

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹¹⁰ Penelitian kuantitatif merupakan hasil perpaduan antara *mazhab marburg* yang berkolaborasi dengan aliran *filsafat positivisme*.¹¹¹ Pemahaman yang muncul dikalangan pengembang penelitian kuantitatif adalah peneliti dapat dengan sengaja mengadakan perubahan terhadap dunia sekitar dengan melakukan eksperimen.

Tujuan penelitian lebih diarahkan untuk menunjukkan hubungan antar variabel, memverifikasi teori, melakukan prediksi, dan generalisasi. Teori-teori yang diajukan dijadikan sebagai standar untuk menyatakan sesuai tidaknya sebuah gejala yang terjadi, dan disinilah muncul istilah

¹¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011 cet 14), 8.

¹¹¹Usman Rianse dan Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 19.

kebenaran etik, sebuah kebenaran berdasarkan pada teori yang diajukan peneliti.¹¹²

Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal, dan dirancang sematang mungkin sebelumnya.¹¹³ Pendekatan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dimana pada jenis penelitian ini merupakan penelitian yang berbentuk angka untuk menguji suatu hipotesis. Untuk jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa hasil penyebaran angket pada perkumpulan pengusaha bordir Jawa Timur.

Pada permasalahan yang di angkat oleh peneliti maka pendekatan yang dipakai adalah pendekatan asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menghubungkan dua variabel atau lebih. Hubungan variabel dalam penelitian adalah hubungan kausal, yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) dan variabel intervening. Penelitian ini di dasarkan pada masalah perkembangan UMKM yang selalu berkembang dan menghasilkan output tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar. Peneliti ini mencoba mengkaitkan antara variabel independen (X) Sumber Daya Insani, promosi, kemitraan, merek

¹¹² *Ibid.*, 19-20.

¹¹³ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2015), 99.

dagang dan *segmentation, targeting, dan positioning* terhadap variabel dependen (Y) perkembangan UMKM studi kasus perkumpulan pengusaha bordir Jawa Timur.

2. Jenis Penelitian

Orang awam biasanya memberikan pengertian yang sama antara penelitian dan penyelidikan. Secara harfiah, penelitian dan penyelidikan berasal dari kata *research*. Akan tetapi dalam penggunaannya, kata penyelidikan kemudian tidak memenuhi harapan *research*.¹¹⁴

Berdasarkan judul penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif dengan bentuk hubungan kausal. Penelitian ini memiliki tingkat yang tertinggi jika dibandingkan dengan penelitian yang lainnya seperti penelitian diskriptif dan komparatif. Sehubungan dengan metode yang diambil, permasalahan yang diangkat pada penelitian ini merupakan jenis asosiatif, yaitu suatu pertanyaan peneliti yang bersifat menghubungkan dua variabel atau lebih. Hubungan variabel dalam penelitian adalah hubungan kausal, yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat.

Dimana variabel independen (X) atau variabel yang mempengaruhi meliputi sumber daya insani (SDI) (X_1), promosi (X_2), kemitraan (X_3), merek dagang (X_4) secara parsial dan secara simultan mempengaruhi variabel dependen (Y) yaitu Perkembangan UMKM dan secara tidak

¹¹⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif...*, 7

langsung dipengaruhi oleh variabel intervening *segmentation, targeting, positioning market* (X_5).

B. Variabel Penelitian

Menurut Hatch dan Farhad, menyatakan bahwa variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan orang yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.¹¹⁵ Kotlinger dalam bukunya Sugiyono juga menyatakan bahwa variabel konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari.¹¹⁶ Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai orang, obyek ataupun kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel penelitian, adapun variabel-variabel tersebut adalah

1. Variabel independen: variabel ini sering disebut dengan variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Menurut kamus besar bahasa Indonesia biasa disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Puguh Suharso juga menyebutkan variabel *independent* atau variabel bebas (X) atau variabel *predictor*, merupakan variabel yang dapat mempengaruhi hubungan positif dan negatif.¹¹⁷

¹¹⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, 38.

¹¹⁶*Ibid.*, 19

¹¹⁷Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), 36.

Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah kinerja sumber daya insansi, promosi, kemitraan, dan merek dagang.

2. Variabel dependen, atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹¹⁸ Pendapat lain menyatakan variabel terikat atau disebut juga variabel kriteria, menjadi perhatian utama (sebagai faktor yang berlaku dalam pengamatan) dan sekaligus menjadi sasaran penelitian.¹¹⁹ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Perkembangan UMKM.
3. Variabel Intervening, merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independent dengan dependent, tetapi tidak dapat diamati dan diukur.¹²⁰ variabel ini merupakan variabel penyela atau antara yang terletak di antara variabel independen dan variabel dependen, sehingga variabel independent tidak langsung mempengaruhi berubah atau timbulnya variabel dependent.¹²¹ Variabel intervening dalam penelitian ini adalah *segmentation, targeting, dan positioning market*.

C. Populasi, Sampel, dan Sampling Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi yaitu keseluruhan sasaran yang seharusnya diteliti dan pada populasi itu hasil penelitian diberlakukan. Populasi adalah tempat terjadinya masalah yang kita selidiki. Jadi populasi yaitu keseluruhan

¹¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian ...*,39.

¹¹⁹*Ibid.*,92

¹²⁰Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 5.

¹²¹*Ibid.*, 6.

objek yang menjadi sasaran penelitian dan sampel akan diambil dari populasi ini.¹²²

Populasi dan sampel dalam penelitian kuantitatif merupakan istilah yang sangat lazim dipakai. Populasi diartikan sebagai jumlah kumpulan unit yang akan diteliti karakteristik atau cirinya. Namun jika populasinya terlalu luas atau banyak, maka hanya perlu mengambil sampel dari populasi yang telah didefinisikan.

Populasi yaitu keseluruhan sasaran yang seharusnya diteliti dan pada populasi itu hasil penelitian diberlakukan.¹²³ Populasi dalam penelitian ini adalah anggota perkumpulan pengusaha bordir di provinsi Jawa Timur dengan total berjumlah 250 anggota yang terdaftar dan diambil sebanyak 80 anggota. Populasi ditentukan berdasarkan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Pada populasi ini terdapat peristiwa atau masalah yang akan diteliti.
- 2) Populasi itu dapat diidentifikasi ciri-cirinya.
- 3) Besar kecilnya populasi tergantung pada kemampuan peneliti untuk menelitinya, makin besar makin baik. Macamnya ada dua, yaitu: pertama: populasi terhingga yaitu jumlah populasi yang jumlah anggotanya terbatas dan dapat dihitung. Kedua, populasi tak terhingga yaitu bila jumlah anggotanya tak terbatas dan tidak bisa dihitung secara pasti.¹²⁴

¹²²Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Yogyakarta: Sukses Offset, 2010),.

¹²³*Ibid.*, 257.

¹²⁴*Ibid.*,257-258

Adapun yang dijadikan sampel ini sebanyak 80 orang jumlah ini sudah melebihi ukuran minimum sampel yang dapat diterima berdasarkan desain penelitian, menurut Gay desain penelitian ini adalah kausal yang ukuran minimum sampel nya sebesar 30 objek.¹²⁵ Dasar pengambilan sampel tersebut dari rumus Isaac dan Michael sebagai berikut:

$$S = \frac{\lambda^2 \times N \times P \times Q}{d_2(N - 1) + \lambda^2 \times P \times Q}$$

Keterangan:

S = Jumlah sampel

λ^2 = Chi Kuadrat yang harganya tergantung dari derajat kebebasan dan tingkat kesalahan.

N = Jumlah populasi

Q = Peluang salah (0,5)

d = perbedaan antara sampel yang diharapkan dengan yang terjadi¹²⁶

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti secara mendalam. Syarat utama sampel ialah harus mewakili populasi. Oleh karena itu, semua ciri-ciri populasi harus diwakili dalam sampel. Sampel adalah bagian bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.¹²⁷

¹²⁵ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: Indeks, 2009), 62.

Sugiono, *metode penelitian kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 128.

¹²⁷ Sukidin dan Mundir, *Metode Penelitian Membimbing Mengantar Kesuksesan Anda dalam Dunia Penelitian*, (Surabaya: Insan Cendikia, 2005), 81.

Jadi sampel adalah sebagian dari keseluruhan obyek atau subyek penelitian yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Pemilihan dan pengambilan sampel merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Ketepatan jenis dan jumlah anggota sampel yang diambil akan sangat mempengaruhi keterwakilan (*representativeness*) sampel terhadap populasi. Keterwakilan populasi akan sangat menentukan kebenaran kesimpulan dari hasil penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah anggota perkumpulan pengusaha bordir Jawa Timur peneliti mengambil sampel sebanyak 80 anggota yang dijadikan obyek penelitian ini.

3. Teknik Sampling penelitian

Teknik sampling yaitu teknik yang digunakan untuk mengambil sampel agar terjamin representasinya terhadap populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik sampling jenuh, dimana pengambilan sampel masing-masing elemen populasi mempunyai kemungkinan pemilihan yang sama.¹²⁸ Gay dan Diehl berpendapat bahwa sampel haruslah sebesar-besarnya.¹²⁹ Pendapat ini mengansumsikan bahwa semakin banyak sampel yang diambil, maka akan semakin representatif dan hasilnya dapat digeneralisir. Adapun sampel yang diambil hanyalah terdapat 80 anggota saja.

¹²⁸ Amirullah, *Metodologi Penelitian Manajemen*, (Malang: Bayumedia Publising, 2013),79.

¹²⁹ *Ibid.*, 82.

Teknik sampling yaitu teknik yang digunakan untuk mengambil sampel agar terjamin representasinya terhadap populasi. Macam-macam teknik sampling telah disiapkan, agar prosedur pengambilan sampel benar dan representatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik kuota sampling, dimana pengambilan sampel anggota populasi mempunyai ciri-ciri tertentu sampai dengan jumlah kuota yang diinginkan.¹³⁰ Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *pursposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu dengan pertimbangan tertentu (*judgement sampling*).¹³¹ Adapun yang menjadi kriteria dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

- a. Jumlah pengusaha Bordir yang tercatat di Dinas UMKM dan Kopersai Jawa Timur
- b. Jumlah pengusaha yang tercatat sebagai anggota perkumpulan Pengusaha Bordir Provinsi Jawa Timur.
- c. Jumlah pengusaha yang aktif menjadi anggota perkumplan pengusaha bordir di provinsi Jawa Timur.

Jadi, pengambilan sampel dalam penelitian ini sesuai dengan keinginan dari peneliti dan diambil dari 80 anggota perkumpulan pengusaha Bordir Jawa Timur yang akan diberikan instrument penelitian berupa angket.

¹³⁰Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 86.

¹³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, 85

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti, disini alat yang digunakan adalah angket.¹³² Angket atau kuisioner adalah daftar pertanyaan yang didistribusikan kepada 80 anggota perkumpulan pengusaha Bordir Jawa Timur untuk diisi dan dikembalikan atau dapat dijawab di bawah pengawasan peneliti.

Angket digunakan untuk mendapatkan keterangan dari sampel atau sumber yang beraneka ragam yang lokasinya sering tersebar di daerah yang luas, nasional ada kalanya internasional. Peneliti rasanya tidak mungkin untuk bertemu muka secara pribadi dengan semua responden karena alasan biaya dan waktu.¹³³

Selain itu dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Dokumentasi merupakan pengumpulan data dengan menyelidiki dokumen-dokumen yang sudah ada sebagai tempat menyimpan sejumlah data. Metode dokumentasi pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui jumlah karyawan, profil lembaga, latar belakang anggota asosiasi yang diamati.

Dalam penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kinerja Sumber Daya Insani, Promosi, Kemitraan, Merek Dagang dan *Segmentation, Targeting, dan Positioning* Terhadap Perkembangan Usaha Bordir di Provinsi Jawa Timur”**. 6 instrumen yang dibuat:

¹³²Nasution, *Metode Research...*, 128.

¹³³*Ibid.*,

1. Instrumen untuk mengukur kinerja Sumber Daya Manusia
2. Instrumen untuk mengukur promosi
3. Instrumen untuk mengukur kemitraan
4. Instrumen untuk mengukur merek dagang
5. Instrumen untuk mengukur *segmentation, targeting, dan positioning market*
6. Instrumen untuk mengukur perkembangan Usaha

Dan tabel dibawah ini merupakan kisi-kisi instrumen yang kurang lebih akan digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

NO	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	No. Item
1	Kinerja SDI ¹³⁴	Kuantitas Kerja	Adanya kerja yang fleksibel	1
			Selalu mengerjakan dengan baik	2
			Selalu mengerjakan dengan ketelitian	3
		Kualitas Kerja	Karyawan bekerja sesuai target	4
			Karyawan bekerja sesuai dengan SOP	5
			Karyawan bekerja sesuai dengan kebutuhan	6
		Pengetahuan tentang pekerjaan	Terampil dalam melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tugas dan fungsi	7
			Menemukan temuan baru dalam menyelesaikan pekerjaan	8
			Menyelesaikan pekerjaan dengan ketelitian	9
		Pendapat atau pernyataan yang disampaikan	Memberikan saran model terbaru	10
			Memberikan keterampilan untuk karyawan baru	11
		Perencanaan kerja	Menyampaikan saran untuk memajukan perusahaan	12
			Sebelum memulai selalu ada pengarahan	13
		Menyiapkan kesediaan alat kerja	14	
		Selalu merencanakan produk	15	
2	Promosi ¹³⁵	Iklan	Saya melakukan promosi dengan	16

¹³⁴ Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia...*,38

			mengiklankan produk saya di media masa Saya menarik konsumen dengan mengiklankan produksemenarik mungkin Saya memasang <i>banner</i> atau alat promosi ditempat-tempat strategis	17 18
		Promosi Penjualan	Promosi dilakukan dari mulut ke mulut Promosi yang dilakukan di tempat-tempat ramai Even-even tertentu saya memberikan harga spesial Memberikan harga berbeda antara reseller, dan konsumen	19 20 21 22
		Publisitas	Melakukan pameran baik tingkat kabupaten, provinsi, dan nasional	23
		Penjualan Personal/Pribadi	Dijual kepada keluarga teman, kerabat kerja	24
		Media Interaktif	Melakukan kegiatan jual beli dengan membayar aplikasi khusus seperti bukualapak, tokopedia, lazada, dll Pemasaran melalui media social (Instagran, whatsapp, Facebook, dll)	25 26
		3	Kemitraan ¹³⁶	Kesetaraan atau keseimbangan
Transparasi	Memberikan informasi yang akurat			28
Saling menguntungkan	Tidak saling meniru produk yang sama Memberikan motivasi produk baru			29 30
Efektifitas system kemitraan dengan pemasok	Berlaku jujur dengan pemasok			31
Efektifitas system kemitraan dengan pengusaha sejenis	Membentuk suatu perkumpulan usaha Bekerjasama dengan mitra kerja dengan memberikan penawaran khusus			32 33
Efektifitas sistem kemitraan dengan perusahaan besar, perguruan tinggi, dan pemerintah	Menjalin kerjasama dengan lembaga pemerintahan, perusahaan, perguruan tinggi untuk membeli di usaha saya Bekerjasama untuk memproduksi barang			34 35
4	Merek Dagang ¹³⁷	Nama merek	Menjadikan merek terkenal dengan promosi	36
			Memberikan nama merek yang khas agar di ingat masyarakat	37

¹³⁵ Widaningsih dan Samsul Rizal, *Modul Melakukan Pemasaran...*, 63

¹³⁶ Yusuf Wibisono. *Membedah Konsep dan Aplikasi*, 103

¹³⁷ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi ...*, 258

		Istilah	Menggunakan istilah yang mudah diingat	38
		Tanda lambang	Menggunakan tanda lambang yang tidak berbau sara atau diskriminasi	39
		Desain	Desain produk di sesuaikan dengan kriteria pelanggan	40
			Perpaduan antara warna, desain, lambang mewakili usaha	41
kombinasinya	Desain produksesuai dengan umur atau mengikuti tren	42		
	Kesesuaian warna untuk produk	43		
	Sudah mendaftarkan merek	44		
	Merek dagang terdaftar dan patut untuk dipublikasikan	45		
5	<i>Segmentasi,¹³⁸ targeting¹³⁹, positioning market¹⁴⁰</i>	<i>Geographic Segmentation</i>	Membedakan barang yang dijual sesuai dengan tempat	46
		<i>Demographic Segmentation</i>	Pengelompokkan barang dalam bidang umur, jenis kelamin, dan agama	47
		<i>Psychographic Segmentation</i>	Membuat produk sesuai trend	48
		Tipe produk	Produk yang diproduksi beragam dan sesuai dengan syariat islam	49
		Tahap dalam daur ulang produk	Mendaur ulang produk yang sudah lama tidak terjual	50
		Strategi pesaing	Tidak menjatuhkan nilai barang	51
		Penetapan Posisi	Mendesain tempat produksi dan counter produk semenarik mungkin	52
		Bersifat Dinamis	Memberikan yang terbaik untuk para konsumen	53
		Segmen Pasar dan pelanggan yang ditargetkan	Menambah produk yang beragam	54
		Organilitas dan Posisi sebagai perusahaan atau merek baru di pasar	Selalu memberikan yang terbaik bagi perusahaan	55
6	Perkembangan Pasar ¹⁴¹	Pemunculan gagasan	Memberikan gagasan-gasan produk baru	56
		Penyaringan gagasan	Mengikuti kegiatan perkumpulan usaha untuk tujuan yang sama	57
		Pengembangan dan	Menginovasi produk menjadi trend saat ini	58

¹³⁸ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran...* 34-37

¹³⁹ Dadar Munandar, *Analisis Penentu Segmen, Target...*237

¹⁴⁰ *Ibid.*,

¹⁴¹ Phillip Khotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 ...*,263

		pengujian konsep		
		Pengembangan strategi pemasaran	Mengikuti kegiatan asosiasi untuk memasarkan produk	59
		Analisis bisnis	Membuat perencanaan bisnis Melaksanakan kegiatan analisis yang didukung oleh asosiasi	60 61
		Pengembangan produk	Melaksanakan kegiatan pengembangan produk dengan konsep syariah Melaksanakan pemodifikasian produk	62 63
		Pengujian Pasar	Setiap bulan atau tahun mempunyai pasar baru Mengikuti even-even tertentu seperti pasar murah ramadhan	64 65

E. Sumber Data dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Suharsimi Arikunto menjelaskan bahwa data adalah hasil pencatatan penelitian, baik yang berupa fakta maupun angka. Pendapat lain menyatakan bahwa data adalah keterangan mengenai variabel pada sejumlah obyek. Data menerangkan obyek-obyek dalam variabel tertentu.¹⁴² Data dikelompokkan berdasarkan sumbernya. Menurut sumber data dapat dibagi menjadi dua yaitu data *intern* dan data *ekstern*. Data *intern* adalah data yang dikumpulkan dari lembaga sendiri, sedangkan data *ekstern* adalah data yang dikumpulkan dari luar lembaga.¹⁴³

Data penelitian merupakan subyek dari mana data diperoleh. Jika teknik pengumpulan datanya menggunakan kuosioner atau wawancara,

¹⁴²Purwanto, *Statistika Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 41.

¹⁴³*Ibid.*, 45.

maka sumber data tersebut disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan peneliti.¹⁴⁴

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Data ini tidak tersedia karena memang belum ada riset sejenis yang pernah dilakukan.¹⁴⁵ Seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuosioner. Dalam penelitian ini, data primer didapat langsung dari responden dengan cara menyebarkan kuosioner kepada anggota perkumpulan pengusaha Bordir Jawa Timur.

2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada yang digunakan dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran menghasilkan data kuantitatif.¹⁴⁶ Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.¹⁴⁷ Dalam penelitian ini, skala penilaian yang diigunakan adalah dapat dilihat pada gambar tabel beikut :

¹⁴⁴ Awal Isgiyanto, *Teknik Pengambilan Sampel: Pada Penelitian Non-Eksperimental*, (Yogyakarta: Mitra Cendekia Offset, 2009), 11.

¹⁴⁵ Istjianto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), 45.

¹⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*,... 135.

¹⁴⁷ *Ibid.*, 136.

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

No.	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Setuju (ST)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang setuju (KR)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian adalah hal yang sangat vital dalam suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah:

1. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, internet. Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kuantitatif. Dokumentasi pada penelitian ini adalah terkait dengan dokumentasi penelitian di pengurus asosiasi perkumpulan pengusaha Bordir Jawa Timur untuk menambah referensi terkait sejarah, susunan organisasi dan lain sebagainya.

2. Observasi

Observasi merupakan kegiatan melihat suatu kondisi secara langsung terhadap objek yang diteliti.¹⁴⁸ Observasi atau pengamatan dapat dilakukan tanpa mengajukan pertanyaan subjek (sebagai responden dalam wawancara atau koesioner) dapat diamati dalam lingkungan kerja mereka

¹⁴⁸Julianda,et.all., *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi* (Medan: UMSU Press, 2014), 70

sehari-hari. Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang maka observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga objek-objek alam yang lain.

Menurut sugiyono, teknik pengumpulan data menggunakan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Dalam penelitian ini peneliti mengamati pada 80 anggota perkumpulan pengusaha Bordir Jawa Timur.

3. Penyebaran Angket

Angket atau kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.¹⁴⁹ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode angket untuk memperoleh data dari anggota perkumpulan pengusaha Bordir Jawa Timur. Peneliti menggunakan kuisisioner tertutup, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan yang disusun dalam daftar dimana responden tinggal membubuhkan tanda *check* (v) pada kolom yang sesuai. Kuisisioner ini bisa disebut dengan kuisisioner bentuk *check list*.

Memberikan daftar pertanyaan kepada para anggota asosiasi perkumpulan pengusaha Bordir Jawa Timur untuk mengetahui tanggapan

¹⁴⁹Sugiyono, *Metode Penelitian...*, 92

maupun jawaban yang berkaitan dengan penelitian ini secara objektif, Daftar pertanyaan ini disebut juga dengan angket. Angket adalah daftar pertanyaan yang di distribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti.¹⁵⁰ Jadi, dalam penelitian ini peneliti memberikan angket kepada anggota perkumpulan pengusaha Bordir Jawa Timur untuk diberikan angket.

G. Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi yang akan dilanjutkan dengan *analisis path* atau analisa jalur. Penelitian akan melakukan analisis regresi pada faktor kinerja sumber daya insani, promosi, kemitraan, merek dagang, terhadap perkembangan usaha dan akan dilanjutkan dengan analisa jalur pada variabel *segmentasi, targeting, positioning market*.

Tujuan analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah mencari makna di balik data, melalui pengakuan subyek pelakunya. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Kualitas Data

Dalam hal ini ada dua yang pengujian yang digunakan dalam pengujian kualitas data, yaitu:

¹⁵⁰Nasution, *Metode Research ...* hlm. 128.

a. Uji Validitas

Analisis validitas yaitu analisis untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data.¹⁵¹ Suatu pengukur dikatakan valid, jika alat itu mengukur apa yang harus diukur alat itu. Validitas menunjukkan seberapa cermat suatu alat tes melakukan fungsi ukurnya atau suatu alat yang dapat mengukur apa yang ingin diukur.

Selanjutnya disebut bahwa validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap item atau *instrument* (bisa pernyataan maupun pertanyaan) benar-benar mampu mengungkap variabel yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu variabel.¹⁵²

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Validitas didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Uji validitas dilakukan terhadap setiap variabel pertanyaan dari masing-masing faktor yang terdapat dalam kuisioner, yaitu dengan cara menghitung koefisien korelasi Pearson dari masing-masing item terhadap skor total atau nilai total yang diperoleh. Selanjutnya, hasil dari perhitungan signifikansi koefisien korelasi Pearson tersebut dibandingkan dengan derajat kesalahan yang ditoleransi ($\alpha < 5\%$), maka suatu pernyataan dianggap valid, sebaliknya jika signifikansi

¹⁵¹Nasution, *Metode Research...*, 74

¹⁵²Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0* (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), 96

lebih besar daripada α maka pernyataan dianggap tidak valid atau gugur.¹⁵³

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan angket sebagai instrument penelitian. Angket atau kuisisioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuisisioner mampu mengungkap suatu yang akan diukur dikuisisioner tersebut.

b. Uji Reliabilitas

Sedangkan reliabilitas adalah suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama.¹⁵⁴ Jadi dalam berbagai waktu hasil yang diukur tersebut menunjukkan hasil yang tetap.

Uji reliabilitas menunjukkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran.¹⁵⁵ Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* diukur berdasarkan skala *Cronbach's Alpha* 0 sampai 1. Triton mengemukakan bahwa skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai alpha *Cronbach* 0,00 sampai dengan 0,20 berarti kurang reliabel.

¹⁵³ Tim Penyusun, *Modul Praktikum Metode Riset untuk Bisnis dan Manajemen*, Program Studi Manajemen S1, Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama, 19

¹⁵⁴ Nasution, *Metode Research...*, 76.

¹⁵⁵ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...*, 97.

- 2) Nilai alpha *Cronbach* 0,21 sampai dengan 0,40 berarti agak reliabel.
- 3) Nilai alpha *Cronbach* 0,41 sampai dengan 0,60 berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai alpha *Cronbach* 0,61 sampai dengan 0,80 berarti reliabel.
- 5) Nilai alpha *Cronbach* 0,81 sampai dengan 1,00 berarti sangat reliabel.

1. Uji Normalitas Data

Sebelum analisis regresi dilaksanakan, terlebih dahulu dilakukan pengujian linearitas yaitu uji normalitas data dan bebas dari asumsi klasik yang meliputi multikolinearitas, autokorelasi dan heterokedastisitas. Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametik.¹⁵⁶

2. Uji Normalitas Data

Asumsi normalitas sangat penting dalam analisis regresi, khususnya dalam uji hipotesis atau untuk membentuk interval konfidensi parameter. Dengan mengasumsikan galat acak ε berdistribusi normal, akan dapat dikenali distribusi-distribusi statistik untuk uji hipotesis, dan selanjutnya kita dapat memanfaatkan tabel-tabel yang tersedia untuk membuat kesimpulan dalam uji hipotesis tentang parameter. Perlu ditegaskan disini bahwa dalam analisis regresi yang diuji normalitasnya adalah galat acaknya, bukan variabel dependen atau bahkan variabel independennya.

¹⁵⁶ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi statistik dengan SPSS 16,0*, (Jakarta:PT Prestasi Pustakarya, 2009), 77

Hal ini karena mungkin saja galat-galat acak berdistribusi normal, tetapi data variabel dependen bukan dari distribusi normal.¹⁵⁷ Normalitas digunakan untuk menunjukkan bahwa data yang ada terdistribusi dengan normal. Adapun untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi secara normal atau tidak digunakan analisis grafik dan uji statistik (Uji *Kolmogorov-Smirnov*). Sedangkan syarat dalam analisis parametrik yaitu distribusi data harus normal. Adapun dasar pengambilan keputusan dengan Uji Kolmogorov Smirnov dengan membandingkan signifikansi dengan nilai α , apabila signifikansi $> \alpha$ maka data berdistribusi normal.¹⁵⁸ Dalam mendeteksi normalitas data menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*. Ketentuan pengujian ini adalah jika probabilitas atau *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari *level of significant(a)* maka data berdistribusi normal. Sedangkan jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas $>0,05$ distribusi normal (simetris).

3. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan metode data kuantitatif yaitu dimana data yang digunakan yang digunakan dalam penelitian berbentuk angka. Dalam pengujian data diatas dapat diketahui hasil pengolahan datanya sebagai berikut:

¹⁵⁷ Suyono, *Analisis Regresi untuk penelitian Edisi 1 cet 1*, (Yongyakarta: Deepublish,2015), 8

¹⁵⁸ Imam Ghozali, *Analisis Multivariate Dengan Progam SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 110

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya yaitu Uji Park, Uji Glesjer, Melihat pola grafik regresi, dan uji koefisien korelasi Spearman. Namun pada uji kali ini peneliti menggunakan metode melihat pola titik-titik pada Scatterplots Regresi.

Metode ini yaitu dengan cara melihat grafik scatterplot antara *standardized predicted value* (ZPRED) dengan *studentized residual* (SRESID). Ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinieritas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya; 1) dengan melihat nilai inflation factor (VIF)

pada model regresi, 2) dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2), dan 3) dengan melihat nilai *eigenvalue* dan *condition index*.

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi. Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Di antara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan.¹⁵⁹

Multikolinieritas merupakan gejala korelasi antar variabel bebas yang ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel bebas. Dimana dapat dideteksi dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria yaitu:¹⁶⁰

- 1) Jika angka *tolerance* di atas 0,1 dan $VIF < 10$ dikatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas.
- 2) Jika angka *tolerance* di bawah 0,1 dan $VIF > 10$ dikatakan terdapat gejala multikolinieritas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas. Maka untuk menguji atau melakukan estimasi dari suatu permasalahan yang terdiri dari lebih dari satu variabel bebas tidak bisa dengan regresi sederhana. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian

¹⁵⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), 79.

¹⁶⁰ Idris, *Aplikasi Model Analisis Data Kuantitatif dengan Program SPSS*, (Padang: FE-UNP, 2010), 93.

ini adalah regresi berganda. Persamaan umum *regresi linier* berganda adalah:

Dari judul tersebut dapat digambarkan, sebagai berikut

$$X_5 = a + b_1 X_5 X_1 + b_2 X_5 X_2 + b_3 X_5 X_3 + b_4 X_5 X_4 + E_1 \dots\dots\dots (1)$$

$$Y = a + b_1 YX_1 + b_2 YX_2 + b_3 YX_3 + b_4 YX_4 + E_2 \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

Y = *variable dependent* (perkembangan usaha)

X_1 = *variable independent* (kinerja sumber daya insani)

X_2 = *variable independent* (promosi)

X_3 = *variable independent* (kemitraan)

X_4 = *variable independent* (merek dagang)

X_5 = *variabel intervening* (*segmentation, targeting, positioning market*)

a = Harga Konstanta (Harga Y bila $X=0$)

b_1, b_2, b_3, b_4, b_n = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan *variabel dependent* yang didasarkan pada perubahan *variabel independen*. Bila (+) maka terjadi kenaikan dan bila (-) maka terjadi penurunan.

5. Pengujian Hipotesis

Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik yang didukung oleh uji ekonometrika sebagai berikut:

1) Uji F (F-test)

F-tes digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara kinerja sumber daya insani, promosi, kemitraan, merek dagang *segmentasion, targeting, dan positioning market* terhadap perkembangan UMKM.

Ho diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel} \Rightarrow$ Tidak Pengaruh antara pada kinerja sumber daya insani, promosi, kemitraan, merek dagang *segmentasion, targeting, dan positioning market* terhadap perkembangan usaha bordir di Provinsi Jawa Timur.

Ho ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel} \Rightarrow$ Ada Pengaruh antara pada kinerja sumber daya insani, promosi, kemitraan, merek dagang *segmentasion, targeting, dan positioning market* terhadap perkembangan usaha bordir di Provinsi Jawa Timur.

2) Uji t (t -test)

Untuk mengetahui keterandalan serta kemaknaan dari nilai koefisien regresi, sehingga dapat diketahui apakah pengaruh variabel pada kinerja sumber daya insani, promosi, kemitraan, merek dagang *segmentasion, targeting, dan positioning market* terhadap perkembangan usaha bordir di Provinsi Jawa Timur. Signifikan atau tidak, Kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

Ho diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel} \Rightarrow$ Tidak ada Pengaruh antara pada kinerja sumber daya insani, promosi, kemitraan, merek dagang

segmentation, targeting, dan positioning market terhadap perkembangan usaha bordir di Provinsi Jawa Timur.

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel} \Rightarrow$ Ada Pengaruh antara pada kinerja sumber daya insani, promosi, kemitraan, merek dagang *segmentation, targeting, dan positioning market* terhadap perkembangan usaha bordir di Provinsi Jawa Timur.

6. *Analisis Path (Analisis Jalur)*

Dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel kinerja sumber daya insani, promosi, kemitraan, merek dagang *segmentation, targeting, dan positioning market* terhadap perkembangan usaha.

Analisis jalur (*path analysis*) merupakan alat analisis yang digunakan untuk menelusuri pengaruh (baik langsung maupun tidak langsung) variabel bebas (*independent*) terhadap variabel tergantung (*dependent*). Dalam analisis jalur ada kecenderungan model dalam keamatan hubungan membentuk model pengaruh yang bersifat hubungan sebab-akibat.

Menurut Agus dan Rokhmat dalam bukunya menjelaskan bahwa analisis jalur yaitu digunakan untuk menguji pola hubungan yang mengungkap pengaruh variabel dengan atau seperangkat variabel terhadap variabel lainnya, baik berpengaruh langsung maupun tidak langsung.¹⁶¹

¹⁶¹Agus Eko Sujianto dan Rokhmat Subagyo, *Membangun Loyalitas Nasabah*, (Yogyakarta: Lingkar Media, 2014), 94.

Menurut Harun al Rasyid analisis jalur dalam penggunaannya perlu memperhatikan beberapa asumsi berikut:

- a. Hubungan antar variabel haruslah linier dan aditif.
- b. Semua variabel residu tak punya korelasi satu sama yang lain.
- c. Pola hubungan antar variabel adalah rekursif atau hubungan yang tidak melibatkan arah pengaruh yang timbal balik.
- d. Tingkat pengukuran semua variabel sekurang-kurangnya adalah interval.

Untuk menguji model, maka korelasi antar variabel dalam diagram jalur tersebut terlebih dahulu disusun secara matrik korelasi. Jika matrik korelasi yang dihitung mendekati R^2 (*R square*), maka diagram jalur yang dihipotesiskan tersebut dapat diterima, tetapi apabila matrik hasil perhitungan menyimpang dari matrik R^2 , maka diagram jalur yang telah tersusun ditolak, dan diganti dengan model lain. Matrik yang dihipotesiskan dan Matrik hasil perhitungan dikatakan tidak menyimpang bila koefisien-koefisien yang ada dalam diagram jalur antara yang dihipotesiskan dengan perhitungan perbedaannya tidak lebih dari 0,05.¹⁶²

Secara praktis analisis diagram jalur juga dapat dilakukan secara analisis korelasi dan regresi. Koefisien jalur adalah sama dengan koefisien regresi yang dinyatakan dalam angka standart X_5 . Jika semua koefisien regresi setelah diuji ternyata semua signifikan, maka diagram yang dihipotesiskan dapat diterima, tetapi bila salah satu tidak signifikan, maka

¹⁶²Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian...*, 308

diagram jalur atau model hubungan antar variabel berubah. Dalam pendekatan ini akan mengalami kesulitan, karena bila jumlah sampel banyak, maka koefisien regresi walaupun kecil akan cenderung signifikan.

Kaidah menghitung koefisien analisis jalur secara simultan dapat dirumuskan berikut ini dengan menggunakan F tabel

$$F = \frac{(n-k-1) R_{yxk}^2}{k(1-R_{yxk}^2)}$$

Keterangan; n = jumlah sampel;

k = jumlah variabel eksogen;

R_{yxk}^2 = R *square*

Sedangkan menghitung koefisien jalur secara individu, uji statistik yang digunakan adalah uji t yang dihitung dengan rumus

$$t_k = \frac{p_k}{se_{pk}}; (dk = n - k - 1)$$

Adapun langkah-langkah yang harus dilakukan dalam diagram jalur antara lain adalah¹⁶³

Merancang model berdasarkan konsep dan teori, (model tersebut juga dinyatakan dalam bentuk persamaan). Dalam penelitian ini mengacu pada kajian teoritis dan hasil penelitian sebelumnya dikembangkan model teoritis sebagai berikut: pada kinerja sumber daya insani, promosi, kemitraan, merek dagang *segmentation, targeting, dan positioning market* terhadap perkembangan usaha bordir di Provinsi Jawa Timur.

¹⁶³ Agus Eko Sujianto dan Rokhmat Subagyo, *Membangun Loyalitas...*, 66.

- a) Pemeriksaan terhadap asumsi yang melandasi analisis jalur yaitu:¹⁶⁴
- (1) Hubungan antar variabel adalah linier dan aditif.
 - (2) Model yang digunakan adalah *recursive*, yaitu aliran kausal satu arah. *Recursive* model dipergunakan, apabila memenuhi asumsi-asumsi yaitu:
 - (a) Antar variabel eksogenus harus saling bebas.
 - (b) Pengaruh kausalitas dari variabel endogenus adalah searah.
 - (c) Variabel endogenus berskala interval dan ratio.
 - (d) Didasarkan dari data yang valid dan reliabel
- b) Perhitungan koefisien jalur dengan menggunakan *software SPSS (Statistical Product and Service Solution)* versi 16, melalui analisis regresi secara parsial dimana koefisien jalurnya adalah merupakan koefisien regresi yang distandarisasi (*standardized coefficient beta*) untuk pengaruh langsungnya, sedangkan pengaruh tidak langsung adalah perkalian antara koefisien jalur dari jalur yang dilalui setiap persamaan dengan total adalah penjumlahan dari pengaruh langsung dengan seluruh pengaruh tidak langsung.
- c) Pemeriksaan validitas model. Baik tidaknya hasil analisis tergantung dari pemenuhi atau tidaknya asumsi yang melandasinya. Terdapat 2 indikator validitas model didalam analisis jalur, yaitu koefisien determinasi total dan *theory trimming*.

¹⁶⁴*Ibid.*, 67.

d) Koefisien Determinasi

Total merupakan total keragaman data. Ada indikator validitas model yaitu koefisien determinasi total (R^2_m) yang interpretasinya sama dengan interpretasi koefisien determinasi (R^2) pada analisis regresi.

e) *Theory Trimming*

Model ini digunakan untuk memperbaiki suatu model struktur analisis jalur dengan cara mengeluarkan dari model variabel eksogen yang koefisien jalurnya tidak signifikan.¹⁶⁵ Jadi model *trimming* terjadi ketika koefisien jalur diuji secara keseluruhan ternyata ada variabel yang tidak signifikan. Walaupun ada satu, dua atau lebih variabel yang tidak signifikan, peneliti perlu memperbaiki model struktur analisis jalur yang telah dihipotesiskan.

Cara menggunakan model *trimming* yaitu menghitung ulang koefisien tanpa menyertakan variabel eksogen yang koefisien jalurnya tidak signifikan. Adapun langkah pengujian *path* analisis menggunakan model *trimming* sebagai berikut:¹⁶⁶

- (1) Merumuskan persamaan *structural*.
- (2) Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi.
- (3) Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan).
- (4) Menghitung secara individual.

¹⁶⁵Riduwan dan Engkos A. Kuncoro, *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*, (Bandung: Alfabeta, 2013),127.

¹⁶⁶Riduwan dan Engkos A. Kuncoro, *Cara Menggunakan dan ...*,128.

- (5) Menguji kesesuaian antar model analisis jalur.
 - (6) Merangkum kedalam tabel.
 - (7) Memaknai dan menyimpulkan.
- f) Interpretasi Analisis merupakan kesimpulan menggunakan analisis jalur dalam kajian ini adalah karena ada kesesuaian model baik secara teoritik maupun *empiric*, sehingga model teoritik akan teruji kebenarannya. Tetapi bila tidak sesuai dengan model teoritik maka akan menjadi alternatif yang dapat merevisi model teoritik.

7. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan proporsi yang diterangkan oleh variabel bebas dalam model terhadap variabel terikatnya, sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Besar pengaruh variabel X dan variabel Y maka dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinasi yang akan diperoleh dengan rumus :

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

Dimana, $0 \leq R^2 \leq 1$

Kd = Koefisien determinasi, r = Korelasi

Nilai koefisien determinasi diantara 0 sampai dengan 1, dimana semakin mendekati angka 1 angka koefisien determinasi maka

pengaruhnya semakin kuat. Dan sebaliknya, semakin mendekati angka 0 nilai koefisien determinasi maka pengaruhnya semakin lemah.¹⁶⁷

Koefisien determinasi (R^2) dari hasil regresi berganda menunjukkan seberapa besar variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda maka masing-masing variabel independen yaitu kinerja sumber daya insani (X_1), promosi (X_2), kemitraan (X_3), merek dagang (X_4) secara parsial dan secara simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu perkembangan usaha (Y) dan terdapat variabel intervening *segmentation, targeting, positioning*. Dinyatakan dengan R^2 untuk menyatakan koefisien determinasi atau seberapa besar pengaruh kinerja sumber daya insani (X_1), promosi (X_2), kemitraan (X_3), merek dagang (X_4) dan *segmentation, targeting, dan positioning* (X_5) terhadap perkembangan usaha (Y). Sedangkan R^2 untuk menyatakan koefisiensi determinasi parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

Sedangkan jika koefisien determinasi mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel terikat. Angka dari *R square* didapat dari pengolahan data melalui program SPSS yang bisa dilihat pada tabel model *summery* kolom *R square*.

¹⁶⁷Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan...*, 71