

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data yang valid untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan dan menghasilkan kegunaan tertentu. Metode penelitian diperlukan dalam suatu kegiatan penelitian untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan metode verifikatif.

Menurut Sugiyono (2017:147) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kreativitas, inovasi dan Kinerja Usaha pada Sepatu Kulit di Black Master Cibaduyut Metode verifikatif adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel yaitu kreativitas, inovasi dan kinerja usaha baik secara parsial maupun simultan serta menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variable Penelitian

Penelitian ini terdapat variabel-variabel yang bersifat saling mempengaruhi. Pada sub definisi variable menjelaskan tipe-tipe variabel yang di dapat

diklarifikasikan berdasarkan fungsi variabel dalam hubungan antar variabel serta skala pengukuran yang digunakan. Sedangkan pada operasional variabel penelitian menjabarkan konsep, dimensi, indikator, yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel penelitian.

3.2.1 Definisi Variable Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2017:58). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variabel*), dan variabel terikat (*dependent variabel*). Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan sebelum memperoleh atau mulai pengumpulan data. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

Pengertian variabel bebas (*independent*) dalam Sugiyono (2017:59) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Lalu variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas Sugiyono yang menjadi variabel terikat (variabel *dependent*) (Y).

Variabel ini melibatkan tiga variabel, yaitu variabel Kreativitas (X_1), inovasi (X_2), sebagai variabel independen dan kinerja (Y) sebagai variabel dependen. Berikut ini adalah penjelasannya mengenai variabel dari masing-masing variabel yaitu:

1. Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan kreatif seorang wirausaha yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses (Hadiyati 2016:33)

2. Inovasi

Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas menjadi sesuatu untuk diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. (Soleh 2017:73)

3. Kinerja Usaha

Kinerja Usaha sebagai keberhasilan perusahaan secara keseluruhan dalam mencapai sasaran-sasaran strategik yang telah ditetapkan melalui inisiatif strategik pilihan. Menurut (Moehariono 2020:110).

Berdasarkan judul penelitian, dapat diuraikan beberapa variabel penelitian Variabel independen (bebas), merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang akan menjadi perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
Kreativitas (X ₁) Kreativitas adalah kemampuan kreatif seorang wirausaha yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.	Ingin tahu	Keingintahuan mencari produk baru	Tingkat keingintahuan tinggi	Ordinal	1
		Keinginan mencari informasi yang bermanfaat	Tingkat keinginan mencari informasi	Ordinal	2
	Percaya Diri/ Optimis	Rasa optimis terhadap produk yang ditawarkan	Tingkat kepercayaan diri	Ordinal	3
		Rasa optimis terhadap kemampuan	Tingkat kemampuan diri	Ordinal	4

Variabel dan Konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No	
(Hadiyati 2016:33)	Fleksibel	Adaptasi terhadap perubahan	Tingkat adaptasi terhadap Perubahan	Ordinal	5	
		Menerima terhadap masukan dari luar	Tingkat Menerima terhadap masukan dari luar	Ordinal	6	
	Mencari Solusi	Mencari solusi dalam memecahkan masalah	Tingkat pencarian solusi tinggi	Ordinal	7	
		Solusi terbaik yang diterapkan	Tingkat solusi terbaik yang diterapkan	Ordinal	8	
	Berimajinasi	Imajinasi untuk memajukan usaha	Tingkat imajinasi untuk memajukan usaha tinggi	Ordinal	9	
		Sering menggunakan imajinasi	Tingkat sering memajukan usaha	Ordinal	10	
	Berani Beresiko	Senang terhadap tantangan	Tingkat kesiapan pengambilan resiko tinggi	Ordinal	11	
	Inovasi (X₂) Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas menjadi sesuatu untuk di implementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. (Soleh 2017:73)	Inovasi produk	Variasi jenis produk	Tingkat inovasi produk	Ordinal	12
			Variasi harga produk	Tingkat Variasi harga produk	Ordinal	13
		Inovasi Proses	Perbaikan alat produksi	Tingkat pemeliharaan Alat produksi tinggi	Ordinal	14
			Pemanfaatan alat atau teknologi baru	Tingkat pemanfaatan alat atau teknologi baru	Ordinal	15
Inovasi pasar		Penambahan toko baru	Tingkat penambahan toko baru	Ordinal	16	
		Perluasan segmen pasar	Tingkat perluasan segmentasi pasar	Ordinal	17	
Kinerja Usaha (Y) Kinerja usaha sebagai		Perspektif keuangan	Pertumbuhan Laba	Tingkat pertumbuhan laba	Ordinal	18
	Pertumbuhan modal		Tingkat pertumbuhan modal	Ordinal	19	
	Kepuasan konsumen		Tingkat kepuasan konsumen	Ordinal	20	

Variabel dan Konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
Keberhasilan perusahaan secara Keseluruhan dalam mencapai sasaran-sasaran strategik yang telah ditetapkan melalui inisiatif strategik pilihan (Moeheriono 2020:110)	Perspektif pelanggan	Loyalitas Konsumen	Tingkat loyalitas konsumen	Ordinal	21
		Inovasi	Kuantitas produk baru	Ordinal	22
	Perspektif Proses Bisnis Internal	Kuantitas penjualan produk baru	Tingkat kuantitas penjualan produk baru	Ordinal	23
		Lamanya waktu pengembangan produk baru	Tingkat lamanya waktu pengembangan produk baru	Ordinal	24
		Kerusakan produk baru	Tingkat kerusakan produk baru	Ordinal	25

Sumber : Hasil pengolahan data oleh peneliti

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data dan untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dan jumlah karakteristik yang dimiliki populasi yang disebut sampel, dan sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha sepatu Black Master Cibaduyut Bandung. Menurut Sugiyono (2017:81) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi objek penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada peneliti ini adalah seluruh mitra toko sepatu black master cibaduyut yaitu 30 Mitra usaha yang peneliti sajikan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Populasi Mitra Usaha Toko Sepatu Black Master Cibaduyut

Nama Toko	Kota	Jumlah pegawai
Wolf foot wear	Bandung	15
Dave foot wear	Bandung	14
Magazine Shoes	Bandung	16
Moussa	Garut	10
Roshfoot wear	Bandung	15
Foot wear coasters	Bandung	14
Broguez	Bandung	17
Maize store	Bandung	15
Mouxa foot wear	Bandung	13
Aksara store	Bogor	10
Asya shop bandung	Bandung	12
Vey store	Bekasi	15
Hoststore	Bandung	16
Avail.dc	Bogor	13
Dmc revolution	Bandung	12
Arijoe store	Garut	13
Leodveloz	Bandung	14
Rush foot wear	Bandung	15
Dik becco	Bandung	12
Vixi shoes	Bandung	14
Jaya shoes	Sumedang	16
Rkm shoes	Bandung	12
Gading foot wear	Bandung	11
Golden foot wear	Bandung	12
Juns shoes	Bandung	15
Dido store	Bandung	13
Oganjaya shoes	Bandung	11
Shons	Bandung	8
Rosh shoes	Bandung	10
Anotherstore	Bandung	17
Jumlah	30	

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2021:127) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak.

3.3.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2021:128) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu probability sampling dan nonprobability sampling.

1. *Probability Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *sampling area (cluster) sampling* (sampling menurut daerah).
2. *Non Probability Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, sampling sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh, *snowball*.

Karena jumlah mitra usaha yang bekerja sama dengan black master cibaduyut memiliki populasi di bawah 100 orang, maka penelitian ini termasuk ke dalam kategori sensus atau sampling jenuh yaitu penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Mitra usaha black master cibaduyut yaitu berjumlah 30 orang, yang keseluruhannya dijadikan sebagai responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Teknik pengumpulan data yang ada di dalam pengumpulan data ini didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang sedang

dilakukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2021:296) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data untuk diteliti lebih lanjut. jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*) Penelitian di lapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Pengamatan Langsung (Observasi)

Observasi dilakukan dengan melakukan penelitian dan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan dan keadaan di perusahaan. Peneliti melakukan observasi langsung ke black master cibaduyut. Menurut Sugiyono (2021:203) Observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan mitra usaha black master. Wawancara menurut Sugiyono (2021:195) digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pemimpin atau pihak berwenang atau pihak lain yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

c. Penyebaran Angket (Kuesioner)

Kuesioner akan diberikan kepada para mitra usaha toko sepatu black master Cibaduyut. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai

tanggapan yang berhubungan dengan penelitian. Penyebaran kuesioner dapat melalui secara tertulis atau digital dengan menyebarkan angket secara langsung kepada responden atau melalui *Google Form* yang disertai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan. Menurut Sugiyono (2021:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, diberikan satu persatu kepada responden yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data penjualan dan data pengujung perusahaan yang berkaitan dengan objek.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2021:156) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas

menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2021:175) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Peneliti dalam mencari nilai korelasi akan menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi *pearson product moment* dengan rumus menurut Sugiyono (2021:246) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\} \{n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

n =Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum Xi$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum Yi$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum XiYi$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum Y_i^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Sugiyono (2021:180) menyatakan bahwa syarat minimum untuk suatu butir instrumen atau pernyataan dianggap valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statiscal Product dan Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil *output* SPSS pada tabel dengan judul item Total Statistic. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan ukuran mana yang dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan ukuran mana yang harus dilakukan jika dilakukan pengukuran 2 (dua) kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2021:185) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama

terhadap seluruh pernyataan. Untuk uji reliabilitas digunakan metode *Cronbach Alpha*, yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*.

Berkenaan dengan hal tersebut peneliti melampirkan rumus-rumus untuk pengujian reliabilitas sebagai berikut:

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap perolehan dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{AB} = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{\{n \sum A^2 - (\sum A)^2\}\{n \sum B^2 - (\sum B)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{AB} = Korelasi Pearson Product Moment

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadrat skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadrat skor belahan genap

$\sum AB$ = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi spearman brown menurut Sugiyono (2021:187) sebagai berikut:

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

r = Nilai reliabilitas internal seluruh instrumen

r_b = Korelasi *pearson product moment* antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas (r_{hitung}), maka nilai tersebut dibandingkan r_{tabel} yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
- b. Bila $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2021:206) metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis kolerasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono, 2021:207).

Berdasarkan pendapat yang telah dipaparkan dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X_1) = kreativitas, (X_2) = inovasi terhadap variabel dependen (Y) = kinerja usaha.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini juga menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang tujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan karyawan terhadap variabel X_1 (kreativitas), variabel X_2 (inovasi), dan variabel Y (kinerja usaha) black master cibaduyut. Menurut Sugiyono (2021:64) analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert*

menurut Sugiyono (2021:146) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda-beda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan dan mendukung pertanyaan (item positif hingga item negatif) skor tersebut berguna untuk mengetahui alternatif jawaban yang dipilih oleh responden. Adanya skor ini dapat memberikan masing- masing jawaban pernyataan alternatif, menurut Sugiyono (2021:147) skor skala likert adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2021:147)

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan memiliki bobot nilai. Pada kuesioner penelitian ini peneliti akan menggunakan pernyataan sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua), dan sangat tidak setuju memiliki nilai 1 (satu). Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel dependen dan independen diatas dalam operasionalisasi variabel ini, semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner. Skala *likert* digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Setelah setiap indikator

mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya peneliti gambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut. Peneliti dalam menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Sigma p = \frac{\Sigma \text{Jawaban Kuesioner}}{\Sigma \text{Pertanyaan} \times \Sigma \text{Responden}} = \text{Skor rata-rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor selanjutnya akan dikategorikan pada rentan skor sebagai berikut:

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

Keterangan :

- a. Nilai tertinggi = 5
- b. Nilai terendah = 1
- c. Rentang Skor = $\frac{5-1}{5} = 0,8$

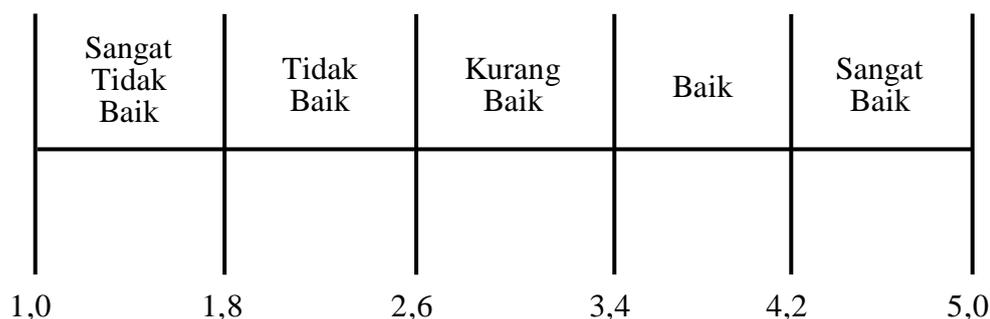
Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui kategori skala adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kategori Skala

Skala	Kategori
1,00 - 1,80	Sangat tidak baik
1,81 - 2,60	Tidak baik
2,61 - 3,40	Kurang baik
3,41 - 4,20	Baik
4,21 - 5,00	Sangat baik

Sumber : Sugiyono (2021 : 148)

Setelah nilai rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Menurut Sugiyono (2021:65) Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kreativitas (X_1) dan inovasi (X_2) terhadap kinerja usaha (Y). Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode yang akan peneliti bahas pada sub bab berikutnya.

3.6.2.1 *Method Of Successive Interval (MSI)*

Method of successive interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan teknik MSI (*Method of Successive Interval*).

Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika hanya

mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah ke dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Langkah-langkah dalam mengkonversikan skala ordinal menjadi skala interval yaitu:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z.
6. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumusan berikut:

$$SV = \frac{\text{Density Of Lower Limit} - \text{Density Of Upper Limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area under lower limit}}$$

7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus:

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[sv \text{ min}]$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi yaitu menggunakan program ibm *SPSS for windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2021:213) menyatakan bahwa Analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel kreativitas (X_1), inovasi (X_2), dan kinerja usaha (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel dependen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus menurut Sugiyono (2021:258) sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (Kinerja usaha)

a = Bilangan konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi kreativitas dan inovasi

X_1 = Variabel bebas (kreativitas)

X_2 = Variabel bebas (inovasi)

ε = Tingkat Kesalahan (Standar error)

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Menurut Sugiyono (2021:213) Analisis Korelasi Berganda yaitu suatu analisis untuk menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel independen atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel dependen. Analisis korelasi

berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel kreativitas (X_1), dan inovasi (X_2), terhadap kinerja usaha (Y). Keeratan hubungan dapat dinyatakan dengan istilah Koefisien Korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang dinyatakan dalam bilangan yang disebut dengan koefisien korelasi. Adapun rumus korelasi berganda menurut Sugiyono (2021:257) adalah sebagai berikut:

$$R_{yx_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

Dimana:

$r_{yx_1x_2}$ = Korelasi antara variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y .

r_{yx_1} = Korelasi product moment antara X_1 dengan Y

r_{yx_2} = Korelasi product moment antara X_2 dengan Y

$r_{x_1x_2}$ = Korelasi product moment antara X_1 dengan X_2

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ sebagai berikut:

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 dan Y positif.

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antar variabel X_1 , X_2 dan Y negatif.

Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan variabel X_1 , X_2 dan Y .

Berikut peneliti sajikan pada halaman selanjutnya mengenai tabel 3.5 yaitu taksiran besarnya koefisien korelasi adalah sebagai berikut

Tabel 3.5
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval	Korelasi Kriteria
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang

Interval	Korelasi Kriteria
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2021:248)

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Analisis determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang merupakan hasil pangkat dua dari koefisien korelasi. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi yaitu :

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

Dimana :

K_d : Koefisien determinasi

r^2 : Kuadrat dari koefisien korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

1. Jika nilai K_d mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
2. Jika nilai K_d mendekati angka satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

3.6.2.5 Uji Koefisien Determinasi Parsial

Analisis determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu:

$$K_d = \beta \times \text{ZeroOrder} \times 100\%$$

Dimana :

β : Beta (nilai *standardized coefficients*)

Zeroorder : Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Apabila :

K_d : 0, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah.

K_d : 1, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, Kuat.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan berupa item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan untuk dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi pertanyaan mengenai kreativitas, inovasi dan Kinerja usaha yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian. Responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Responden memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala *Likert*.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Objek penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Sepatu Kulit Di Black Master Cibaduyut. Sedangkan waktu penelitian ini berlangsung dari bulan Maret sampai selesai