

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanasi (*eksplanatory reseach*). Eksplanasi adalah metode penelitian yang mendiskripsikan pengaruh antar variabel dependen dan independen melalui pengujian hipotesis. Pengambilan sampel pada penelitian dilakukan dengan teknik sampel jenuh yaitu teknik pengambilan sampel yang mana jika semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Pengambilan sampel menggunakan total sampel sebanyak 133 pengusaha kuliner di wisata malam Jombang Kuliner (Jokul).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha kuliner di wisata malam Jombang Kuliner (Jokul). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan SPSS. Lokasi penelitian ini yaitu berada di wisata malam Jombang Kuliner (Jokul) Kecamatan Jombang, Jawa Timur. Waktu penelitian ini dilakukan selama 2 bulan yaitu bulan Juni-Juli 2022.

3.2 Variabel penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.2.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal

tersebut, dan kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. (Sugiyono, 2016).

Dalam penelitian yang penulis lakukan ini terdapat variabel independen dan variabel dependen. Yang mana variabel dependen yaitu orientasi pasar (X1) dan orientasi kewirausahaan (X2). Untuk variabel Independen yaitu Kinerja Pemasaran (Y).

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

1. Kinerja Pemasaran

Kinerja pemasaran dapat diartikan sebagai suatu ukuran keberhasilan atau prestasi suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Menurut Ferdinand (2000) kinerja pemasaran memiliki tiga indikator yaitu :

1. Nilai penjualan yaitu total terjualnya produk kuliner.
2. Pertumbuhan pelanggan yaitu tingkat pertumbuhan konsumen atau pelanggan yang dicapai perusahaan kuliner.
3. Pangsa pasar yaitu kontribusi produk kuliner dalam menguasai pasar.

2. Orientasi Pasar

Orientasi pasar merupakan kemampuan perusahaan kuliner yang berkaitan dengan penciptaan dan pemuasan konsumen yang memfokuskan pada keinginan dan kebutuhan konsumen. Indikator orientasi pasar menurut Nerver dan Slater (1990) terdiri dari tiga indikator yaitu :

1. Orientasi pelanggan diartikan sebagai pemahaman yang memadai tentang target beli pelanggan dengan tujuan agar dapat menciptakan nilai unggul bagi pembeli secara terus menerus tentang usaha kuliner.
 2. Orientasi pesaing berarti pemahaman yang dimiliki pengusaha dalam mengawasi para pesaing baik dari pesaing utamanya saat ini maupun pesaing usaha kuliner lainnya.
 3. Koordinasi antar fungsi dapat diartikan sebagai pemahaman dalam pemanfaatan sumber daya perusahaan secara terkoordinasi dalam rangka menciptakan nilai unggul bagi para pelanggan sasaran usaha kuliner.
3. Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan merupakan suatu proses atau tindakan para pengusaha kuliner dalam membentuk strategi untuk menemukan sebuah peluang. Menurut Lumpkin dan Dess (1996) terdapat lima indikator dalam orientasi kewirausahaan yaitu :

1. Inovasi didefinisikan sebagai upaya pengusaha kuliner untuk menemukan peluang produk kuliner dan perbaikan proses.
2. Agresif terhadap persaingan dalam penelitian ini diartikan sebagai upaya pelaku usaha kuliner untuk memasuki pasar dan mengungguli pesaingnya.
3. Proaktif dimaknai sebagai usaha pengusaha kuliner untuk mengenali dan berinisiatif merebut peluang yang ada.
4. Otonomi dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemandirian pengusaha kuliner untuk mengeksplorasi peluang.

5. Berani mengambil resiko dalam penelitian ini diartikan sebagai kesediaan pengusaha kuliner untuk menjelajahi hal yang tidak diketahui kemungkinan hasilnya nanti.

Tabel 3. 1 Kisi Kisi Instrumen

Variabel	Indikator Variabel	Kisi-kisi Instrumen
Orientasi pasar (X1) Nerver dan Sleter (1990)	Orientasi pelanggan	Mampu dalam membuat produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.
	Orientasi pesaing	Mampu dalam mengambil tindakan dalam menghadapi pesaing yang ada di sekitarnya.
	Koordinasi antar fungsi	Menjalin komunikasi dengan pegawai agar dapat bekerja sama.
Orientasi kewirausahaan (X2) Lumkin dan Dess (1996)	Inovasi	Mampu dalam membuat produk kuliner dengan rasa yang baru.
	Agresif dalam persaingan	Mampu melakukan tindakan yang berbeda dari pesaing lainnya.
	Proaktif	Selalu berinisiatif untuk mengantisipasi permintaan produk kuliner di masa mendatang.
	Otonomi	Mandiri dalam menggali peluang produk kuliner di pasar.
	Berani mengambil resiko	Mampu mengambil resiko dalam menghadapi masalah.
Kinerja pemasaran (Y) Ferdinand (2000)	Nilai penjual	Mampu meningkatkan laba penjualan.
	Pertumbuhan pelanggan	Mampu meningkatkan jumlah pelanggan.
	Pangsa pasar	Dapat meningkatkan pertumbuhan pangsa pasar.

Sumber : Nerver dan Sleter (1990), Lumkin dan Dess (1996), Ferdinand (2000).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini populasinya adalah pengusaha usaha kuliner di wisata malam Jombang Kuliner (Jokul).

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik dalam pengambilan sampel ini adalah Sampel jenuh. Sampel jenuh merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan jika semua anggota dijadikan sebagai sampel. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = *Margin eror* yang ditoleransi

Maka perhitungan dalam menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 200 \cdot 0,5^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 200.0,0025}$$

$$n = \frac{200}{1 + 0,5}$$

$$n = \frac{200}{1,5}$$

$$n = 133,33$$

Diketahui $n = 133,33$ dibulatkan menjadi 133. Jadi dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 133 dari 200 pengusaha usaha kuliner yang ada di wisata malam Jombang Kuliner (Jokul).

3.4 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini skala yang digunakan yaitu skala *Likert*, yaitu skala yang digunakan dalam mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu fenomena sosial (Sugiyono 2016). Dalam keperluan penelitian skala *Likert* memiliki skala dari sangat positif hingga sangat negatif, sehingga jawaban diberi nilai yaitu :

Tabel 3. 2 Skala Likert

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

Sumber : Sugiyono 2015

3.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini berdasarkan cara memperolehnya ada dua yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh melalui kuesioner yang dilakukan peneliti terhadap responden. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan secara tertulis yang dilakukan oleh peneliti terhadap responden secara langsung untuk dijawab (Sugiyono 2018). Dengan teknik kuesioner dapat mempermudah peneliti dalam menganalisis data yang sudah terkumpul.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh melalui sebuah catatan, majalah, laporan data pemerintah, artikel, buku-buku teori dan lain sebagainya (Sugiyono 2015). Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan yaitu buku buku teori, jurnal ilmiah, serta internet terkait pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah melalui angket (kuesioner). Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara sistematis kepada responden untuk diberi jawaban (Sugiyono 2015). Pertanyaan ini dapat memudahkan peneliti dalam menganalisis data melalui angket yang sudah terkumpul.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah bentuk pengujian yang digunakan dalam mengukur apakah data yang didapat setelah penelitian adalah data yang valid dengan menggunakan alat ukur yang digunakan yaitu kuesioner. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian yaitu menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25.0. Menurut Ghozali (2011) kriteria dalam menguji validitas yaitu :

1. Jika r hitung positif dan r hitung $\geq r$ tabel maka pertanyaan dinyatakan valid.
2. Jika r hitung negatif dan r hitung $\leq r$ tabel maka pertanyaan dinyatakan tidak valid .

Rumus uji validitas sebagai berikut :

$$r \text{ hitung} = \frac{n \sum XY - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi

n : banyak sampel

$\sum xy$: jumlah variabel x dan y

$\sum x$: jumlah variabel x

$\sum y$: jumlah variabel y

$\sum x^2$: jumlah pangkat variabel x

$\sum y^2$: jumlah pangkat variabel y

Uji validitas akan dilakukan pada 133 sampel menggunakan bantuan SPSS. Suatu pernyataan dapat dikatakan valid apabila r tabel yang merupakan nilai dari person correlation r hitung $> r$ tabel yaitu 0.1432

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Orientasi Pasar	X1.1	0.678	0.1432	Valid
	X1.2	0.744	0.1432	Valid
	X1.3	0.589	0.1432	Valid
Orientasi Kewirausahaan	X2.1	0.345	0.1432	Valid
	X2.2	0.496	0.1432	Valid
	X2.3	0.454	0.1432	Valid
	X2.4	0.403	0.1432	Valid
	X2.5	0.499	0.1432	Valid
Kinerja Pemasaran	Y1	0.566	0.1432	Valid
	Y2	0.503	0.1432	Valid
	Y3	0.530	0.1432	Valid

Sumber : Data diolah (SPSS)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil setiap masing - masing variabel memiliki r hitung > r tabel (0,1432) yang artinya data tersebut dapat dinyatakan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah bentuk statistik test yang digunakan untuk melihat apakah alat instrumen penelitian yang digunakan menunjukkan konsisten dalam mengukur suatu gejala yang sama. Uji reabilitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan bantuan perangkat luna SPSS 2.5. Instrumen dapat dinyatakan handal (reliabel) jika memiliki alpha > 0,6. Jika alpha < 0,6 Instrumen dapat dikatakan tidak reliabel. Rumus uji Reabilitas sebagai berikut :

$$r_{i=\frac{k}{(k-1)}} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Keterangan :

K = Mean kuadrat antar subyek

$\sum s_i^2$ = Mean kuadrat kesalahan

s_t^2 = Varian total

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Orientasi pasar	0.751	Reliabel
Orientasi Kewirausahaan	0.606	Reliabel
Kinerja Pemasaran	0.608	Reliabel

Sumber : Data diolah (SPSS)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil masing masing variabel memiliki crombach alpha >0.6 yang dapat dinyatakan bahwa data reliabel.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Statistik Deskriptif merupakan metode dalam menganalisis data dengan tujuan untuk menggambarkan atau mendiskripsikan suatu obyek yang sedang diteliti melalui suatu data yaitu sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa membuat analisis dan kesimpulan untuk umum. Untuk mengetahui skor rata rata menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Range} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{range skor}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0,8
 \end{aligned}$$

Interpretasi range skor :

- a. 1,0 – 1,8 = Buruk sekali
- b. 1,8 – 2,6 = Buruk
- c. 2,66 – 3,4 = Cukup
- d. 3,4 – 4,2 = Baik
- e. 4,2 – 5,0 = Sangat Baik

3.8.2 Analisis Inferensial

Analisis inferensial adalah teknik yang digunakan dalam menguji hipotesis dan membuat generalisasi (sugiyono 2014:148). Penggunaan analisis inferensial ini berdasarkan populasi dan sampel yang dipilih.

3.8.2.1 Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda adalah teknik digunakan untuk memprediksi seberapa jauh perubahan dari nilai variable dependen, bila nilai variabel independen di manipulasi atau dirubah atau dinaik turunkan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan persamaan :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = kinerja pemasaran

a = konstanta

b1 = koefisien orientasi pasar

b2 = koefisien orientasi kewirausahaan

X1 = orientasi pasar

X2 = orientasi kewirausahaan

e = standar error

3.8.3 Uji asumsi klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mendekati distribusi normal (Situmorang dan Lutfi, 2014). Menurut Ghazali (2011:160) uji normalitas dirancang dengan tujuan untuk menguji keberadaan

variabel pengganggu dalam model regresi yang mengikuti distribusi normal. Salah satu cara untuk mengujinya yaitu dengan melihat normal probability plot, jika data tersebut tersebar di sekitar diagonal dan mengikuti arah diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Distribusi data dapat dinyatakan normal jika nilai signifikansi suatu data $> 0,05$ (Ghozali, 2018: 161-167). Kriteria pengujian dalam uji normalitas yaitu sebagai berikut :

- a. Jika signifikansi $< 0,05$ maka data dapat dinyatakan berdistribusi tidak normal.
- b. Jika signifikansi $> 0,05$ maka dapat dinyatakan data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dijelaskan bahwa variabel independen yang satu dengan yang lainnya di dalam model regresi linier berganda dinyatakan tidak saling terhubung secara sempurna atau mendekati sempurna. Dalam mendeteksi adanya suatu gejala multikolinieritas dapat dilihat dari nilai toleransi (tolerance value) dan Variance Inflation Factor (VIF) dengan batas toleransi $> 0,10$ dan batas Variance Inflation Factor (VIF) $< 10,00$.

- a. Jika nilai VIF > 10 dan toleransi $< 0,10$ maka dapat dinyatakan bahwa terdapat masalah multikolinieritas.
- b. Jika nilai VIF < 10 dan toleransi $> 0,10$ maka dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat diartikan bahwa variabel independen merupakan sama atau konstan di setiap nilai tertentu variabel independen.

Tujuan dari uji heteroskedastisitas yaitu untuk menguji dalam model regresi apakah terjadi pertidaksamaan varian dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan yang lainnya. Menurut Ghazali (2013) model regresi yang baik yaitu model yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Kriteria pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas yaitu sebagai berikut :

- a. Jika ada pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka dapat dinyatakan mengalami heteroskedestisitas.
- b. Jika tidak ada pola tertentu dan titik menyebar yang berada di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y maka dapat dinyatakan tidak mengalami tereroskedestisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui hubungan korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Model regresi yang baik yaitu model yang tidak mengalami autokorelasi. Untuk menguji uji autokorelasi dapat menggunakan cara membandingkan nilai D-W dengan nilai d berasal dari tabel DurbinWatson yaitu :

- a. Jika $D-W < dL$ atau $D-W > 4 - dL$, maka dapat diartikan bahwa pada data tersebut terdapat autokorelasi.
- b. Jika $dU < D-W < 4 - dU$, maka dapat diartikan bahwa pada data tersebut tidak terdapat autokorelasi.
- c. Jika tidak ada kesimpulan maka : $dL \leq D-W \leq dU$ atau $4 - dU \leq D-W \leq 4 - dL$

3.8.4 Uji hipotesis

1. Uji t

Uji t adalah reknik pengujian yang bertujuan untuk melakukan uji secara parsial pada masing-masing variabel penelitian. Kriteria pengujian dalam uji t yaitu sebagai berikut :

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikan $<$ hitung tabel 0,05, maka H_o ditolak dan H_i diterima, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikan $>$ hitung tabel 0,05, maka H_o diterima dan H_i ditolak, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

2. Uji f

Uji f adalah teknik pengujian yang bertujuan untuk melakukan uji secara simultan pada masing-masing variabel penelitian. Kriteria pengujian dalam uji f yaitu sebagai berikut :

1. Apabila $F > F$ atau nilai signifikan hitung tabel $<$ 0,05, maka H_o ditolak dan H_i diterima, maka dapat diartikan bahwa secara simultan variabel bebas berpengaruh secara signifikan variabel terikat.
2. Jika $F < F$ atau nilai hitung tabel signifikan $>$ 0,05, maka H_o diterima dan H_i ditolak, maka dapat diartikan bahwa secara simultan variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan variabel terikat.

3.8.5 Uji koefisien determinan (R^2)

Uji koefisien Determinan (R^2) adalah uji yang digunakan untuk mengukur presentase pengaruh variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen (Priyanto, 2016). Nilai R^2 berkisar dari 0 sampai 1. Jika nilai (R^2) mendekati 1 maka dapat diartikan semakin kuat variabel independen karena dapat menjelaskan variabel dependen dan begitupun sebaliknya jika (R^2) mendekati 0 maka dapat diartikan bahwa semakin lemah variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Rumus yang digunakan dalam uji koefisien determinan (R^2) yaitu sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

Kd : koefisien determinan

r^2 : koefisien korelasi