

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah Analisis Pengaruh Variasi Produk, Minat Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM di Kecamatan Kawalu (Studi Kasus Sentra Bordir). Penelitian ini dilaksanakan dengan mengambil data UMKM, yang bersumber dari Kecamatan Kawalu Kota Taikmalaya. Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, Objek penelitian ini menjadi suatu sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban atau solusi dari permasalahan yang akan dibuktikan secara subjektif.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode adalah cara utama yang digunakan untuk mencapai tujuan, misalnya untuk menguji hipotesis dengan menggunakan teknis serta alat-alat tertentu. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data penelitian ini merupakan data cross section.

Metode Kuantitatif menurut Sugiyono (2007:13) adalah “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat

kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan”.

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka jenis penelitian ini adalah *explanatory*. Menurut Sani dan Mashuri (2013:180) penelitian *explanatory (explanatory research)* adalah untuk menguji antar variabel yang dihipotesiskan. Penelitian ini terdapat hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis ini menggambarkan hubungan antara tiga empat variabel, untuk mengetahui apakah variabel berasosiasi ataukah tidak dengan variabel lainnya, atau apakah variabel disebabkan atau dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya.

Dalam penelitian ini menggunakan model analisis jalur (*path analysis*) karena di antara variabel independent dengan variabel dependent terdapat mediasi yang mempengaruhi. Dalam penelitian terdiri dari empat variabel. Yakni variabel bebas (*independent*) dalam hal ini yaitu variasi produk, minat konsumen, dan strategi pemasaran, sedangkan untuk variabel terikat (*dependent*) dalam hal ini yaitu pendapatan umkm.

### **3.2.1 Operasionalisasi Variabel**

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007)

Sesuai dengan judul “Pengaruh Varians Produk dan Minat Konsumen untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya (Studi Kasus Sentra Bordir)”, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan 2 variabel yaitu sebagai berikut:

### 1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2007:4) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel independennya yaitu Mutu, Harga, Desain Toko, dan Daya Tarik Promosi.

### 2. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2007:4) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini variabel dependennya yaitu Pendapatan UMKM.

Untuk lebih jelasnya operasionalisasi variabel ini penulis sajikan dalam bentuk tabel.

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel**

No	Variabel	Definisi	Satuan	Simbol	Ukuran
1.	Pendapatan UMKM	Keuntungan yang di dapat dari hasil menjual suatu produk	Rupiah	Y	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat pendapatan yang diterima perbulan</li> <li>• Pendapatan yang diterima cukup untuk membiayai sekolah anak ( untuk yang sudah berkeluarga dan punya anak )</li> <li>• Terdapat insentif tambahan di waktu - waktu tertentu , seperti menjelang hari raya atau hari libur nasional</li> <li>• Jenis pekerjaan yang dilakukan beragam tergantung pesanan konsumen</li> </ul>
2.	Variasi Produk	Aneka produk pilihan untuk menambah	Sistem penomoran barang	X <sub>1</sub>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga yang ditawarkan dalam setiap penjualan</li> </ul>

		keputusan pembelian pada konsumen			<p>produk bordir sesuai dengan kualitas barang</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tampilan produk yang beragam membuat konsumen mendapatkan banyak pilihan ketika hendak membeli.</li> <li>• Ketersediaan produk selalu menjadi jaminan untuk calon pembeli / konsumen yang hendak membeli dalam jumlah banyak</li> <li>• Model Produk yang diproduksi beraneka ragam sesuai dengan permintaan konsumen</li> </ul>
3.	Minat Konsumen	Keinginan membeli suatu produk dari konsumen / calon pembeli	Kehendak Membeli	X <sub>2</sub>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsumen selalu mempunyai niat untuk melakukan pembelian terhadap produk bordir yang ada di kawalu</li> <li>• Konsumen yang telah berbelanja produk bordir di kawalu, akan merekomendasikan produk yang dibelinya kepada orang lain</li> <li>• Konsumen akan membeli produk apabila terdapat keutamaan yang unggul di produk tersebut</li> </ul>

					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsumen akan mencari tahu segala hal tentang berbagai macam informasi diseputar produk yang akan dia beli</li> </ul>
4.	Strategi Pemasaran	Cara - cara dalam menjual produk supaya memenangkan hati konsumen	Metode	X <sub>3</sub>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyak nya produk unggulan disetiap unit industri bordir</li> <li>• mendatangkan orang berpengaruh untuk ikut mempromosikan produk – produk bordir kawalu</li> <li>• Harga untuk setiap unit produk sesuai dengan kualitas barang</li> <li>• Distribusi barang / produk ke tempat konsumen baik dan lancar</li> </ul>

### 3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian dilakukan dengan menggunakan studi kepustakaan, yaitu mempelajari, memahami, mencermati, menelaah, dan mengidentifikasi hal-hal yang sudah ada untuk mengetahui apa yang sudah ada dan apa yang belum ada dalam bentuk jurnal-jurnal atau karya-karya ilmiah yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

Jenis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Dalam menyusun penelitian ini, data primer yang digunakan adalah kuesioner langsung ke para pelaku usaha bordir yang mempunyai unit usaha Bordir di Kecamatan Kawalu. (Sugiyono, 2016:308).

Data diperoleh dari berbagai data resmi dari Kecamatan Kawalu, cukup mewakili sejauh mana pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

### **3.2.2.1 Analisis Data**

Menurut Sani dan Maharani (2013:61) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul (dalam penelitian kuantitatif). Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (Path Analysis). Path analysis atau analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan diantara variabel (Sani dan Maharani, 2013:74). Model ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Ridwan dan Kuncoro (2008) dalam Sani dan Maharani (2013:74).

### **3.2.2.2 Prosedur Pengumpulan Data**

Prosedur yang dilakukan penulis dalam memilih objek penelitian adalah sebagai berikut:

#### **1. Data Primer**

Data yang langsung diperoleh dari kuesioner, pengamatan langsung, dan wawancara (Sugiyono, 2008:193)

##### **a. Kuesioner**

Dalam hal ini penulis menyebar kuisisioner berupa pertanyaan kepada responden atau beberapa pemilik usaha industri bordir yang berada di wilayah kecamatan Kawalu untuk mengetahui pendapat atau tanggapan mereka. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan jawaban tertutup dan

responden hanya dapat memilih satu jawaban yang sesuai dengan pendapatnya terhadap permasalahan yang diteliti.

Adapun kategori jawaban kuesioner terdiri dari dua bagian yaitu positif dan negatif:

1. Alternatif jawaban untuk pernyataan positif:

**Tabel 3.2 Pemberian Skor Nilai dan Predikat Masing – Masing Pilihan Jawaban Pernyataan Positif**

<b>Predikat</b>	<b>Nilai</b>	<b>Notasi</b>
Sangat Setuju	5	SS
Setuju	4	S
Ragu - Ragu	3	R
Tidak Setuju	2	TS
Sangat Tidak Setuju	1	STS

(Singarimbun dan Effendi, 2008:133)

2. Alternatif jawaban untuk pernyataan negatif:

**Tabel 3.3 Pemberian Skor Nilai dan Predikat Masing – Masing Pilihan Jawaban Pernyataan Negatif**

<b>Predikat</b>	<b>Nilai</b>	<b>Notasi</b>
Sangat Setuju	1	SS
Setuju	2	S
Ragu - Ragu	3	R
Tidak Setuju	4	TS
Sangat Tidak Setuju	5	STS

(Singarimbun dan Effendi, 2008:133)

- b. Wawancara

Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab sambil bertatap muka antara peneliti dengan pihak perusahaan yang bersangkutan mengenai objek penelitian.

c. Studi Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data yang mempelajari membaca dan mengumpulkan dokumen, arsip perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs Web, Internet dan seterusnya (Uma Sekaran, 2011). Penulis melakukan survei pendahuluan ke Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya untuk memperoleh objek atau data yang akan diteliti.

**3.2.2.3 Penentuan Sampel**

Populasi pelaku usaha industri bordir yang berdagang di Kota Tasik khususnya di Kecamatan Kawalu adalah sekitar 189 orang. Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan *Simple Random Sampling*. Untuk menentukan jumlah sampel maka peneliti menggunakan metode Slovin yaitu dengan rumus:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi (jumlah seluruh populasi seluruh pelaku usaha industry bordir di Kecamatan Kawalu)



$e$  = Persentase ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di tolerir atau diujikan, untuk penelitian ini digunakan 10%

Berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{189}{1 + (189)(0.1^2)}$$

$$n = \frac{189}{1 + 1.89}$$

$$n = \frac{189}{2.89}$$

$$n = 65,39$$

Berdasarkan metode slovin tersebut maka akan menghasilkan jumlah 65,39 orang, lalu dibulatkan menjadi 65 orang pelaku usaha industri bordir di Kecamatan Kawalu yang akan dipilih secara random sesuai dengan criteria untuk dijadikan sampel.

**Tabel 3.2 Data Jumlah Populasi Dan Sampel**

No.	Lokasi	Jumlah	Perhitungan	Jumlah
1.	Cibeuti	33	33 x 65 :189	11
2.	Karsamenak	28	28 x 65 :189	10
3.	Tanjung	28	28 x 65 :189	10
4.	Talagasari	25	25 x 65 :189	9
5.	Gunung Tandala	23	23 x 65 :189	8
6.	Cilamajang	19	19 x 65 :189	7
7.	Leuwiliang	11	11 x 65 :189	4
8.	Karang Anyar	10	10 x 65 :189	3
9.	Gunung Gede	8	8 x 65 :189	2
10.	Urug	4	4 x 65 :189	1
<b>Jumlah</b>	<b>Jumlah</b>	<b>189</b>		<b>65</b>

Sumber: Data Primer Diolah 2020

## a. Uji Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2008:172) instrumen yang valid berarti bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) apa yang seharusnya diukur. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid untuk mencari nilai validitas dari sebuah item pertanyaan.

Data dikatakan valid apabila nilai korelasi hitung data tersebut melebihi nilai korelasi tabelnya, yaitu jika  $r_{hitung} > r_{kritis}$  (0,30), maka butir pertanyaan atau variabel tersebut valid. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi dari masing-masing pernyataan melalui total skor dengan menggunakan *Person Product Moment*.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (\text{Sugiyono, 2008:248})$$

Keterangan:

$r$  = Koefisien korelasi *Product Moment*

$X_i$  = Skor salah satu pertanyaan

$Y_i$  = Total Skor Pernyataan

$n$  = Jumlah responden

Prosedur uji validitas yaitu dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  yaitu angka kritik tabel korelasi pada derajat kebebasan ( $dk = n-2$ ) dengan taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$

Kriteria pengujian:

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut valid
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut tidak valid

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliable*). Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik.

Kadang-kadang reliabilitas disebut juga sebagai keterpercayaan, keterandalan, konsistensi, kesetabilan, dan sebagainya, namun ide pokok dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, artinya sejauh mana skor hasil pengukuran terbebas dari kekeliruan pengukuran (*measurement error*).

Dengan menggunakan tehnik belah dua untuk menghitung realibilitas tersebut maka variabel yang ada pada kuisisioner tersebut dikelompokkan menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah penjumlahan item pertanyaan yang ganjil dan kelompok kedua adalah penjumlahan item pertanyaan yang genap.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2r_b}{1+r_b}$$

(Sugiyono, 2008:186)

Keterangan :

$r_i$  = Angka realibilitas keseluruhan item

$r_b$  = Angka koefisien belahan ganjil dan belahan genap

Dari hasil perhitungan tersebut, maka kaidah keputusannya adalah:

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  , maka pernyataan reliabel
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  , maka pernyataan tidak reliabel

Data yang diperoleh di lapangan diolah dan dianalisis dengan menggunakan statistik dengan bantuan *software* komputer (program SPSS 17.0) hal ini untuk memudahkan dalam perhitungan.

Perhitungan hasil kuesioner dengan presentase dan skoring menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{F}{N} \times 100\%$$

(Sudjana, 2000:76)

Keterangan:

X = Jumlah presentase jawaban

F = Jumlah jawaban/ frekuensi

N = Jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai tertinggi dari keseluruhan sub variabel maka dapat ditentukan interval perinciannya, yaitu sebagai berikut:

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}} \quad (\text{Sudjana, 2000:79})$$

NJI = Nilai jenjang interval adalah interval untuk menentukan tinggi sekali, tinggi, sedang, rendah, sangat rendah suatu variabel.

#### **b. Pengukuran Instrumen Penelitian**

menurut sugiyono (2017:93) menyatakan bahwa skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk mengetahui pengukuran jawaban responden, pada penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner.

#### **c. MSI (*Method Succesive Interval/Transformasi Data Ordinal Ke Interval*)**

Setelah dilakukan analisis instrumen penelitian dan apabila hasil dari pengukuran instrumen tersebut valid dan *reliable*, maka selanjutnya nilai jawaban yang diperoleh dari responden diubah skalanya menjadi skala pengukuran interval.

Menurut Nazir (2003:338) menyatakan bahwa skala likert jenis ordinal hanya menunjukkan rangkingnya saja, maka dari itu variabel yang berskala ordinal harus terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval menggunakan metode *succesive interval*.

Langkah kerja metode *successive interval* adalah sebagai berikut:

1. Perhatikan banyaknya (frekuensi) responden yang menjawab atau memberikan respon terhadap alternatif (kategori) jawaban yang tersedia.
2. Bagi setiap bilangan pada f (frekuensi) dengan n (banyaknya responden), kemudian tentukan P (proporsi) untuk setiap alternatif jawaban responden tersebut, yaitu :

$$P = \frac{f}{n}$$

3. Jumlahkan P (proporsi) secara berurutan sehingga menghasilkan PK (proporsi kumulatif) untuk setiap alternatif jawaban responden.
4. Dengan menggunakan Tabel Distribusi Normal Baku, hitung nilai z untuk setiap kategori berdasarkan proporsi kumulatif pada setiap alternatif jawaban responden.
5. Mengitung SV (skala value = nilai skala) untuk setiap nilai z dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$SV = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area under upper limit}) - (\text{Area under lower limit})}$$

6. Melakukan transformasi nilai skala (*transformed scale value*) dari nilai skala ordinal ke nilai skala interval, dengan rumus sebagai berikut :

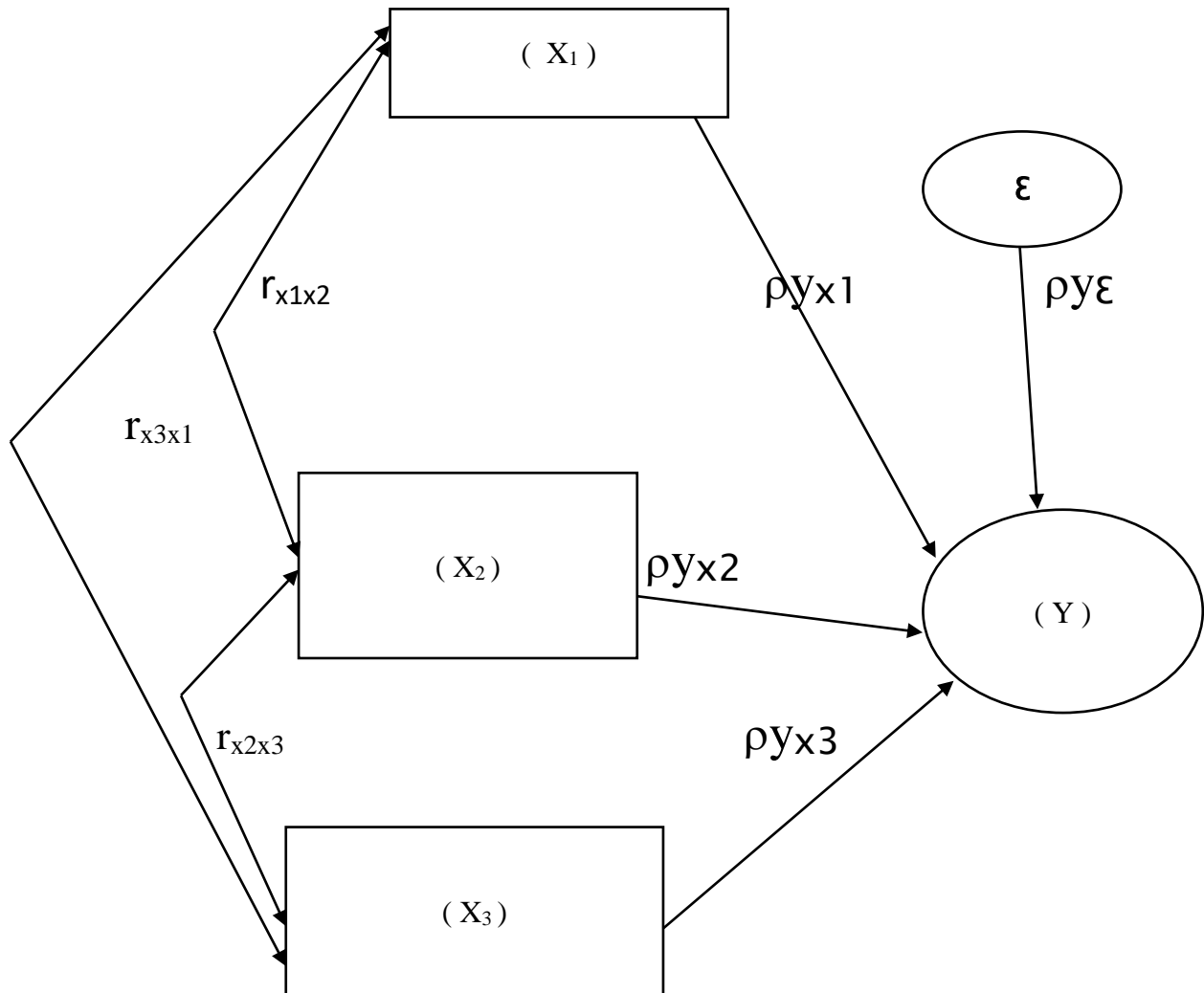
$$Y = SV_i + |SV_{Min}|$$

Dengan catatan SV yang nilainya kecil atau harga negatif terbesar diubah menjadi sama dengan satu (=1).

### 3.3 Model Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka peneliti menguraikannya dalam bentuk model penelitian, pada penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu Variasi Produk ( $X_1$ ), Minat Konsumen ( $X_2$ ), Strategi Pemasaran ( $X_3$ ), dan Pendapatan UMKM ( $Y_1$ ).

Adapun model dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:



**Gambar 3.1**  
**Diagram Jalur**

### 3.4 Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah suatu data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah yang tentang sebuah penelitian.

### 3.4.1 Analisis Jalur (Path Analysis)

Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis jalur (*path analysis*). Digunakan untuk menganalisis pola hubungan diantara variabel. Model ini untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen) Sani dan Maharani (2013:74).

Menurut Ridwan dan Kuncoro (2008) bahwa koefisien jalur (*path*) adalah koefisien regresi yang distandarkan, yaitu koefisien regresi yang dihitung dari basis data yang telah diset dalam angka baku (*Z-score*).

Path analysis (analisis jalur) menggunakan korelasi dan regresi dimana dalam gambar struktural path analysis dijelaskan bahwa ada hubungan antara  $X_1$  (Variasi Produk),  $X_2$  (Minat Konsumen) dan  $X_3$  (Strategi Pemasaran) terhadap  $Y$  (Pendapatan UMKM).

Menurut Suliyanto (2007:4) langkah- langkah analisis jalur adalah sebagai berikut:

1. Menggambar diagram jalur.
2. Menghitung matrik korelasi antar variabel.
3. Menghitung matrik korelasi antar variabel bebas.
4. Menghitung matrik invers korelasi antar variabel bebas.
5. Menghitung koefisien jalur
6. Menghitung koefisien determinasi
7. Menghitung pengaruh variabel residu
8. Menghitung pengaruh secara simulhan



9. Menghitung pengaruh secara parsial
10. Melakukan trimming jika diperlukan
11. Menghitung pengaruh secara proporsional

Adapun formula analisis path yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Sehubungan terdapat 3 variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ ) dan satu variabel terikat (Y) maka besarnya pengaruh antara suatu variabel penyebab dengan variabel akibat dapat didasarkan kepada koefisien korelasi.

1. Koefisien korelasi antar variabel dibuat dalam matriks korelasi sebagai berikut :

$$\begin{array}{c}
 Y \qquad \qquad x_1 \qquad \qquad \qquad x_k \\
 \left| \begin{array}{ccc}
 r_{yy} & r_{yx1} & \dots\dots r_{yxk} \\
 & r_{x1y1} & \dots\dots r_{x1xk} \\
 & & \vdots \\
 & & r_{xkxk}
 \end{array} \right| \begin{array}{l}
 y \\
 x_1 \\
 \\
 x_k
 \end{array} \text{ dimana } k = 2
 \end{array}$$

2. Menghitung matriks invers korelasi sebagai berikut :

$$\begin{array}{c}
 Y \qquad \qquad x_1 \qquad \qquad \qquad x_k \\
 \left| \begin{array}{ccc}
 CR_{yy} & CR_{yx1} & \dots\dots CR_{yxk} \\
 & CR_{x1x1} & \dots\dots CR_{x1xk} \\
 & & \vdots \\
 & & CR_{xkxk}
 \end{array} \right| \begin{array}{l}
 \\
 x_1 \\
 \\
 x_k
 \end{array} \text{ dimana } k = 2
 \end{array}$$

3. Menghitung koefisien jalur dengan formulasi sebagai berikut :

$$P_{yx1} = \frac{CR_{yx1}}{CR_{yy}} \quad i = 1, 2, \dots, k$$

Keterangan :

$P_{yxi}$  = Koefisien jalur dari variabel xi terhadap y

$CR_{yxi}$  = Unsur/elemen pada baris ke – y dan kolom ke- xi dari matriks invers korelasi

$CR_{yy}$  = Unsur/elemen pada baris ke – y dari matriks invers korelasi.

(Sitepu, 1994:23)

Mencari Pengaruh dari satu variabel ke variabel lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung disajikan dalam tabel 3.4 sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Formula Untuk Mencari Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian**

1	2	3	4
No.	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Jumlah Pengaruh
1.	$Y \leftrightarrow X_1 : (p_{yx1})^2$		A
		$(p_{yx1})^2 * (r_{x1x2})^2 * (p_{yx2})$	B
	Total Pengaruh $X_1$ terhadap Y = A + B		C
2.	$Y \leftrightarrow X_2 : (p_{yx2})^2$		D
		$(p_{yx2})^2 * (r_{x1x2})^2 * (p_{yx1})$	E
	Total Pengaruh $X_2$ terhadap Y = D+E		F
3.	$Y \leftrightarrow X_3 : (p_{yx3})^2$		G
		$(p_{yx3})^2 * (r_{x1x2})^2 * (p_{yx3})$	H
	Total Pengaruh $X_1, X_2, X_3$ terhadap Y = C + F + H		I

### 3.4.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional penetapan tingkat signifikan, kriteria dan penarikan kesimpulan:

## 1. Penetapan Hipotesis Operasional

$H_{o1}:\beta_j = 0$  Variasi Produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat Konsumen pada para pelaku usaha UMKM di Kawasan Industri Bordir Kawalu Kota Tasikmalaya

$H_{o1}:\beta_j \neq 0$  Variasi Produk secara parsial berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM para pelaku usaha UMKM di Kawasan Industri Bordir Kawalu Kota Tasikmalaya

$H_{o2}:\beta_j = 0$  Minat Konsumen secara parsial tidak berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM para pelaku usaha UMKM di Kawasan Industri Bordir Kawalu Kota Tasikmalaya

$H_{o2}:\beta_j \neq 0$  Minat Konsumen secara parsial berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM para pelaku usaha UMKM di Kawasan Industri Bordir Kawalu Kota Tasikmalaya

$H_{o3}:\beta_j \neq 0$  Strategi Pemasaran secara parsial tidak berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM para pelaku usaha UMKM di Kawasan Industri Bordir Kawalu Kota Tasikmalaya

$H_{o3}:\beta_j \neq 0$  Strategi Pemasaran secara parsial berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM para pelaku usaha UMKM di Kawasan Industri Bordir Kawalu Kota Tasikmalaya

## 2. Secara Simultan

$H_{o}:\beta_j = 0$  Variasi Produk, Minat Konsumen dan Strategi Pemasaran secara simultan tidak berpengaruh terhadap Pendapatan

UMKM para pelaku usaha UMKM di Kawasan Industri Bordir Kawalu Kota Tasikmalaya.

Ha:  $\beta_j \neq 0$  Variasi Produk, Minat Konsumen dan Strategi Pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM para pelaku usaha UMKM di Kawasan Industri Bordir Kawalu Kota Tasikmalaya.

### 3.4.2.1 Penetapan Tingkat Signifikansi

Untuk menguji signifikansi dilakukan dua pengujian yaitu sebagai berikut:

- Secara parsial menggunakan uji t

$$t = \frac{\beta_j}{s\beta_j}$$

(Mustopa, 1992:140)

Keterangan :

t = Nilai t hitung

$\beta_j$  = Koefisien regresi

$s\beta_j$  = Kesalahan baku regresi

- Secara simultan menggunakan uji F

$$F = \frac{r^2 / k}{(1 - r^2) / (n - k - 1)} \quad (\text{Sugiyono, 2008:257})$$

Keterangan:

F = Nilai F hitung

$r^2$  = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Tingkat derajat kebebasan (dk) pembilang = k dan dk penyebut = (n – k – 1) serta tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau  $\alpha = 0,05$ .

### 3.4.2.2 Kriteria Pengujian

a. Secara parsial:

Tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$  jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$

Terima  $H_0$  dan tolak  $H_a$  jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

b. Secara simultan :

Tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$

Terima  $H_0$  dan tolak  $H_a$  jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

### 3.4.3 Uji Statistik

#### 3.4.3.1 Uji Statistik t

Uji statistik-t digunakan untuk menguji koefisien dugaan dari masing-masing variabel independen apakah secara terpisah berpengaruh nyata terhadap variabel dependennya. Untuk menguji keberartian koefisien regresi digunakan uji-t yang kemudian dibandingkan dengan tabel. Statistik uji yang digunakan dalam uji-t:

$$t_{hitung} = \frac{\beta_x}{S_e(\beta_x)}$$

Di mana:

$\beta_x$  = Koefisien regresi

$S_e(\beta_x)$  = Standar Error

Penilaian dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel pada derajat kebebasan atau *degree of freedom* (df) dan tingkat keyakinan tertentu, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan hipotesis alternatif ditolak berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan hipotesis alternatif diterima berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### 3.4.3.2 Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk menguji koefisien dugaan secara serentak atau bersama-sama apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variasi dari variabel dependen. Statistika uji yang digunakan dalam uji-F:

$$F_{hitung} = \frac{e^2/(k-1)}{(1-e^2)/(n-k)}$$

Dimana:

$e^2$  = Koefisien determinasi

$1 - e^2$  = Jumlah kuadrat sisa

k = Jumlah variabel dependen dan independen

n = Jumlah sampel

Penilaian dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel pada derajat kebebasan *degree of freedom* (df) dan tingkat keyakinan tertentu dengan ketentuan sebagai berikut:

1.  $H_0$  diterima jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak artinya seluruh variabel independen merupakan penjelas terhadap variabel dependen.
2.  $H_0$  ditolak jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima artinya seluruh variabel independen bukan merupakan penjelas terhadap variabel dependen.

Dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$  artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

$\sim_1: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \text{ dan } \beta_4 \neq 0$  artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

#### 3.4.3.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian ini berguna untuk mengetahui seberapa besar proporsi sumbangan seluruh variabel independen terhadap variasi naik turunnya variabel dependen.

Dimana persamaan  $R^2$  berkisar  $0 \leq R^2 \leq 1$ . Jika mendekati 0 berarti kurang kuat hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Jika nilai mendekati 1 maka ini menunjukkan semakin besarnya hubungan antara kedua variabel tersebut.