

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan network capital terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Tas dan Dompet di Kecamatan Mojowarno Jombang. Penelitian ini merupakan jenis penelitian verifikatif dengan menggunakan metode penelitian eksplanasi (*Explanatory Research*) dimana sebuah penelitian eksplanatori menurut Singarimbun dan Effendi (2012) merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan klausal antara variabel penelitian dengan pengujian hipotesa. Populasi dan sampelnya adalah pemilik UMKM Tas dan Dompet di Desa Grogolan Kecamatan Mojowarno Jombang, skala pengukuran menggunakan skala Likert, teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data Analisis regresi Linier Berganda menggunakan SPSS versi 21

3.2 Lokasi Dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Grogolan Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang tepatnya pada UMKM Tas dan Dompet. Sedangkan objek penelitian ini pada UMKM Tas dan Dompet Desa Grogolan. Penelitian akan dilakukan pada seluruh UMKM Tas dan Dompet di Desa Grogolan Kecamatan Mojowarno Jombang.

3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.3.1 Variabel penelitian

Dalam penelitian ini ada tiga variabel yaitu variabel dependen (Y), variabel independen (X1), variabel independen (X2).

1. Variabel dependen (*dependent variable*) atau variabel terikat

Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kinerja pemasaran.

2. Variabel independent (*independent variable*) atau variabel bebas

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah inovasi produk dan keunggulan bersaing

3. Definisi operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dan atau konstruk dengan cara memberikan arti atau melakukan spesifikasi kegiatan maupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel (Sangjadi dan Sopiah, 2010).

1. Kinerja pemasaran (Y)

Kinerja pemasaran dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi pemilik usaha UMKM Tas dan Dompot tentang prestasi pasar dari produknya yang mana perusahaan mampu mempertahankan konsumen yang ada atau menambah konsumen baru. Menurut Johnson (2009) terdapat beberapa dimensi untuk mengukur variabel kinerja pemasaran yaitu Indikator dari kinerja pemasaran antara lain:

- a. Peningkatan Volume penjualan

- b. Peningkatan jumlah pelanggan
- c. Kemampuan laba, kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit (laba) dari setiap tahun

2. Inovasi Produk (X1)

Inovasi produk merupakan produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar. Inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya (Nasution, 2005). Inovasi produk dapat diukur dalam indikator (Yadnya, 2017):

- a. Perbaikan manajemen laba
- b. Perbaikan mutu produk
- c. Perbaikan proses produksi
- d. Peralihan teknologi
- e. Mengembangkan diferensiasi produk

3. Keunggulan bersaing (X2)

Keunggulan bersaing didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai unggul. Indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing (Yadna, 2017) adalah:

- a. Untuk transaksi bisnis
- b. Memiliki keunikan produk.
- c. Produk berkualitas
- d. Harga bersaing

e. Pasar berkembang

Tabel 3.1 Operasional antar variabel

Variabel	Indikator	Kisi-kisi
Kinerja pemasaran (Y) (Yadnya, 2017)	1. Pertumbuhan penjualan	Adanya peningkatan volume penjualan produk tas dan dompet dari waktu ke waktu
	2. Peningkatan jumlah pelanggan	Adanya peningkatan jumlah pelanggan
	3. Kemampuan laba	Mampu menghasilkan laba yang terus meningkat
Inovasi Produk (X1) (Yadnya, 2017)	1. Perbaikan manajemen laba	Mampu memperbaiki manajemen laba
	2. Pebaikan mutu produk	Mampu memperbaiki mutu produk
	3. Perbaikan proses produksi	Mampu memepbaiki proses produksi
	4. Peralihan tekhnologi	Adanya peralihan tekhnologi
	5. Mengembangkan diferensiasi produk	Mampu mengembangkan diferensiasi produk
Keunggulan bersaing (X2) (Yadnya, 2017)	1. Untuk transaksi bisnis	Digunakan untuk transaksi bisnis
	2. Memiliki keunikan produk.	Memiliki keunikan produk tas dan dompet
	3. Produk berkualitas	Produk tas dan dompet berkualitas
	4. Harga bersaing	Memiliki harga yang bersaing
	5. Pasar berkembang	Perusahaan bergerak cepat dalam mengembangkan produk baru dibanding dengan pesaing sehingga tidak mudah digantikan

3.4 Skala Pengukuran

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan pengukuran dengan skala *Likert*. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk keperluan analisis secara kuantitatif, maka jawaban diberi nilai yaitu 1 sampai dengan 5. Jawaban dari responden yang bersifat kualitatif dikuantitatifkan, dimana jawaban untuk pernyataan diberi nilai sebagai berikut:

- | | |
|--------------------------------------|---------------|
| a. Jawaban sangat setuju (SS) | diberi skor 5 |
| b. Jawaban setuju (S) | diberi skor 4 |
| c. Jawaban netral (RG) | diberi skor 3 |
| d. Jawaban tidak setuju (TS) | diberi skor 2 |
| e. Jawaban sangat tidak setuju (STS) | diberi skor 1 |

Pada penelitian ini responden diharapkan memilih salah satu dari kelima alternative jawaban yang tersedia, kemudian jawaban yang diberikan akan diberikan nilai tertentu (1,2,3,4, dan 5). Nilai yang diperoleh akan dijumlahkan dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Nilai inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala *Likert*.

3.5 Penentuan Populasi Dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi merupakan jumlah dari keseluruhan objek atau subjek didalamnya mempunyai karakteristik dan kualitas sesuai dengan syarat yang

telah ditetapkan oleh peneliti agar dapat diteliti kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2015).

Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah pemilik UMKM Tas dan Dompot di seluruh desa grogolan Kecamatan Mojowarno Jombang. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi berjumlah 58 yang keseluruhan merupakan para pemilik UMKM tas dan dompet desa Grogolan Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang. (Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jombang, 2019)

3.5.2 Sampel

Penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh yaitu penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2015).

Pada penelitian ini sampel yang diambil adalah pemilik UMKM tas dan dompet Grogolan Mojowarno Jombang yang berjumlah 58 pengusaha tas dan dompet.

3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sampel jenuh, yaitu teknik penentuan sampel bila semua populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini yang menjadi sampel penelitian adalah 58 orang, dimana 58 sampel tersebut adalah pengusaha Tas dan Dompot Di Desa Grobogan.

3.6 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian dilaksanakan untuk menguji hipotesis yang diajukan dengan menggunakan metode penelitian yang telah dirancang sesuai dengan variabel yang akan diteliti agar dapat hasil yang akurat. Pembahasan yang dilakukan dengan menggunakan metode penelitian mencakup jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan datasekunder yaitu:

3.6.1 Jenis data

1. Data primer

Informasi yang diperoleh langsung dengan metode survey yang dikumpulkan melalui daftar pertanyaan yang bersifat terstruktur yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Untuk mempermudah responden, angket yang diberikan menggunakan pernyataan-pernyataan tertutup dengan beberapa alternatif jawaban.

2. Data sekunder

Informasi yang diperoleh dari data yang menyangkut UMKM Tas dan Dompot di Kecamatan Mojowarno Jombang seperti nama pemilik usaha, lama berdirinya usaha, jumlah pemilik usaha.

Studi kepustakaan untuk mendapatkan literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. Sumber data diperoleh dari jurnal, buku-buku dan data-data yang diperoleh dari internet. Berdasarkan literatur yang diperoleh, peneliti berharap dapat memperoleh data dan informasi yang lebih mendalam yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

3.6.2 Metode pengumpulan data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (*natural setting*).

Teknik pengumpulan data dapat diartikan sebagai prosedur sistematis dan standart untuk memperoleh data yang diperlukan dengan cara mendekati responden atau orang yang diminta informasinya atau melalui data sekunder (Nazir, 2013). Peneliti kali ini menggunakan metode pengumpulan data *interview* dan menyebarkan angket.

1. *Interview* (wawancara)

Teknik pengumpulan data ini mendasarkan pada laporan tentang diri sendiri atau *self report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi (Sugiyono, 2015). Teknik *interview* ini diperoleh dari beberapa sumber yang dirasa memiliki kemampuan untuk menjawab pertanyaan mengenai UMKM Tas dan Dompet di Kecamatan Mojowarno Jombang.

2. Angket

Angket dalam teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015). Angket diberikan kepada pemilik UMKM Tas dan Dompet di Kecamatan Mojowarno Jombang.

3.7 Uji Instrumen

Kedua konsep ini menjadi penting karena peneliti akan bekerja dengan menggunakan instrument-instrumen analisis lanjutan, dan instrumen-instrumen tersebut mempersyaratkan pemenuhan kriteria validitas dan reliabilitas (Ferdinand, 2014).

3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan (kesalahan) suatu instrumen, Suharsimi (2012). Instrumen yang valid atau tepat dapat digunakan untuk mengukur obyek yang ingin diukur. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur suatu data agar tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud agar tercapai kevalidannya.

Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak valid menurut Sugiyono (2015), dapat diketahui dengan cara mengkolerasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi r atas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

Adapun uji coba validitas dengan sampel sebanyak 30 responden, dengan hasil uji validitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2
Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	Nilai koefisien	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	X1.1	0.884	0,30	Valid
	X1.2	0.445	0,30	Valid
	X1.3	0.860	0,30	Valid
	X1.4	0.853	0,30	Valid
	X1.5	0.445	0,30	Valid
Keunggulan Bersaing (X2)	X2.1	0.818	0,30	Valid
	X2.2	0.397	0,30	Valid
	X2.3	0.470	0,30	Valid
	X2.4	0.764	0,30	Valid
Kinerja Pemasaran (Y)	Y1.1	0.646	0,30	Valid
	Y1.2	0.848	0,30	Valid
	Y1.3	0.636	0,30	Valid

Berdasarkan tabel 3.2 maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang terdapat pada variabel gaya hidup, Inovasi produk dan keputusan pembelian diperoleh dari r hitung lebih besar dari nilai koefisien, hal ini berarti semua variabel adalah valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Merupakan instrumen pengukuran data dan data yang dihasilkan disebut *reliable* atau terpercaya apabila instrumen itu secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran (Ferdinand, 2014).

Apabila suatu alat pengukuran telah dikatakan valid, maka tahap berikutnya adalah mengukur reliabilitas. Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2013).

Reliabilitas menunjukkan bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik (Suharsimi, 2012). Untuk mengetahui suatu alat ukur itu reliabel dapat diuji dengan menggunakan rumus *Alpha*. Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach'alpha* > 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya *cronbach'alpha* < 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

Tabel 3.3
Uji Realibilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
X1	0,766	0,6	Reliabel
X2	0,658	0,6	Reliabel
Y	0,639	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Teknik analisis data adalah salah satu cara yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian untuk mencapai suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi

sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2015).

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing-masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima untuk mengetahui kategori rata-rata skor dari responden.

Untuk mengetahui kategori jawaban responden dari masing-masing variabel tergolong tinggi, sedang atau rendah maka ditentukan skala intervalnya dengan cara sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rentang skor} &= \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Banyaknya bilangan}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Sehingga dengan demikian dapat diketahui kategori jawaban responden masing-masing variabel yaitu:

Skor untuk kategori sangat rendah	: 1,00 - 1,80
Skor untuk kaegori rendah	: 1,81 - 2,60
Skor untuk kategori sedang	: 2,61 - 3,40
Skor untuk kategori tinggi	: 3,41- 4,20
Skor kategori sangat tinggi	: 4,21- 5,00

Sumber: (Sudjana, 2005)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

1 Uji Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013). Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Kolmogorov Smirnov dengan bantuan program SPSS dan pengambilan keputusan berdasarkan taraf signifikansi 0,05.

Hasil uji normalitas dapat diketahui dari tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, tepatnya pada nilai Asymp.Sig. Apabila nilai Asymp.Sig. lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai Asymp.Sig. kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti ada dua atau lebih variable x yang memberikan informasi yang sama tentang variable Y. kalau X1 dan X2 berkolinearitas, berarti kedua variabel cukup diwakili satu variable saja. Memakai keduanya merupakan inefisiensi. (Simamora, 2008)

Salah satu cara untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, diantaranya :

- a) Dengan menggunakan antar variabel independen. Misalnya ada empat variabel yang diuji dikorelasikan, hasilnya korelasi antara X1 dan X2 sangat tinggi, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi multikolinearitas antara X1 dan X2.
- b) Disamping itu untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat juga dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai tolerance value $< 0,01$ atau $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila tolerance value $> 0,01$ atau $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

3 Uji Autokorelasi

Autokorelasi dapat didefinisikan sebagai korelasi antar sesama urutan pengamatan dari waktu ke waktu. Untuk dapat mendeteksi adanya autokorelasi dalam situasi tertentu, biasanya memakai uji *Durbin Watson*, dengan keputusan nilai *durbin watson* diatas nilai dU dan kurang dari nilai $4-dU$, $du < dw < 4-du$ dan dinyatakan tidak ada otokorelasi

4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan kepengamatan lain (Ghozali, 2013). Heteroskedastisitas berarti penyebaran titik dan populasi pada bidang regresi tidak konstan

gejala ini ditimbulkan dari perubahan-perubahan situasi yang tidak tergambar dalam model regresi. Jika variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut sebagai homoscedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berguna untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variable dependen bila nilai variable independen dimanipulasi (dirubah-rubah). (Sugiyono, 2015). Analisis regresi sederhana pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk (X1) dan keunggulan bersaing (X2) terhadap Kinerja Pemasaran (Y).

Persamaan Regresi Berganda tersebut menggunakan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja Pemasaran

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi inovasi Produk

b₂ = Koefisien regresi keunggulan bersaing

X₁ = inovasi Produk

X₂ = keunggulan bersaing

e = standar error

3.8.4 Pengujian hipotesis dengan uji t atau uji parsial

1. Membuat formulasi hipotesis
2. Menentukan level signifikansi yaitu 0,05 atau 5%

3. Mengambil keputusan

- Jika $t_{sig} < \alpha = 0,05$, maka Hipotesis diterima
- Jika $t_{sig} > \alpha = 0,05$, maka Hipotesis ditolak

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2014) mengenai koefisien determinasi yaitu merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar ragam naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X. Hasil dari analisis ini dinyatakan dalam presentasi batas-batas determinasi sebagai berikut : $0 < r^2 < 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, Imam Ghazali (2011). Bila R^2 mendekati 1 (100%) maka hasil perhitungan menunjukkan bahwa makin baik atau makin tepat garis regresi yang diperoleh. Sebaliknya jika nilai R^2 mendekati 0 maka menunjukkan semakin tidak tepatnya garis regresi untuk mengukur data observasi. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi, maka dapat dihitung dengan cara mengkuadratkan nilai koefisien korelasi (r^2).