**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

* 1. **Rancangan Penelitian**

Desain penelitian ini menggunakan penelitian verifikatif. Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran melalui pengumpulan data di lapangan . Penelitian ini termasuk penelitian *explanatory survey* (Suharsimi, 2012: 14). Penelitian eksplanasi (*explanatory research)* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Singarimbun dan Effendi, 2012: 4). Dengan menggunakan skala pengukuran Likert, metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, angket, serta dokumentasi. Uji validitas dan reliabilitas dan analisisnya menggunakan *Structural* *Equation Modelling* (SEM) dengan pendekatan WarpPLS.

* 1. **Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

**3.2.1 Definisi Operasional**

1. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

1. Inovasi produk ( X)

Inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain, dimana inovasi bukanlah konsep dari suatu ide baru, penemuan baru atau juga bukan merupakan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja, tetapi inovasi merupakan gambaran dari semua proses-proses tersebut. Pengukuran inovasi produk diukur menggunakan 3 indikator dari Lukas dan Ferrell (2000) yang diadaptasi oleh Wahyudin (2015), yaitu:

1. Inovasi teknis adalah proses perusahaan dalam menghasilkan produk.
2. Perubahan desain adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk sesuai keinginan pelanggan.
3. Daya kreatifitas adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan atau mengembangkan ide-ide baru.
4. Variabel Mediasi/Keunggulan Bersaing (M)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama, yang diukur dengan menggunakan Bharadwaj et al (1993) sebagai berikut :

* 1. Keunikan produk adalah keunikan produk perusahaan yang memadukan nilai seni dengan selera pelanggan.
  2. Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran.
  3. Tidak mudah dijumpai berarti keberadaannya langka dalam persaingan yang saat ini dilakukan.
  4. Tidak mudah ditiru berarti dapat ditiru dengan tidak sempurna. Sulit digantikan berarti tidak memiliki pengganti yang sama.

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja Pemasaran. kinerja pemasaran adalah ukuran prestasi yang diperoleh dari aktifitas proses pemasaran perusahaan, yang diukur melalui indikator sebagai berikut :

1. pembagian pasar,
2. pertumbuhan penjualan,
3. pertumbuhan pelanggan

Tabel 3.1 Operasional antar variabel

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Indikator** | **Kisi-kisi** |
| Kinerja pemasaran  (Y)  (Ferdinand, 2002: 38) | 1. Pembagian Pasar | 1. Perluasan pangsa pasar 2. memiliki pasar yang jelas |
| 1. Pertumbuhan penjualan | 1. Jumlah penjualan meningkat 2. memiliki target penjualan |
| 1. Pertumbuhan pelanggan | 1. Konsumen di sektor lokal meningkat setiap tahun. 2. Konsumen dari luar daerah meningkat setiap tahun. |
| Inovasi Produk (X)  Lukas dan Ferrell (2000) yang diadaptasi oleh Wahyudin (2015) | 1. Inovasi teknis | 1. Mampu menghasilkan produk baru sesuai trenseter |
| 1. Perubahan desain | 1. Mengkombinasi beberapa bagian produk menjadi satu produk menarik 2. melakukan perubahan produk |
| 1. Daya kreatifitas | 1. Memiliki kreatiftas menghasilkan produk baru 2. memiliki ide-ide baru |
| Keunggulan bersaing  (M)  Bharadwaj et al (1993) | 1. Keunikan produk | 1. Produk memiliki keunikan tersendiri 2. produk tidak mudah ditiru |
| 1. Harga bersaing | 1. Harga kerajinan kuningan terjangkau 2. Harga kerajinan kuningan bersaing dengan UKM lain |
| 1. Tidak mudah dijumpai | 1. Produk kerajinan kuningan hanya ada di UMKM Mojoagung 2. Produk jarang dijumpai |
| 1. Tidak mudah ditiru | 1. Kerajinan kuningan tidak mudah ditiru oleh pengrajin lain 2. Kerajinan kuningan tidak mudah digantikan |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Lanjutan Tabel 3.1 Operasional antar variabel

* 1. **Skala Pengukuran**

Pengukuran nilai dari angket ini menggunakan skala Likert. Skala Likert sebagai alat mengukur, sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji, pada setiap jawaban akan diberikan skor (Sugiyono, 2012 : 127). Pada penelitian ini responden diharapkan memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang tersedia, kemudian setiap jawaban yang diberikan akan diberikan nilai tertentu (1, 2, 3, 4, dan 5). Artinya angka 5 yaitu sangat setuju, angka 4 artinya setuju, angka 3 artinya netral, angka 2 artinya tidak setuju, angka 1 artinya sangat tidak setuju. Nilai yang diperoleh akan dijumlahkan dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Nilai total inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala likert.

* 1. **Populasi, Sampel dan teknik pengambilan sampel**

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti (Suharsimi, 2012: 14). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengerajin Cor kuningan Mojoagung sebanyak 45 pengerajin.

1. Sampel

Menurut Arikunto (2010) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Teknik sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sampel jenuh, yaitu teknik penentuan sampel bila semua populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2012).

* 1. **Jenis dan Sumber Data, serta Metode Pengumpulan Data**

1. Jenis dan Sumber Data
2. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya dan mempunyai kaitan erat dengan masalah yang diteliti. Data primer diperoleh dengan memberikan daftar pernyataan (angket), wawancara, dan pengamatan langsung (observasi).
3. Data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) yang telah dipublikasikan.
4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik-teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut :

* 1. Angket merupakan teknik pengumpulan data dan informasi dengan memberikan pernyataan kepada responden.
  2. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen dalam penelitian ini berupa profil pengerajin cor logam Kuningan.
  3. **Uji Instrumen**

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur melakukan tugas mencapai sasarannya. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Validititas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul Item-Total Statistic. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari *Corrected item-Total Correlation* > 0,30. Sugiyono, (2012).

Instrumen penelitian yang baik layak memenuhi data penelitian dan dapat menjawab seluruh kebutuhan dari tujuan penelitian. Kebenaran atau ketepatan data akan menentukan kualitas dari suatu penelitian, sedangkan data yang sesuai dan benar sangat tergantung dari instrumen yang digunakan

Pada penelitian ini digunkan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden. Berikut hasil uji validitas item pernyataan :

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No item | Variabel | *Corrected Item-Total Correlation* | r kritis | Keterangan |
| 1 | *Inovasi Produk*  (X) | 0.937 | 0,3 | valid |
| 2 | 0.507 | 0,3 | valid |
| 3 | 0.937 | 0,3 | valid |
| 4 | 0.660 | 0,3 | valid |
| 5 | 0.897 | 0,3 | valid |
| 1 |  | 0.572 | 0,3 | valid |
| 2 |  | 0.507 | 0,3 | valid |
| 3 |  | 0.668 | 0,3 | valid |
| 4 | Keunggulan | 0.681 | 0,3 | valid |
| 5 | bersaing | 0.668 | 0,3 | valid |
| 6 | (M) | 0.502 | 0,3 | valid |
| 7 |  | 0.667 | 0,3 | valid |
| 8 |  | 0.502 | 0,3 | valid |
| 1 | Kinerja Pemasaran (Y) | 0.536 | 0,3 | valid |
| 2 | 0.936 | 0,3 | valid |
| 3 | 0.618 | 0,3 | valid |
| 4 | 0.918 | 0,3 | valid |
| 5 | 0.627 | 0,3 | valid |
| 6 | 0.739 | 0,3 | valid |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel 3.2 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa r hitung > 0,3. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid

1. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas ini diterapkan untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya.Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha*. (Sugiyono, 2012 : 127)

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Croanbach Alpha* > 0,60 (Suharsimi, 2012: 14), maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Alpha | Koefisien α | Keterangan |
| Inovasi produk *(X)* | 0,914 | 0,6 | Reliabel |
| Keunggulan Bersaing (M) | 0,853 | 0,6 | Reliabel |
| Kinerja Pemasaran (Y) | 0,885 | 0,6 | Reliabel |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur

* 1. **Teknik Analisis Data** 
     1. **Analisa Deskriptif**

Analisa deskriptif digunakan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban angket responden dengan skala pengukuran menggunakan skala likert dengan bobot tertinggi di tiap pernyataan adalah 5 dan bobot terendah adalah 1. penentuan range adalah sebagai berikut :

**Range : skor tertinggi – skor terendah**

**Range skor**

Sehingga range adalah 0,8

Range Skor : 1 – 1,8 = Sangat Rendah

1,9– 2,6 = Rendah

2,7 – 3,4 = Cukup / Sedang

3,5 – 4,2 = Tinggi

4,3 – 5 = Sangat Tinggi (Sudjana, 2005: 102)

* + 1. **Analisis SEM (*Structural Equation Modeling*)-PLS**

Menurut Sholihin (2013), SEM-PLS merupakan sebuah pendekatan permodelan kausal yang bertujuan memaksimumkan variansi dari variabel laten kriterion yang dapat dijelaskan oleh variabel laten prediktor.

Secara konseptual, SEM-PLS mirip dengan analisis regresi *ordinary least squares* (OLS), karena bertujuan memaksimalkan variansi variabel endogen yang dapat terjelaskan dalam model. Dengan kata lain, tujuannya adalah memaksimalkan nilai R-squared dan meminimalkan residual atau kesalahan (error) prediksi. Selain itu tujuan yang hampir sama dengan regresi OLS tersebut, tujuan lain SEM-PLS adalah mengevaluasi kualitas data berdasarkan model pengukuran. Oleh karena itu, SEM-PLS dapat dipandang sebagai gabungan regresi dan analisis faktor.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisa Pemodelan Persamaan Struktural/*Structural Equation Modelling* (SEM) dengan pendekatan WarpPLS.

* + 1. **Uji Model**

**3.7.2.1 Outer Model**

Outer Model atau Model Pengukuran mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Perancangan Model Pengukuran menentukan sifat indikator dari masing-masing variabel laten, apakah refleksif atau formatif, berdasarkan definisi operasional variabel.

1. Convergent Validity

Convergent Validity merupakan korelasi antar skor indikator refleksif dengan skor variabel latennya, dengan ketentuan nilai P-value > 0.05 atau nilai muatan factor > 0.07.

1. Descriminant Validity

Descriminant Validity merupakan pengukuran indikator refleksif dengan skor variabel latennya (Solimun, 2002). Descriminant Validity terpenuhi dengan ketentuan nilai muatan factor > Cross-loading. Descriminant validity juga bisa dilihat dari diskriminan indikator. Validitas diskriminan bisa terpenuhi apabila nilai akar AVE (Average Variances Extracted) lebih besar dari nilai korelasinya dengan variabel yang lainnya (Solimun, 2002).

1. Composite Reliability

Composite Reliability nilai ini mencerminkan reliabilitas semua indicator dalam model. Besaran nilai minimal adalah 0,7 sedangkan nilai idealnya 0,8 atau 0,9. Hasil composite reliability akan menunjukkan nilai yang memuaskan jika di atas 0,7.

**3.7.2.2 Inner Model**

Inner Model atau Model Struktural menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Perancangan Model Struktural hubungan antar variabel laten didasarkan pada rumusan masalah atau hipotesis penelitian.

* 1. Goodness of Fit

Goodness of Fit yang dimaksud adalah merupakan indeks dan ukuran kebaikan hubungan antar variabel laten (Solimun, 2002). Sedangkan menurut Ghozali (2011), Goodness of Fit mengukur kesesuaian input observasi atau sesungguhnya, dengan prediksi model yang diajukan. Indeks yang mnggambarkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan yang dihitung dari residual kuadrat dari model yang diprediksi dibandingkan data yang sebenarnya. Nilai GFI > 0,90 mengisyaratkan model yang diuji memiliki kesesuaian yang baik.

* 1. R Square

R Square pada konstruk endogen. Nilai R Square adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Nilai R square sebesar 0.67 (kuat), 0.33 (moderat) dan 0.19 (lemah) (Chin, 1998). Model struktural (inner model) merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Melalui proses bootstrapping, parameter uji T-statistic diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas. Model structural (inner model) dievaluasi dengan melihat persentase variance yang dijelaskan oleh nilai untuk variabel dependen dengan menggunakan ukuran Stone-Geisser Q-square test. Geisser (1975) dan juga melihat besarnya koefisien jalur struktural.

* 1. Estimate for Path Coefficients

Estimate for Path Coefficients, merupakan nilai koefisen jalur atau besarnya hubungan/pengaruh konstruk laten. Dilakukan dengan prosedur Bootrapping. Menggambarkan vector endogen (dependen) variabel laten, adalah vector variabel exogen (independent),dan adalah vector variabel residual. Oleh karena PLS didesain untuk model recursive, maka hubungan antar variabel laten, setiap variabel laten dependen, atau sering disebut causal chain system dari variabel laten dapat dispesifikasikan. Jika hasil menghasilkan nilai lebih besar dari 0,2 maka dapat diinterprestasikan bahwa predictor laten memiliki pengaruh besar pada level struktural.

* 1. Prediction relevance (Q square)

Prediction relevance (Q square) atau dikenal dengan Stone-Geisser's. Uji ini dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi dengan prosedur blinfolding. Apabila nilai yang didapatkan 0.02 (kecil), 0.15 (sedang) dan 0.35 (besar). Hanya dapat dilakukan untuk konstruk endogen dengan indikator reflektif. R-square model PLS dapat dievaluasi dengan melihat Q square predictive relevance untuk model variabel. Q-square mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai Q-square lebih besar dari 0 (nol) memperlihatkan bahwa model mempunyai nilai predictive relevance, sedangkan nilai Q square kurang dari 0 (nol) memperlihatkan bahwa model kurang memiliki predictive relevance. Namun, jika hasil perhitungan memperlihatkan nilai Q-square lebih dari 0 (nol), maka model layak dikatakan memiliki nilai prediktif yang relevan.

**3.7.2.3 Analisis mediasi SEM-PLS**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan model analisis regresi mediasi dan pengolahan data menggunakan program Warp PLS (*Parsial Least Square*) *versi 5. 0*. Analisis mediasi SEM-PLS ini digunakan untuk mengetahui dan memperoleh gambaran mengenai pengaruh inovasi (X) terhadap kinerja pemasaran (Y) dengan keunggulan bersaing (Z) Sebagai variabel mediasi. Analisis dalam penelitian ini menggunakan dua metode untuk menunjukkan serangkaian persyaratan yng harus dipenuhi untuk model mediasi. Seperti yang telah diuraikan oleh Baron dan Kenny (1986)