

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di usaha produksi Diya Craft yang berada di Jl. Bebedahan Desa Rajapolah Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya. Tempat penelitian dipilih karena Diya Craft merupakan usaha kerajinan mendong yang sudah berdiri sejak lama, namun menghadapi kendala dalam menjangkau pasar yang lebih luas karena semakin banyak pesaing serupa yang muncul. Selain itu karena usahanya memiliki potensi dalam industri kerajinan, namun masih membutuhkan strategi pemasaran yang lebih baik untuk dapat mencapai keunggulan bersaing. Jika dibandingkan dengan usaha lain kondisi dari potensi dan tantangan yang terjadi membuat Diya Craft tepat untuk dianalisis lebih lanjut terkait pengaruh dari inovasi dan kualitas produk dalam menciptakan keunggulan bersaing.

Penelitian dilaksanakan mulai dari bulan November 2024 sampai dengan bulan Juli 2025. Rincian kegiatan penelitian sebagai berikut :

Tabel 4. Rencana Tahapan Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan Penelitian

Tahapan Kegiatan	2024		2025						
	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli
Perencanaan Kegiatan									
Survei Pendahuluan									
Penulisan Usulan Penelitian									
Seminar Usulan Penelitian									
Revisi Usulan Penelitian									
Pengumpulan Data									
Pengolahan Analisis Data									
Penulisan Hasil Penelitian									
Seminar Kolokium									
Revisi Kolokium									
Sidang Skripsi									

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan penelitian kuantitatif, dengan sumber data yang digunakan yaitu angka-angka dan akan dianalisis menggunakan statistik. Penelitian secara kuantitatif merupakan jenis penelitian yang lebih berfokus pada data yang dihitung dan dianalisis menggunakan angka dan berdasarkan filsafat positivisme (Sugiyono, 2022).

Jenis metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei dengan mengambil kasus di usaha produksi Diya Craft. Survei merupakan metode penelitian yang digunakan

untuk mengumpulkan data-data dari para responden yang akan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner, dimana metode ini umumnya menggunakan pertanyaan tertutup.

3.3 Jenis dan Teknik Pengambilan Data

Jenis data yang akan digunakan yaitu sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung dari sumber asli yang berada di lapangan. Data primer biasanya bertujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik dan relevan terkait dengan topik yang diteliti (Sugiyono, 2019).

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dan dikumpulkan oleh peneliti dari proses pengumpulan sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder digunakan untuk mendukung data primer yang telah dikumpulkan dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, jurnal dan lain sebagainya yang berkaitan dengan topik penelitian yang peneliti lakukan (Sugiyono, 2019).

Teknik pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian ini, antara lain :

a. Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya jawab yang dilakukan secara langsung antara peneliti dengan responden untuk mengumpulkan data, teknik ini dapat dilakukan apabila peneliti ingin mengetahui secara mendalam terkait hal-hal tertentu maupun tanggapan dari responden. Wawancara dapat dilakukan secara tatap muka langsung, via telepon, maupun melalui *platform digital*. Pada penelitian ini wawancara dilakukan dengan konsumen Diya Craft sebagai responden.

b. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis dan sistematis kepada responden untuk dijawab, pertanyaan yang diberikan bisa dalam bentuk pilihan ganda, skala penilaian, ataupun isian terbuka. Penyebaran kuisisioner pada penelitian dilakukan secara *offline* dan *online* yang disebarkan kepada konsumen Diya Craft.

3.4 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya akan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022).

Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen yang pernah membeli produk kerajinan mendong di Diya Craft. Hasil observasi yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat bahwa selama tahun 2024 Diya Craft menghasilkan jumlah konsumen sebanyak 218 orang.

3.4.2 Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *nonprobability sampling*, teknik ini tidak memberi peluang serupa bagi setiap populasi yang akan dipilih menjadi sampel. Metode yang digunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Pertimbangan yang digunakan untuk sampel penelitian ini yaitu konsumen yang pernah membeli produk kerajinan mendong Diya Craft lebih dari 2 kali.

Menurut Arikunto (2012) jika jumlah pada populasi terdapat < 100 orang maka penarikan jumlah sampel diambil secara keseluruhan, sedangkan jika jumlah pada populasi terdapat > 100 orang maka penarikan jumlah sampel bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Hasil observasi yang dilakukan sebelumnya total populasi konsumen Diya Craft menunjukkan hasil 218 orang, karena total populasi penelitian > 100 orang maka penarikan sampel yang diambil yaitu 15% dari total populasi artinya total sampel penelitian ini sebanyak 33 orang responden. Sampel penelitian yaitu konsumen yang pernah membeli produk kerajinan mendong Diya Craft lebih dari 2 kali.

3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan penjelasan yang spesifik mengenai bagaimana variabel tersebut akan diukur atau diobservasi dalam suatu penelitian yang berfungsi untuk mengarahkan variabel-variabel yang digunakan di dalam penelitian ini ke indikator-indikatornya secara konkrit, yang dapat berguna dalam pembahasan hasil penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yang terdiri dari 2 variabel independen dan 1 variabel dependen yang dijelaskan sebagai berikut :

- a. Inovasi Produk (X_1) merupakan suatu produk yang memiliki fitur fungsional, dapat diciptakan mulai dari penemuan ide baru dan pengembangan dari produk yang saling mempengaruhi satu sama lain sehingga menghasilkan produk baru yang lebih variatif dan menarik.
- b. Kualitas Produk (X_2) merupakan suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan fungsi penggunaannya. Kualitas produk dilihat sebagai manfaat utama bagi suatu produk, serta manfaat tambahan atau lanjutan yang dapat dinikmati oleh pelanggan dalam jangka waktu yang panjang.
- c. Keunggulan Bersaing (Y) merupakan kunci kinerja pada perusahaan, keunggulan dapat diciptakan dari suatu nilai yang dapat mengembangkan usahanya. Hal ini dapat terjadi ketika perusahaan menciptakan nilai yang lebih unggul dalam persaingan sehingga perusahaan akan memperoleh berbagai keuntungan dari konsumennya dan mendapat peningkatan keuntungan pada perusahaan.

Tabel 5. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Item Pernyataan	Skala Ukur
Inovasi Produk (X_1) (Lukas dan Ferrell, 2000)	Perluasan Lini Produk	1. Memiliki produk yang unik dan beragam sehingga dapat memunculkan banyak pilihan.	Ordinal Likert 1-5
		2. Memiliki produk dengan variasi desain dan ukuran yang berbeda.	
	Produk Tiruan	1. Menciptakan produk tiruan yang warnanya lebih beragam dibandingkan produk aslinya.	Ordinal Likert 1-5
		2. Menciptakan produk tiruan yang memiliki fitur tambahan dibandingkan produk aslinya.	
	Produk Baru	1. Menciptakan produk baru dan berbeda dengan produk yang dibuat oleh pesaing.	Ordinal Likert 1-5
		2. Menciptakan produk baru dengan berbagai bentuk atau model yang berbeda.	
Kualitas Produk (X_2) (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015)	Kinerja	1. Memberikan manfaat dalam penggunaan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.	Ordinal Likert 1-5
		2. Memiliki produk yang nyaman pada saat digunakan.	
	Kehandalan	1. Memiliki produk yang mudah dirawat dan digunakan sesuai dengan fungsinya.	Ordinal Likert 1-5
		2. Menciptakan produk yang selalu memenuhi standar kualitas yang diharapkan konsumen.	
	Keistimewaan Tambahan	1. Memiliki produk yang dapat menarik perhatian konsumen karena	Ordinal Likert 1-5

Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Item Pernyataan	Skala Ukur
Keunggulan Bersaing (Y) (Setiawan, 2012)		jahitannya rapih dan warna yang sesuai dengan selera di pasaran. 2. Memiliki tampilan yang lebih menarik dengan motif yang lebih bervariasi dan menambahkan aksesoris.	
	Daya Tahan	1. Memiliki produk yang tahan lama dan tidak mudah rusak meskipun dalam jangka waktu panjang. 2. Memiliki produk yang jahitan atau ikatannya tetap kuat meskipun sudah lama digunakan.	Ordinal Likert 1-5
	Kesesuaian	1. Memiliki variasi model produk yang sesuai dengan tren dan selera pasar. 2. Konsumen selalu merasa puas karena harga yang diberikan sesuai dengan kualitas yang dihasilkannya.	
	Keunikan Produk	1. Memiliki ciri khas yang unik dengan memberi nilai seni tradisional sehingga dapat menciptakan kesan autentik saat digunakan. 2. Memiliki tampilan desain dan bentuk yang lebih bervariasi sehingga akan sulit untuk ditiru oleh pesaingnya.	Ordinal Likert 1-5
	Kualitas Bahan Baku	1. Produk lebih unggul dibandingkan dengan usaha pesaing serupa yang dilihat pada kualitas yang dihasilkannya. 2. Memiliki bahan baku yang bermutu tinggi sehingga dapat menghasilkan produk dengan kualitas terbaik.	
	Harga Bersaing	1. Memiliki harga yang lebih murah daripada produk sejenis lainnya. 2. Memberikan harga yang terjangkau dan sesuai dengan harga pasaran.	Ordinal Likert 1-5

3.6 Kerangka Analisis

3.6.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2022) analisis deskriptif merupakan suatu statistik yang bertujuan untuk menganalisis data dengan cara menjelaskan dan menguraikan data-data yang sebelumnya dikumpulkan secara faktual tanpa membuat kesimpulan yang berlaku bagi umum maupun generalisasi. Analisis deskriptif bertujuan untuk mendefinisikan masing-masing variabel secara individu. Data dari hasil penyebaran kuisioner yang telah dikumpulkan, kemudian diolah dan dianalisis sesuai dengan tujuan pada penelitian.

Data yang dianalisis akan diperoleh melalui pilihan atau kategori jawaban seperti berikut :

Tabel 6. Nilai dan Kategori Setiap Pilihan Jawaban pada Pernyataan Kuisisioner

Nilai	Keterangan	Notasi	Kategori
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Baik
4	Setuju	S	Baik
3	Kurang Setuju	KS	Cukup Baik
2	Tidak Setuju	TS	Kurang Baik
1	Sangat Tidak Setuju	STS	Tidak Baik

Sumber : Sugiyono (2018)

Rumus penentuan skor interval untuk per sub-indikator :

$$I = \frac{(\sum R \times St) - (\sum R \times Str)}{5}$$

Keterangan : I = Interval

R = Responden

St = Skor tertinggi

Str = Skor terendah

Dalam penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 I &= \frac{(\sum R \times St) - (\sum R \times Str)}{5} \\
 &= \frac{(33 \times 5) - (33 \times 1)}{5} \\
 &= \frac{(165) - (33)}{5} = 26,4
 \end{aligned}$$

Tabel 7. Skor Kategori Per Sub-Indikator

Skor	Kategori
33-59	Tidak Baik
60-86	Kurang Baik
87-113	Cukup Baik
114-139	Baik
140-165	Sangat Baik

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

Rumus penentuan skor interval untuk per variabel :

$$I = \frac{(\sum R \times St \times n) - (\sum R \times Str \times n)}{5}$$

Keterangan : I = Interval

R = Responden

St = Skor tertinggi

Str = Skor terendah

n = Jumlah item pertanyaan

Dalam penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut :

1. Penentuan skor interval untuk inovasi produk (X_1)

$$\begin{aligned}
 I &= \frac{(\sum R \times St \times n) - (\sum R \times Str \times n)}{5} \\
 &= \frac{(33 \times 5 \times 6) - (33 \times 1 \times 6)}{5} \\
 &= \frac{990 - 198}{5} = 158,4
 \end{aligned}$$

Tabel 8. Skor Kategori Variabel Inovasi Produk (X_1)

Skor	Kategori
198-356	Tidak Baik
357-515	Kurang Baik
516-674	Cukup Baik
675-832	Baik
833-990	Sangat Baik

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

2. Penentuan skor interval untuk kualitas produk (X_2)

$$\begin{aligned}
 I &= \frac{(\sum R \times St \times n) - (\sum R \times Str \times n)}{5} \\
 &= \frac{(33 \times 5 \times 10) - (33 \times 1 \times 10)}{5} \\
 &= \frac{1.650 - 330}{5} = 264
 \end{aligned}$$

Tabel 9. Skor Kategori Variabel Kualitas Produk (X_2)

Skor	Kategori
330-594	Tidak Baik
595-859	Kurang Baik
860-1.123	Cukup Baik
1.124-1.387	Baik
1.388-1.650	Sangat Baik

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

3. Penentuan skor interval untuk keunggulan bersaing (Y)

$$\begin{aligned}
 I &= \frac{(\sum R \times St \times n) - (\sum R \times Str \times n)}{5} \\
 &= \frac{(33 \times 5 \times 6) - (33 \times 1 \times 6)}{5} \\
 &= \frac{990 - 198}{5} = 158,4
 \end{aligned}$$

Tabel 10. Skor Kategori Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

Skor	Kategori
198-356	Tidak Baik
357-515	Kurang Baik
516-674	Cukup Baik
675-832	Baik
833-990	Sangat Baik

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

3.6.2 Metode Suksesif Interval (MSI)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuisioner dan pengukuran menggunakan skala *likert* yang akan menghasilkan data dalam bentuk skala ordinal. Jika akan melakukan analisis regresi linear berganda, perlu dilakukan transformasi data menjadi skala interval menggunakan metode suksesif interval (MSI). Metode suksesif interval dilakukan sebagai syarat untuk memenuhi analisis parametrik. Skala *likert* merupakan pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi dan tanggapan seseorang mengenai fenomena sosial. Indikator tersebut akan dijadikan sebagai titik tolak ukur yang digunakan untuk menyusun item pada instrumen yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan (Sugiyono, 2022).

Pada setiap item yang diukur dengan skala *likert*, dapat dikategorikan :

Tabel 11. Alternatif Jawaban dan Skor pada Penggunaan Skala *Likert*

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Kurang Baik	2
Tidak Baik	1

Sumber : Sugiyono (2022)

Menurut Waryanto dan Millafati (2006) terdapat beberapa langkah dalam mentransformasikan data ordinal menjadi data interval :

1. Menghitung frekuensi observasi pada setiap kategori.
2. Menghitung proporsi pada setiap kategori.
3. Dari hasil proporsi yang diperoleh, hitung proporsi kumulatif pada setiap kategori.
4. Menghitung nilai Z (distribusi normal) dari hasil proporsi kumulatif.
5. Menentukan nilai batas Z (nilai *probability density function* pada absis Z) pada setiap kategori.
6. Menghitung *scale value* (interval rata-rata) pada setiap kategori.
7. Menghitung skor (nilai hasil transformasi) pada setiap kategori.

3.6.3 Uji Instrumen Penelitian

A. Uji Validitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2016) uji validitas merupakan uji pada penelitian yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner pernyataan yang akan disebarkan kepada responden. Uji validitas dalam penelitian

ini menggunakan *microsoft excel* dan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 25.

Menurut Wibowo (2012) terdapat ketentuan dalam pengambilan keputusan untuk menguji validitas pada setiap indikatornya, yaitu :

- a. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$, maka item pernyataan dinyatakan valid.
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka item pernyataan dinyatakan tidak valid.

B. Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) uji reliabilitas merupakan pendekatan yang digunakan untuk menilai konsistensi dan kestabilan suatu konsep yang saling berhubungan dengan melakukan pemeriksaan pada item-item tertentu. Untuk melakukan uji ini dapat dihitung melalui metode *Alpha Cronbach* untuk menentukan instrumen pada penelitian reliabel atau tidak.

Menurut Sugiyono (2019) terdapat ketentuan pada suatu instrumen yang akan dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Menurut Wibowo (2012) uji normalitas pada regresi digunakan untuk mengetahui nilai residual terdistribusi dan apakah pada model regresi variabel independen dan dependen memiliki distribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dapat terdeteksi dengan cara melihat grafik normal *probability-plot*. Sebaran yang normal akan ditandai dengan data setelah dianalisis yang diikuti garis diagonal, sedangkan data yang tidak mengikuti sebaran normal akan ditandai dengan data yang tersebar di grafik analisis. Selain itu, adapun cara lain untuk mendeteksi uji normalitas yaitu melalui uji statistik dengan uji *kolmogorov smirnov*, yang memiliki ketentuan berikut :

- a. Jika nilai probabilitas $\geq 0,05$, maka variabel berdistribusi normal.
- b. Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka variabel tidak berdistribusi normal.

B. Uji Multikolinearitas

Menurut Gozali (2011) uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah pada model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Jika

terdapat korelasi antar variabel independen, maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal dimana variabel ortogonal merupakan variabel independen yang memiliki nilai korelasi antar variabel sama dengan nol. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah = nilai VIF yang tinggi, karena $VIF = 1 / tolerance$.

- a. Jika nilai $VIF > 10$ atau nilai *tolerance* $< 0,1$ maka terjadi multikolinearitas.
- b. Jika nilai $VIF < 10$ atau nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

C. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gozali (2011) uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain pada model regresi. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka akan disebut homoskedastisitas. Sebaliknya jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, maka akan disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat pada grafik *scatter-plot*, dengan ketentuan :

- a. Jika tidak terdapat pola yang jelas seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.
- b. Jika terdapat pola yang jelas seperti titik-titik membentuk pola teratur bergelombang, melebar dan menyempit, maka terdapat heteroskedastisitas.

Selain itu, dapat juga dideteksi melalui uji glejser yang dilakukan dengan meregresikan variabel independen terhadap nilai absolut residual. Model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas, ketika nilai signifikansi variabel independen terhadap nilai absolut residual diatas $\alpha = 0,05$.

3.6.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2019) analisis regresi linear berganda merupakan metode yang digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen bila terdapat dua atau lebih variabel independen pada penelitian sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Analisis regresi linear berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independen pada penelitian minimal dua juga digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap suatu

variabel dependen, serta untuk memprediksi variabel dengan menggunakan variabel independen. Persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan : Y = keunggulan bersaing

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi variabel inovasi produk

b_2 = koefisien regresi variabel kualitas produk

X_1 = inovasi produk

X_2 = kualitas produk

e = standar (*error*)

Jika hasil analisis regresi linear berganda mengalami kenaikan atau sama-sama turun maka hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen positif, sedangkan jika kenaikan variabel independen mengalami penurunan pada variabel dependen maka hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen negatif.

3.6.6 Uji Hipotesis

A. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Gozali (2011) analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa besarnya pengaruh dan kontribusi variabel independen terhadap variasi (naik turunnya) variabel dependen. Pemilihan *adjusted* R^2 disebabkan oleh adanya kelemahan mendasar pada penggunaan koefisien determinasi, kelemahan tersebut merupakan bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Nilai R^2 digunakan pada saat mengevaluasi, nilai R^2 akan naik atau turun ketika jumlah variabel independen ditambahkan dalam model. Nilai R^2 yang baik yaitu jika nilainya diatas 0,5 karena nilai R^2 berkisar diantara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$) dengan ketentuan :

- a. Jika nilai R^2 mendekati angka 1, artinya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen semakin dekat dan model tersebut dinilai baik.
- b. Jika nilai R^2 menjauhi angka 1, artinya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen semakin jauh dan model tersebut dinilai kurang baik.

B. Uji F (Pengujian secara Simultan)

Menurut Gozali (2011) uji F merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan melalui perbandingan dari nilai F hitung dengan melihat tingkat signifikansinya, kemudian dilakukan perbandingan dengan taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05 atau 5%.

Hipotesis dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$, yang artinya inovasi produk dan kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap keunggulan bersaing.

$H_1: \beta_1, \beta_2 \neq 0$, yang artinya inovasi produk dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap keunggulan bersaing.

Rumus untuk mencari F hitung :

$$F = \frac{JKK/(k-1)}{JKT/(n-k)}$$

Keterangan : JKK = jumlah kuadrat kolom

JKT = jumlah kuadrat total

n = jumlah pengamatan

k = jumlah variabel

Kriteria pengambilan keputusan menggunakan angka probabilitas signifikansi :

- Jika nilai probabilitas signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak, yang artinya inovasi produk dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing secara simultan.
- Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima, yang artinya inovasi produk dan kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing secara simultan.

C. Uji t (Pengujian secara Parsial)

Menurut Gozali (2011) uji t merupakan pengujian yang dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh dari satu variabel independen secara parsial (individual) dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian hipotesis dapat

dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi dan koefisien beta. Tingkat signifikansi bertujuan untuk melihat apakah signifikansi memiliki hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen atau tidak, sedangkan koefisien beta bertujuan untuk melihat arah dari hubungan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Perumusan hipotesis dalam penelitian, yaitu :

$H_0 : \beta = 0$, yang artinya inovasi produk dan kualitas produk secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

$H_1: \beta \neq 0$, yang artinya inovasi produk dan kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Rumus untuk mencari t hitung yaitu :

$$t = \frac{b_i}{s(b_i)}$$

Keterangan : b_i = koefisien regresi

$s(b_i)$ = simpangan baku koefisien regresi

Kriteria pengambilan keputusan menggunakan angka probabilitas signifikansi :

- a. Jika nilai probabilitas signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya inovasi produk dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing secara parsial.
- b. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima, artinya inovasi produk dan kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing secara parsial.