

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2008) metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, yang mempunyai tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **3.2 Objek penelitian**

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data informasi yang sesuai dengan pendapat Objek penelitian dan merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Menurut Sugiyono (2012:144) , Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid, dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu)

Objek dalam penelitian ini adalah data-data tentang Orientasi Kewirausahaan, Inovasi produk, Orientasi Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran dan Keberlanjutan Usaha pengerajin sepatu kulit di Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya .

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:80). Populasi dalam penelitian ini adalah Home industri sepatu kulit di Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya.

##### **3.2.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bisa populasi besar, dan tidak mungkin semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Dalam penelitian ini penentuan sampel dapat dilakukan dengan menggunakan metode penarikan sampel secara tidak acak (non probability sampling) dengan prosedur Purposive sampling yang artinya teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008:85). Pada penelitian ini jumlah Home industri sepatu kulit di Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya belum diketahui dengan pasti sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum dapat menggunakan rumus (Lemeshow, 1997) untuk populasi yang belum diketahui.

$$n = \frac{z^2 \times p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %.

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{19.208 (0,5)}{0,01} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 dan di bulatkan menjadi 100 responden.

### 3.3 Teknik pengumpulan data

#### 3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka
- 2) Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat di ukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.

#### 3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono 2008:137). Dalam hal ini data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada Home industri sepatu kulit di UD. Berkat Jaya, Kec. Tambaksari, Kota Surabaya.

#### 3.3.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2008:137) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah:

- 1) Teknik wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk melakukan studi pendahuluan agar dapat menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondenya sedikit/kecil (Sugiyono, 2008:137)

- 2) Teknik pengamatan/Observasi

Teknik observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain, yaitu wawancara dan kuesioner (Sugiyono, 2008:145). Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatang pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.

### 3) Angket

Teknik kuesioner (angket) adalah tyeknik pengumpulan data yang dilakukan degan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2008:142).

## 3.4 Jenis Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2008:93-94) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Untuk setiap pilihan jawaban akan diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan. Untuk digunakan jawaban yang dipilih dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Diukur menggunakan skala likert 5 poin dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala *Likert*

Deskripsi	Skala	Simbol
Sangat setuju	5	SS
Setuju	4	S
Cukup Setuju	3	CS
Tidak setuju	2	TS
Sangat tidak setuju	1	STS

Sumber : Sugiyono, 2008

## 3.5 Variabel dan Definisi operasional

### 3.5.1 Variabel Penelitian

Sugiyono (2008:38) mengemukakan bahwa variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Variabel yang digunakan dalam penelitian dapat di klafisikasikan menjadi 3, yaitu:

#### 1) Independent Variable (Variabel bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2008:39). Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

1. Orientasi Kewirausahaan (X1),
2. Inovasi Produk (X2)

3. Orientasi Pelanggan (X3).
- 2) Variabel Intervening  
Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur (Sugiyono, 2008:39). Variabel Intervening dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y1).
- 3) Dependent Variable (Variabel terikat)  
Variabel terikat merupakan variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2008:39). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pelanggan (Y2).

### 3.5.2 Definisi Operasional dan Variabel

Menurut Sugiyono (2008), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan sebagai berikut :

#### 1. **Orientasi kewirausahaan (X1)**

Definisi Teoritis:

Orientasi kewirausahaan merupakan konstruk yang mengintegrasikan kewirausahaan dan manajemen strategik. Manajemen strategik menghendaki agar perusahaan memiliki dan mengeksploitasi keunggulan bersaing dalam konteks lingkungan tertentu, pada saat yang sama, kewirausahaan giat berusaha mencari keunggulan bersaing melalui produk, proses, dan inovasi pasar (Kuratko dan Audretsch, 2009).

Definisi Operasional:

Orientasi kewirausahaan merupakan upaya-upaya yang dilakukan oleh pelaku home industry sepatu kulit di kecamatan Tambaksari Kota Surabaya untuk mengidentifikasi dimensi-dimensi mengintegrasikan kewirausahaan dan manajemen strategik.

Indikator:

Orientasi Kewirausahaan terbagi atas 4 Indikator Lee & Tsang (2001) antara lain:

#### 1) ***Need for Achievement (Keinginan untuk berprestasi)***

Menurut McClland (1987) mengatakan need for achievement adalah proses pembelajaran yang stabil yang mana kepuasan akan didapatkan dengan berjuang dan memenuhi level tertinggi untuk dapat menjadi ahli dibidang tertentu.

#### 2) ***Internal Locus Of Control***

Lefcourt dan Martin (1983) mendefenisikan internal locus of control adalah suatu keyakinan yang dihasilkan dari interaksi antara individu dan peristiwa-peristiwa yang terjadi adalah dari individu itu sendiri.

3) **Self Reliance (Kemandirian)**

Menurut Masrun (1986:8) Self reliance (kemandirian) adalah suatu sikap yang memungkinkan seseorang untuk bertindak bebas, melakukan sesuatu atas dorongan sendiri dan untuk kebutuhannya sendiri tanpa bantuan dari orang lain, maupun berpikir dan bertindak original/kreatif, dan penuh inisiatif, mampu mempengaruhi lingkungan, mempunyai rasa percaya diri dan memperoleh kepuasan dari usahanya.

4) **Extroversion (Keterbukaan)**

Menurut Stephen dan Timothy (2008:127) Dimensi ini mengungkapkan tingkat kenyamanan seseorang dalam berhubungan dengan individu lain. Individu yang memiliki sifat ekstraversi (Extroversion) cenderung suka hidup berkelompok, tegas, dan mudah bersosialisasi.

2. **Inovasi produk (X2)**

Definisi Teoritis:

Inovasi produk adalah fikiran tentang keterbukaan untuk gagasan baru sebagai sebuah kultur perusahaan. Sedangkan kapasitas untuk berinovasi adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau menerapkan gagasan, proses, atau produk baru secara berhasil. Inovasi merupakan pengenalan dan aplikasi yang disengaja dalam pekerjaan, tim kerja atau organisasi mengenai ide, proses, produk atau prosedur yang baru dalam pekerjaan, tim kerja atau organisasi, yang dirancang untuk menguntungkan pekerjaan, tim kerja atau organisasi tersebut (West, 2000:18).

Definisi Operasional:

Inovasi produk merupakan upaya-upaya yang dilakukan oleh pelaku home industry sepatu kulit di kecamatan Tambaksari Kota Surabaya untuk mengidentifikasi dimensi-dimensi gagasan, proses, dan produk baru.

Indikator:

Diukur melalui variabel observasi yang dikembangkan oleh Lucas & Farrel (2000) sebagai berikut :

1) **Perluasan Produk (*line extensions*)**

Perluasan produk merupakan produk yang masih familiar bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar Lukas dan Ferrell (2000:240).

2) **Peniruan Produk (*me-too products*)**

Peniruan produk merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar dengan pasar Lukas dan Ferrell (2000:240).

3) **Produk Baru (*new-to-the-world products*)**

Produk baru merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan Lukas dan Ferrell (2000:240).

3. **Orientasi pelanggan (X3)**

Definisi Teoritis :

Menurut Deshpande et al. (1993), orientasi pelanggan dapat didefinisikan sebagai sekumpulan keyakinan yang menempatkan kepentingan pelanggan pada

urutan pertama, tanpa mengabaikan keseluruhan masyarakat yang lainnya di dalam organisasi, seperti pemilik, manajer, dan karyawan dan membantu organisasi untuk membuat profitabilitas dalam jangka panjang.

Definisi Operasional :

Orientasi pelanggan merupakan upaya-upaya yang dilakukan oleh pelaku home industry sepatu kulit di kecamatan Tambaksari Kota Surabaya untuk mengidentifikasi dimensi-dimensi kepuasan pelanggan.

Indikator

Diukur melalui variabel observasi yang dikembangkan oleh Gustafsson et al. (2003) sebagai berikut:

- 1). Kebutuhan pelanggan ,
- 2). Kepuasan pelanggan
- 3). Loyalitas pelanggan
- 4). Keluhan pelanggan ,
- 5). Kepuasan pelanggan,
- 6). Analisis kepuasan.

#### 4. **Kinerja Pemasaran (Y1)**

Definisi Teoritis :

Kinerja pemasaran adalah sesuatu yang digunakan untuk mengukur keberhasilan strategi yang digunakan perusahaan dalam memasarkan produknya di pasar. Menurut Ferdinand (2000,p.23), menyatakan bahwa kinerja pemasaran merupakan faktor yang seringkali digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang diterapkan perusahaan.

Definisi Operasional :

Kinerja pemasaran merupakan upaya-upaya yang dilakukan oleh pelaku home industry sepatu kulit di kecamatan Tambaksari Kota Surabaya untuk mengidentifikasi dimensi-dimensi strategi pemasaran.

Indikator :

Diukur melalui variabel observasi yang dikembangkan oleh Ferdinand (2000,p.23) :

- 1) **Volume penjualan**  
Volume penjualan adalah volume atau jumlah penjualan produk yang berhasil dicapai oleh perusahaan (Ferdinand, 2000, p.23).
- 2) **Pertumbuhan pelanggan**  
Pertumbuhan pelanggan adalah tingkat pertumbuhan pelanggan yang berhasil dicapai oleh perusahaan. Tanggung Jawab (Ferdinand, 2000, p.23).
- 3) **Kemampuan laba**  
Kemampuan laba adalah besarnya keuntungan penjualan produk yang berhasil diperoleh oleh perusahaan (Ferdinand, 2000, p.23).

5. Keberlanjutan usaha (Y2)

Definisi Teoritis

Menurut Chambers dan Conway (1992), keberlanjutan usaha merupakan upaya seseorang atau sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan memanfaatkan segala kemampuan, pengetahuan, akses, dan tuntutan serta kekayaan yang dimiliki. Dari aspek sosial dalam konteks *livelihood*, keberlanjutan ditunjukkan pada cara dan kemampuan seseorang untuk memelihara dan memperbaiki kehidupan ekonomi serta memelihara dan memperbaiki aset lokal dan global (Nurlina, 2005). Keberlanjutan anggota tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh ketua. Anggota harus berusaha untuk memajukan usahanya sendiri dengan kemampuan dan swadaya secara mandiri.

Definisi Operasional :

Keberlanjutan usaha merupakan upaya-upaya yang dilakukan oleh pelaku home industry sepatu kulit di kecamatan Tambaksari Kota Surabaya untuk mengidentifikasi dimensi-dimensi memelihara dan memperbaiki usaha.

Indikator :

Diukur melalui variabel observasi yang dikembangkan oleh IPB (Institut Pertanian bogor) :

- (1) Produksi
- (2) Penjualan
- (3) Bahan baku

Tabel 3.2 Desain Instrument Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Orientasi Kewirausahaan (X1) (Kuratko dan Audretsch,2009)		1) Keinginan untuk berprestasi 2) Internal Locus Of Control 3) Kemandirian 4) Keterbukaan	<i>Likert</i>
Inovasi Produk (X2) (West, 2000:18)		1) Perluasan produk 2) Peniruan Produk 3) Produk Baru	<i>Likert</i>
Orientasi Pelanggan (X3) Deshpande et al. (1993)		1) kebutuhan pelanggan. 2) kepuasan pelanggan. 3) loyalitas pelanggan. 4) keluhan pelanggan.	<i>Likert</i>

		5) kepuasan pelanggan. 6) analisis kepuasan	
Kinerja Pemasaran (Y1) (Ferdinand 2000,p.23)		1) Volume penjualan 2) Pertumbuhan Pelanggan 3) Kemampuan laba	<i>Likert</i>
Keberlanjutan Usaha (Y2) Chambers dan Conway (1992)		1) Produksi 2) Penjualan 3) Bahan baku	<i>Likert</i>

Sumber : Penulis, data diolah 2020

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan partial Least Square (PLS). PLS adalah persamaan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis komponen atau varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian sangat kecil, adanya data yang hilang (missing value), dan multikolinearitas (Jogiyanto, H. M. dan Abdillah, 2009). PLS merupakan pendekatan alternative yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi varian (Ghozali, 2006).

SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas/teori sedangkan PLS lebih bersifat predictive model. PLS merupakan metode analisis yang powerfull (Ghozali, 2006), karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Misalnya, data harus terdistribusi normal, sampel tidak harus besar. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan normative.

Menurut Ghozali (2006) tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi. Model formalnya mendefinisikan variabel laten adalah linier agregat dari indikator-indikatornya. Weight estimate untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana inner model (model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan outer model (model pengukuran yaitu hubungan antara indikator dengan konstraknya) dispesifikasi. Hasilnya adalah residual variance dari variabel dependen.



### 3.6.1 Pengujian outer Model

Analisis outer model dilakukan untuk memastikan bahwa pengukuran yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Analisis outer model dapat dilihat dari beberapa indikator berikut:

#### 1) Uji validitas

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016). Terdapat dua cara pengujian validitas, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen merupakan validitas yang terjadi jika seperangkat indikator mewakili satu variabel laten dan yang mendasari variabel laten tersebut. Validitas ini berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Validitas diskriminan merupakan konsep tambahan yang mempunyai makna bahwa dua konsep berbeda secara konseptual harus menunjukkan perbedaan yang memadai.

Uji validitas konvergen dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat nilai outer loading  $> 0,7$  dan melihat nilai average variance extracted (AVE) dengan syarat nilai AVE  $> 0,5$  untuk masing-masing konstruk (Latan dan Ghozali, 2012). Uji validitas diskriminan dilakukan dengan dua metode, yaitu:

- (1) Cross loadings, yaitu nilai loading masing-masing indikator pada konstruk yang sama harus lebih besar daripada nilai loading indikator tersebut dengan konstruk lain (Latan dan Ghozali, 2012).
- (2) Metode fomell- Larcker, yaitu metode dengan cara melihat nilai akar AVE suatu konstruk harus lebih besar daripada nilai korelasi konstruk tersebut dengan konstruk yang lain (Fomell dan Larcker, 1981).

#### 2) Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi pada objek dan data, memastikan bahwa instrument yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Pengujian reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode, yaitu Cronbach's alpha dan composite reliability. Cronbach's alpha mengukur batas bawah reliabilitas suatu konstruk dan dikatakan reliabel apabila nilainya  $> 0,6$ . Composite reliability mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk dan metode ini diyakini lebih baik dalam melakukan pengestimasiian konsistensi internal suatu konstruk dan dikatakan reliabel apabila nilainya  $> 0,7$ .

### 3.6.2 Pengujian Inner Model

Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015) model struktural (*Inner model*) merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Dalam mengevaluasi struktur model pada penelitian ini digunakan *Coefficient of Determination* ( $R^2$ ) dan *Path Coefficient* ( $\beta$ ). Hal ini digunakan untuk melihat dan meyakinkan hubungan antara konstruk yang dibuat (Jogiyanto, 2009).

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif (Ghozali, 2006). Di samping melihat nilai *R-square*, model PLS juga dievaluasi dengan melihat *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

### 3.6.3 Pengujian Hipotesis

PLS tidak mengasumsikan data distribusi normal, untuk gantinya PLS bergantung pada prosedur bootstrap non-parametrik untuk menguji signifikansi koefisiennya (Ghozali, 2008). Pengujian hipotesis  $\beta$ , dan  $\lambda$  yang dilakukan dengan menggunakan metode resampling Bootstrap dengan hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis statistik untuk inner model, pengaruh antar variabel laten (eksogen – endogen atau endogen – endogen) adalah:  
 $H_0 : \beta_i = 0$  lawan  $H_0 : \beta_i \neq 0$
2. Hipotesis untuk outer model adalah :  
 $H_0 : \lambda_i = 0$  lawan  $H_0 : \lambda_i \neq 0$

Pengujian menggunakan statistik uji-t, jika diperoleh statistik-t lebih besar dari t-tabel dengan tingkat kesalahan 5% (db= B-1) maka disimpulkan signifikan dan sebaliknya (Henseler et al., 2009)