variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Variabel bebas dan variabel terikat yang diteliti selanjutnya dijelaskan sebagai berikut.

1. Variabel sikap kewirausahaan (X1) yang meliputi: percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan dan berorientasi pada masa depan..
2. Variabel lokasi usaha (X2) yang meliputi akses, vasibilitas, lalu lintas, ekspansi, persaingan dan lingkungan.
3. Variabel volume penjualan disebut sebagai variabel terikat (Y) yang meliputi: keuntungan, jumlah barang/produk yang terjual, efektifitas penjualan, dan target penjualan.

Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 pada halaman berikut.



TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

VARIABEL/ SUB VARIABEL	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO ITEM
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Sikap kewirausahaan (X1)	Sikap kewirausahaan adalah suatu kemampuan dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan siasat, kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup (Suryana 2003:10)	Percaya diri	1. Tingkat kepercayaan (keyakinan)	Ordinal	1
			2. Tingkat ketidaktergantungan	Ordinal	2
			3. Tingkat optimisme	Ordinal	3
		Berorientasi tugas dan hasil	1. Tingkat berorientasi pada laba atau hasil	Ordinal	4
			2. Tingkat ketekunan dan ketabahan		5
			3. Tingkat tekad, kerja keras dan motivasi		6
		Pengambilan resiko	1. Tingkat kemampuan mengambil resiko	Ordinal	7
			2. Tingkat kesukaan pada tantangan		8
		Kepemimpinan	1. Tingkat kemampuan memimpin	Ordinal	9
			2. Tingkat bergaul dengan orang lain		10
			3. Tingkat menanggapi saran dan kritik		11
		Berorientasi ke masa depan	1. Tingkat kemampuan berfikir	Ordinal	12
Lokasi usaha (X2)	Lokasi Usaha adalah penilaian pelanggan terhadap tempat dimana orang atau fasilitas pendukung produk berada untuk memberikan produknya kepada pelanggan (Fandy Tjiptono 2000:10)	Akses	1. Tingkat kemudahan konsumen untuk datang	Ordinal	13

VARIABEL/ SUB VARIABEL	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO ITEM
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		Visibilitas	1. Tingkat kestrategisan lokasi	Ordinal	14
		Lalu lintas	1. Tingkat banyaknya pengunjung yang lalu lalang	Ordinal	15
		Ekspansi	Tingkat banyaknya kios	Ordinal	16
		Lingkungan	1. Tingkat penjual produk lain yang sejenis	Ordinal	17
		Persaingan	1. Tingkat jumlah pesaing	Ordinal	18
Volume Penjualan (Y)	Volume penjualan adalah nilai kualifikasi produk yang senantiasa memenuhi harga pasaran, sekaligus memberikan respon kepada khalayak dan atau pasar sasaran. (Alex Nisemito 2000:106)	1. Keuntungan dari penjualan	1. Tingkat keuntungan dari penjualan	Ordinal	19
		2. Jumlah produk yang terjual	1. Tingkat produk yang terjual	Ordinal	20
		3. Efektifitas penjualan	1. Tingkat keefektifan penjualan	Ordinal	21
		4. Target penjualan	1. Tingkat target penjualan	Ordinal	22

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Sumber data tersebut dapat diperoleh baik secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data di mana data yang diinginkan dapat diperoleh secara langsung dari objek yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah seluruh data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada seluruh responden yang sesuai dengan target sasaran yaitu pedagang yang berjualan di pasar tradisional Geger Kalong Tengah Bandung.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian dimana subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun uraian mengenai jenis dan sumber data mengenai penelitian ini pada Tabel 3.2 di bawah ini:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data	Digunakan untuk Tujuan Penelitian		
				T1	T2	T3
1	Perbandingan Pertumbuhan Pasar Tradisional Dan Pasar Modern	Sekunder	AC Nielsen, Marketing 05/VII/MEI 2007	✓		
2	Perbandingan Jumlah Pedagang Pasar Tradisional Kota Bandung	Sekunder	Dinas Pasar Kota Bandung	✓		
3	Perbandingan Jumlah Pasar Tradisional Kota Bandung	Sekunder	Dinas Pasar Kota Bandung	✓		
4	Tanggapan responden Terhadap Sikap Kewirausahaan	Primer	Responden / pedagang pasar Geger Kalong Tengah Bandung	✓		✓
5	Tanggapan responden terhadap lokasi usaha	Primer	Responden / pedagang pasar Geger Kalong Tengah Bandung		✓	✓
6	Tanggapan responden terhadap volume penjualan	Primer	Responden / pedagang pasar Geger Kalong Tengah Bandung			✓

Sumber : Berdasarkan Hasil Pengolahan Data 2008

Keterangan :

T.1 = Mendeskripsikan tanggapan pedagang mengenai sikap kewirausahaan yang terdiri dari (percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, dan berorientasi ke masa depan).

T.2 = Mendeskripsikan mengenai lokasi usaha yang terdiri dari (akses, vasibilitas, lalu lintas, ekspansi, persaingan dan lingkungan)

T.3 = Menjelaskan seberapa besar hubungan sikap kewirausahaan yang terdiri dari (percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, berorientasi ke masa depan) dan lokasi usaha yang terdiri dari (akses, vasibilitas,

lalu lintas, ekspansi, persaingan dan lingkungan) dengan volume penjualan pedagang.

3.2.4 Populasi

Mengumpulkan dan menganalisis suatu data sangat menentukan sekali populasi, karena semua itu bagian dari langkah yang penting dalam pelaksanaan penelitian. Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki objek atau subjek itu.

Menurut Suharsimi Arikunto (2007:130)

“Populasi adalah keseluruhan objek penelitian”. Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi atau studi sensus.

Penelitian ini mengambil sampel dari seluruh populasi atau dinamakan sampling jenuh. Sampling jenuh menurut Sugiyono, (2008:122-123).

Sampling jenuh adalah teknik pengumpulan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil yaitu kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lainnya adalah sampel jenuh atau sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

Menurut Naresh K. Malhotra (2004:364) “Sensus adalah keseluruhan elemen populasi atau objek studi.

Penentuan populasi tersebut dikarenakan menurut persepsi peneliti pedagang pasar tradisional Geger Kalong Tengah Bandung merupakan salah satu pasar yang sedikit jumlah pedagangnya. Populasi yang diperoleh berdasarkan pra-penelitian yang dilakukan berjumlah 143. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.3

TABEL 3.3
JUMLAH PEDAGANG PASAR TRADISIONAL GEGER KALONG TENGAH
BANDUNG TAHUN 2007

Komoditi	Jumlah Pedagang
Sayuran	46
Daging	15
	6
Sembako	23
Buah-buahan	14
Peralatan Rumah Tangga	2
Pakaian	4
Assesoris	3
Ikan	5
	3
	4
Makanan Ringan	15
Perhiasan	2
	1
Jumlah	143

Sumber : Berdasarkan Hasil Pengolahan Data 2008

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik penelitian seperti berikut :

1. Observasi

Di dalam pengertian psikologik, observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan yaitu kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera.

Pada penelitian ini, teknik observasi yang dilakukan adalah teknik observasi partisipatif dimana pengamat terlibat langsung pada kegiatan. Dan melalui kegiatan observasi ini pula penulis melakukan studi pendahuluan dimana melalui teknik ini dapat melihat, mengenal, mengidentifikasi masalah yang diteliti.

2. Wawancara

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:155) “wawancara (*interview*) adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara.

Wawancara digunakan oleh peneliti sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak pedagang. Teknik wawancara pada penelitian ini adalah dengan menggunakan pedoman wawancara berstruktur, yang dilakukan dengan tujuan untuk mengungkapkan berbagai informasi mengenai volume penjualan pedagang pasar tradisional Geger Kalong Tengah Bandung.

3. Kuesioner

Angket adalah alat pengumpul data yang berisi sejumlah pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden. Hal ini sejalan dengan pendapat yang diutarakan oleh Suharsimi Arikunto (2006:151) yang menyatakan bahwa “angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui.

Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden pada sikap kewirausahaan, lokasi usaha dan volume penjualan pada pedagang.

4. Studi Literatur

Dengan teknik ini penulis berusaha untuk mencari informasi serta data baik berupa teori-teori, pengertian-pengertian, dan uraian-uraian yang dikemukakan oleh para ahli sebagai landasan teoritis khususnya mengenai masalah-masalah yang sejalan dengan penulisan ini.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting hal tersebut disebabkan karena data merupakan gambaran dari variabel yang telah diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid atau reliabel.

3.2.6.1 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang memiliki validitas rendah.

Pengujian validitas instrumen digunakan untuk mengukur sampai seberapa besar ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur didalam melakukan fungsinya.

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:168)

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas (Husein Umar, 2002:110) :

1. Mendefinisikan secara operasional suatu yang konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya seperti halaman berikut :

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

dimana : r = Indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan (Suharsimi

Arikunto, 2002 :146)

Pengujian keberartian koefisien korelasi dilakukan dengan taraf signifikansi 5 %.

Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

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

Keputusan uji validitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Berdasarkan hasil pengujian validitas instrumen diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Validitas item instrumen variabel X1 (Sikap Kewirausahaan)

Pengujian validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) n-2 atau 30-2=28, maka diperoleh nilai $r_{tabel} = 0,374$. Berdasarkan hasil pengujian validitas, diperoleh hasil bahwa semua item instrumen variabel X1 adalah valid. Item instrumen yang memperoleh nilai r_{hitung}

tertinggi adalah kemampuan pedagang dalam memimpin bawahan yang terdapat pada dimensi kepemimpinan yaitu sebesar 0.843. Sedangkan item instrumen yang memperoleh r_{hitung} terendah adalah sikap kepercayaan atau keyakinan pedagang terdapat pada dimensi percaya diri yaitu sebesar 0.400. Hasil pengujian validitas instrumen variabel X1 secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 4.2.

2. Validitas item instrumen variabel X2 (Lokasi Usaha)

Pengujian validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ atau $30-2=28$, maka diperoleh nilai $r_{tabel} = 0,374$. Berdasarkan hasil pengujian validitas, diperoleh hasil bahwa semua item instrumen variabel X2 adalah valid. Item instrumen yang memperoleh nilai r_{hitung} tertinggi adalah item tempat berdagang banyak di lalui oleh konsumen yang terdapat pada dimensi lalu lintas yaitu sebesar 0.582. Sedangkan item instrumen yang memperoleh r_{hitung} terendah adalah item kestrategisan lokasi berdagang yang terdapat pada dimensi visibilitas yaitu sebesar 0.418. Hasil pengujian validitas instrumen variabel X2 secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 4.2

3. Validitas item instrumen variabel Y (Volume Penjualan)

Pengujian validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ atau $30-2=28$, maka diperoleh nilai $r_{tabel} = 0,374$. Berdasarkan hasil pengujian validitas, diperoleh hasil bahwa semua item instrumen variabel X2 adalah valid. Item instrumen yang memperoleh nilai r_{hitung} tertinggi adalah item Nilai keuntungan yang diperoleh dari penjualan yang terdapat pada dimensi keuntungan dari penjualan yaitu sebesar 0.817. Sedangkan item instrumen yang memperoleh r_{hitung} terendah adalah item Persentase keefektifan

penjualan komoditi yang terdapat pada dimensi efektivitas penjualan yaitu sebesar 0.621. Hasil pengujian validitas instrumen variabel X2 secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 4.2

3.2.6.2 Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliabel menurut Suharsimi arikunto (2002:154) artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Husein Umar, 2002:113).

Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5.

Rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) sebagai berikut :

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

(Husein Umar, 2002:125 dan Suharsimi Arikunto, 2002:171)

dimana : r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ($\sum \sigma^2$) sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

(Husein Umar, 2002:127)

dimana : n = jumlah sampel ; σ = nilai varians
 x = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Pengujian validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ atau $30-2=28$, maka diperoleh nilai $r_{tabel} = 0,374$., maka didapat r_{hitung} masing-masing variabel lebih besar dari 0,374. Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen diperoleh hasil bahwa variabel X dan variabel Y adalah reliabel. Item instrumen variabel sikap kewirausahaan (X1) memiliki nilai r_{hitung} yang lebih tinggi (0,906) dibandingkan r_{hitung} variabel volume penjualan (Y) (0,871). sedangkan Item instrumen variabel lokasi usaha (X2) memiliki nilai r_{hitung} yang lebih rendah (0,728) dibandingkan r_{hitung} variabel volume penjualan (Y) (0,871). Dapat pula dikatakan bahwa reliabilitas instrumen memiliki reliabel yang tinggi karena nilai r_{hitung} masing-masing variabel lebih besar dari 0,374.

3.2.7 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.2.7.1 Teknik Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui empat tahapan, yaitu :

1. Menyusun Data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, serta pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Memberi skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

3. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

4. Pengujian

Teknik analisis data yang digunakan dalam pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda (analisis *multiple*). Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen X yaitu sikap kewirausahaan terhadap variabel dependen Y yaitu volume penjualan. Langkah-langkah dalam teknik analisis data adalah sebagai berikut.

a. Method Of Successive Interval (MSI)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of successive interval*. (Harun Al rasyid, 1994: 131).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
- 2) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden, dilakukan pembulatan jika > 0,5 maka dilakukan pembulatan ke atas sedangkan <0,5 dibulatkan ke bawah.
- 3) Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban
- 4) Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban
- 5) Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$Scale Value = \frac{(Density at Lower Limit) - (Density at Upper Limit)}{(Area Below Upper Limit) - (Area Below Lower Limit)}$$

- 6) Dihitung skor untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$Nilai\ hasil\ transformasi = ScaleValue = |ScaleValue_{\min\imum}| + 1$$

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel *independen* dengan variabel *dependen* serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan program *SPSS 13*.

b. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi digunakan untuk menguji pengaruh antar dua variabel. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam analisis regresi linier sederhana ini terdapat dua variabel yang diramalkan, yaitu sikap kewirausahaan (variabel X1) terhadap volume penjualan (Y) dan lokasi usaha (X2) terhadap volume penjualan (Y), maka bentuk persamaan regresi Y atas X adalah:

$$Y = a + bx$$

Dimana:

Y' = Nilai yang diukur dari variabel terikat

a : Y pintasan (nilai Y' bila x=0)

b : Kemiringan dari garis regresi (kenaikan atau penurunan Y untuk setiap perubahan satu satuan atau koefisien regresi, mengukur besarnya pengaruh X terhadap Y jika X naik satu unit).

X = Nilai tertentu dari variabel bebas

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi adalah sebagai berikut:

- Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu: $\sum X_i$, $\sum Y_i$, $\sum X_i Y_i$, $\sum X_i^2$, $\sum Y_i^2$, dan
- Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sudjana (1996:315) sebagai berikut:

Nilai dari a dan b pada persamaan regresi linier dapat dihitung dengan rumus

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

atau $y = a + bx$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya nilai Y dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi (r^2), dimana;

$$(r^2) = \frac{b \{ n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i) \}}{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2}$$

(Sudjana, 2001 : 370)

1. Analisis Regresi Linier Ganda

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier ganda. Menurut Sugiyono (2006:210)

Analisis regresi linier ganda digunakan oleh peneliti, bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (naik turunkan nilainya)".

Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu sikap kewirausahaan (X1) dan lokasi usaha (X2)

sedangkan variabel dependen adalah volume penjualan (Y), data hasil tabulasi diterapkan pada pendekatan penelitian yaitu dengan analisis regresi ganda.

Teknik analisa linier ganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut :

1) Uji Asumsi Regresi

a. Uji Asumsi Normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi ganda adalah normalitas, sebagaimana yang diungkapkan oleh Triton (2005:76) “data sampel hendaknya memenuhi prasyarat distribusi normal”. Data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaran data mengikuti sebaran normal, maka populasi dari mana data diambil berdistribusi normal dan akan dianalisis menggunakan analisis parametrik. Pada penelitian ini, untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak akan dilakukan dengan menggunakan *Normal Probability Plot*. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak di sekitar garis diagonal pada *Normal Probability Plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas.

b. Uji Asumsi Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah situasi adanya korelasi yang kuat antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lainnya dalam analisis regresi. Apabila dalam analisis terdeteksi multikolinearitas maka angka estimasi koefisien regresi yang didapat akan mempunyai nilai yang tidak sesuai dengan substansi, sehingga dapat menyesatkan interpretasi. Selain itu juga nilai standar error setiap koefisien regresi dapat menjadi tak terhingga. Dua

parameter yang paling umum digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* dan nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinearitas apabila nilai VIF menjauhi 1 atau nilai toleransi menjauhi 1.

c. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Residu pada heteroskedastisitas semakin besar apabila pengamatan semakin besar. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu, dan apabila datanya berpencar disekitar angka nol (pada sumbu Y).

2) Model persamaan regresi linier ganda X1 dan X2 atas Y adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + \varepsilon \text{ (Sugiyono, 2006:211)}$$

Keterangan :

Y = Volume Penjualan

X1 = Sikap Kewirausahaan

X2 = Lokasi Usaha

a = Intersep

b = Koefisien arah regresi

ε = Variabel residu

Untuk menghilangkan harga-harga a, b1, b2 dapat menggunakan persamaan berikut :

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)}$$

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_1 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)}$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b_1 \frac{\sum X_1}{n} - b_2 \frac{\sum X_2}{n}$$

Sumber : Sugiyono (2006:212)

- 3) Setelah harga a , b_1 dan b_2 diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menghitung korelasi ganda pada masing-masing variabel independen dengan variabel dependen dengan rumus berikut :

$$(R_{x_1 x_2 y}) = \sqrt{\frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

Sumber : Riduwan & Akdon (2006:128)

- 4) Selanjutnya untuk uji signifikansi koefisien korelasi ganda dicari F_{hitung} dulu kemudian dibandingkan dengan F_{tabel}

$$F_{hitung} = \frac{R^2(n-m-1)}{m(1-R^2)}$$

Sumber : Riduwan & Akdon (2006:128)

Dimana :

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R = Nilai koefisien korelasi ganda

m = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

- 5) Menurut Sugiyono (2006:183) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

TABEL 3.4
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN KLASIFIKASI
PENGUJIAN PENGARUH

Besar Koefisien	Klasifikasi
<20	Sangat Rendah/lemah dapat diabaikan
0,20-0,40	Rendah/lemah
0,40-0,70	Sedang
0,70-0,90	Tinggi/Kuat
0,90-1,00	Sangat tinggi/sangat kuat

(Sugiyono, 2006:370)

2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui prosentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tak bebas, dengan asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$

$$KP = r^2 \times 100\% \dots \dots \dots \text{(Riduwan, 2006:136)}$$

Keterangan :

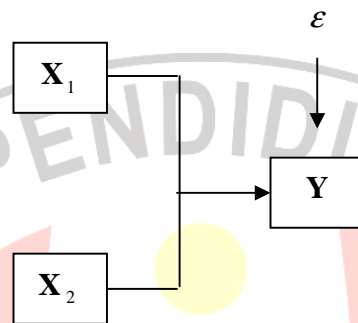
KP = nilai koefisien determinan

r = nilai koefisien korelasi

3.2.7.2 Rancangan Uji Hipotesis

Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka yang akan dianalisis adalah variabel independen yaitu sikap kewirausahaan (variabel X1) dan lokasi usaha (X2) sedangkan variabel dependen adalah volume penjualan (Y). Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi linier ganda untuk ketiga variabel tersebut. Adapun yang menjadi hipotesis utama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif antara sikap kewirausahaan dan lokasi usaha terhadap volume penjualan pedagang pasar

tradisional Geger Kalong Tengah Bandung. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji keberartian koefisien arah regresi. Hipotesis tersebut digambarkan sebagai berikut:



**GAMBAR 3.1
MODEL REGRESI**

Keterangan :

X_1 = variabel sikap kewirausahaan

X_2 = variabel lokasi usaha

Y = variabel volume penjualan

ϵ = residu (variabel lain diluar variabel X yang berpengaruh) ke variabel akibat (endogenus) dinyatakan oleh besarnya nilai numerik dari variabel endogenus.

Untuk menguji keberartian koefisien arah regresi dilakukan dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$F = \frac{S^2_{reg}}{S^2_{sis}} \quad (\text{Sudjana, 2001:16})$$

Secara statistik pengujian hipotesis keberartian arah regresi adalah:

$H_0 : \beta_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara sikap kewirausahaan dan lokasi usaha terhadap volume penjualan pedagang pasar tradisional Geger Kalong Tengah Bandung.

$H_0 : \beta_1 > 0$, artinya terdapat pengaruh antara sikap kewirausahaan dan lokasi usaha terhadap volume penjualan pedagang pasar tradisional Geger Kalong Tengah Bandung.

Untuk menguji signifikansi keberartian koefisien korelasi antara variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$). Rumus dari *distribusi student* adalah:

$$t = ns. \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-rs^2}} \quad (\text{Sudjana, 2001:62})$$

Keterangan

t = distribusi student

r = koefisien korelasi

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis yang diajukan adalah:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dengan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan.

Secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara sikap kewirausahaan dan lokasi usaha terhadap volume penjualan pedagang pasar tradisional Geger Kalong Tengah Bandung.

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh antara sikap kewirausahaan dan lokasi usaha terhadap volume penjualan pedagang pasar tradisional Geger Kalong Tengah Bandung.

