

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Yang menjadi objek pada penelitian ini adalah Desain Produk dan Desain Proses Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Sajodo Snack & Food Kota Tasikmalaya. Ruang lingkup penelitian ini adalah untuk menilai pengaruh dari Desain Produk dan Desain Proses terhadap Keunggulan Bersaing yang dimiliki oleh tim Sajodo Snack & Food.

3.1.1 Profil Sajodo Snack & Food

Sajodo Snack & Food adalah sebuah perusahaan yang fokus pada pembuatan makanan ringan, berbasis di Kota Tasikmalaya. Pendiri perusahaan ini, Firda Khaerunnisa S.Par dan Gilang Gumilar S.Kom, memulai usahanya pada tahun 2020. Saat ini, Sajodo Snack and Food, telah mendapatkan pengakuan di sejumlah platform e-commerce terkemuka. Dengan mengeluarkan berbagai produk baru Sajodo Snack & Food seperti Keripik Kaca, Seblak, Keju Aroma, Keripik Tempe, Baso Aci, Pilus Kencur dan Basreng. Sajodo Snack & Food telah memiliki sertifikat Halal, P-Irt, Uji Lab (Nilai Gizi) dan HaKI (Hak atas Kekayaan Intelektual). Sajodo Snack & Food menawarkan produknya di berbagai platform e-commerce, seperti TikTok Shop, Shopee, Lazada, Tokopedia, Gofood, Grabfood, dan Shopee Food, serta memiliki toko fisik. Pada tahun 2022, perusahaan ini terus berupaya untuk menghadirkan inovasi-inovasi baru. Sajodo Snack & Food merilis Keripik Tempe sebagai camilan sehat yang populer di kalangan beragam orang. Keripik Tempe ini dibuat dari kedelai asli yang mengalami proses fermentasi alami. Perusahaan terus

berupaya berinovasi dengan membangun pabrik kedua yang lebih besar daripada yang sebelumnya, karena kebutuhan ruang yang meningkat untuk produk-produk baru yang terus diperkenalkan oleh Sajodo Snack & Food.

3.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan

Pada tahun 2020, Sajodo Snack & Food didirikan oleh Firda Khaerunnisa S.Par dan Gilang Gumilar S.Kom, yang juga menjadi pemilik perusahaan. Perusahaan ini didaftarkan sebagai CV. Sajodo Karya Gemilang. Awalnya, Sajodo Snack & Food beroperasi sebagai industri rumahan yang menjual makanan ringan. Produk pertama mereka, yaitu Keripik Kaca, tetap populer hingga saat ini. Kemudian, produk kedua yang mereka luncurkan adalah Seblak instan, yang membuat Sajodo Snack & Food menjadi fenomenal di TikTok dan mendapat sambutan positif dari berbagai kalangan, berkat cita rasa khas Seblak Sunda dan rempah-rempahnya. Selanjutnya, perusahaan ini juga merilis Keju Aroma sebagai camilan manis yang khas dengan keju yang tebal. Pada tahun 2022, Sajodo Snack & Food terus menunjukkan dedikasinya pada inovasi dengan meluncurkan Keripik Tempe, yang menjadi camilan sehat yang diminati oleh berbagai kalangan. Keripik Tempe ini diproduksi dari kedelai alami yang mengalami fermentasi alami. Seiring berlanjutnya upaya inovasi, Sajodo Snack & Food memutuskan untuk membangun pabrik kedua yang lebih luas dari sebelumnya, karena keterbatasan ruang untuk produk-produk baru yang terus mereka perkenalkan. Setelah berkelanjutan dalam menghadirkan produk-produk inovatif, Sajodo Snack & Food saat ini pada tahun 2023 telah mengembangkan 7 jenis produk, yaitu Keripik Kaca, Seblak, Keju Aroma, Keripik Tempe, Baso Aci, Pilus

Kencur, dan Basreng. Perusahaan ini juga telah memperoleh berbagai sertifikasi seperti sertifikat Halal, P-Irt, uji lab (terkait nilai gizi), dan HaKI (Hak atas Kekayaan Intelektual). Produk-produk Sajodo Snack & Food tersedia di berbagai platform e-commerce yang bekerjasama, termasuk TikTok Shop, Shopee, Lazada, Tokopedia, Gofood, Grabfood, serta Shopee Food, dan juga tersedia di toko fisik.

Saat ini, Sajodo Snack & Food memiliki total karyawan sebanyak 73 orang, yang terbagi dalam berbagai divisi seperti Staff Produksi, Administrasi, Operasional, dan Marketing.

3.1.3 Visi Misi Perusahaan

VISI : Menjadi perusahaan produsen makanan ringan khas Sunda terbaik dengan selalu berinovasi tanpa henti.

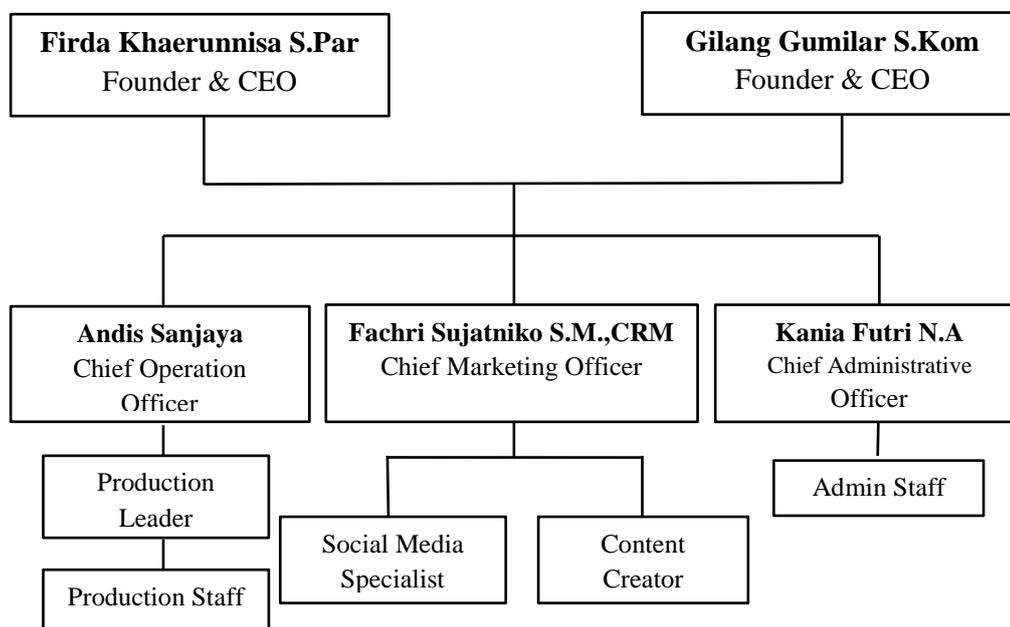
3.1.4 Logo Perusahaan



Sumber: CV Sajodo Karya Gemilang 2023

Gambar 3.1 Logo CV Sajodo Karya Gemilang 2023

3.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber: CV Sajodo Karya Gemilang 2023

Gambar 3.2 Struktur Organisasi CV Sajodo Karya Gemilang

3.1.6 Sebaran Tenaga Kerja

**Tabel 3.1
Sebaran Tenaga Kerja Sajodo Snack & Food**

No.	Jabatan	Jumlah Karyawan
1.	Founder & CEO	2 orang
2.	Kepala Operasional	1 orang
3.	Kepala Marketing	1 orang
4.	Kepala Administrasi	1 orang
5.	Staff Administrasi	2 orang
6.	Editor	1 orang
7.	Content Creator & Host Live	12 orang
8.	Ketua Tim Produksi	1 orang
9.	Pengawas Produksi	5 orang
10.	Tim Seblak	22 orang
11.	Tim Packing	10 orang
12.	Tim Baso Aci	4 orang
13.	Tim Basreng	5 orang
14.	Tim Keju Aroma	5 orang
15.	Coordinator Logistic	2 orang

Sumber: CV Sajodo Karya Gemilang 2023

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian, menurut Sugiyono (2017), merujuk pada pendekatan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan manfaat tertentu. Metode penelitian juga melibatkan analisis teoritis terhadap suatu prosedur atau cara tertentu. Penelitian merupakan proses penyelidikan yang terstruktur dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman atas sejumlah informasi, dan merupakan upaya yang terorganisasi secara sistematis untuk mengeksplorasi masalah tertentu dengan harapan menemukan jawaban.

Dalam konteks penelitian ini, metode yang diterapkan adalah metode survei. Sugiyono (2017: 80) menjelaskan bahwa metode penelitian survei merupakan pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk mengumpulkan data mengenai periode masa lalu atau saat ini, termasuk pendapat, keyakinan, karakteristik, perilaku, serta hubungan antar variabel. Metode ini juga digunakan untuk menguji hipotesis-hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dengan menggunakan sampel yang diambil dari populasi tertentu, serta melibatkan teknik pengumpulan data melalui observasi seperti wawancara dan kuesioner.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang akan dijadikan objek penelitian melibatkan Desain Produk, Proses Desain, dan Keunggulan Bersaing, yang akan dioperasionalkan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam Tabel 3.2 dibawah ini:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Desain Produk (X1)	Desain produk merupakan tahap di mana gaya dan fungsi produk diformulasikan, menghasilkan produk yang menarik, mudah digunakan, aman, ekonomis, serta praktis dalam hal produksi dan distribusi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Model Terbaru 2. Warna 3. Variasi Desain 4. Mutu Kesesuaian 5. Daya Tahan 6. Daya Uji 7. Kemudahan Perbaikan 	<ul style="list-style-type: none"> - Beradaptasi dengan perkembangan terbaru - Kombinasi warna perlu memiliki dinamika, dan pilihan warna harus membedakan produk ini dari yang lain. - Agar konsumen tidak merasa bosan dengan desain yang terlalu monoton - Sesuai dengan keinginan pasar - Ketahanan jangka panjang - Populer di mata konsumen - Kemudahan dalam proses perbaikan 	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Desain Proses (X2)	Proses menseleksi input, aliran kerja dan metode untuk memproduksi barang dan jasa, seleksi input meliputi pemilihan sumber daya manusia, bahan mentah, alat yang masuk dalam proses operasi sejalan dengan strategi Perusahaan Sajodo Snack & Food dan kemampuan untuk mendapatkan sumber-sumber daya manusia.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan Produksi 2. Pengkajian kelayakan proses 3. Pengkajian kemampuan proses 4. Pengembangan peralatan proses 5. Rancangan proses 6. Evaluasi produk ulang 	<ul style="list-style-type: none"> - Perusahaan menentukan produk yang akan dibuat - Menilai keberlanjutan proses - Mengukur kapasitas produksi yang tersedia - Perusahaan memiliki peralatan yang diperlukan untuk proses produksi - Perusahaan merancang proses produksi sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan - Perusahaan melakukan penilaian produk sebelum diluncurkan ke pasaran 	Ordinal
Keunggulan Bersaing (Y)	Keunggulan bersaing adalah sebuah pola yang berkembang secara dinamis menuju keunggulan yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai keuntungan yang melebihi rata-rata di dalam industri yang sama.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keunggulan Operasional 2. Intimasi Pelanggan 3. Kepemimpinan produk 	<ul style="list-style-type: none"> - Keunggulan produk - Kemudahan pelayanan - Memenuhi kebutuhan konsumen - Melakukan inovasi produk lewat ragam produk - Melakukan inovasi pelayanan 	Ordinal

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup berbagai teknik sebagai berikut:

1. Pengumpulan data lapangan

Kuesioner : Melibatkan pengiriman daftar pertanyaan kepada konsumen untuk menilai aspek-aspek desain produk, desain proses, dan keunggulan bersaing. Responden diminta untuk memilih alternatif jawaban yang telah disediakan.

2. Jenis dan Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari lapangan dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada perusahaan Sajodo Snack & Food. Kuesioner ini bertujuan untuk menggali data mengenai aspek bahan baku, desain produk, dan desain proses yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan tersebut.

b. Sumber Data Sekunder

Merupakan informasi yang dihimpun dari pihak lain dan data tersebut digunakan oleh pihak tersebut untuk kepentingan mereka sendiri. Data sekunder ini merupakan data yang telah ada atau sudah tersedia, lalu diolah ulang untuk tujuan penelitian tertentu. Jenis data ini mencakup informasi sejarah dan kondisi perusahaan, literatur, artikel, serta karya ilmiah yang dianggap relevan dengan topik yang sedang diuji. Dengan

mengintegrasikan data sekunder ini,peneliti dapat memperoleh wawasan yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

3.2.3 Populasi dan Sampel

- Populasi

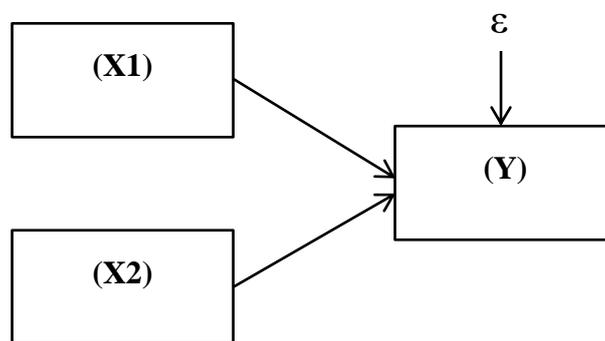
Menurut Sugiyono (2016: 80) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.” Populasi dalam penelitian ini adalah tim produksi CV Sajodo Karya Gemilang bagian seblak, bagian baso aci , bagian keju aroma, bagian basreng dan bagian packing dengan jumlah sebanyak 50 orang.

- Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016: 81), "Sampel merujuk pada sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut." Temuan yang diperoleh dari sampel ini dapat digeneralisasi ke seluruh populasi. Oleh karena itu, penting bahwa sampel ini benar-benar mencerminkan populasi secara keseluruhan. Dalam hal teknik pengambilan sampel, penelitian ini menerapkan metode sampling jenuh atau sensus, sesuai dengan pandangan Sugiyono (2016: 18). Sampling jenuh adalah metode pengambilan sampel di mana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak melebihi seratus orang, maka pendekatan sensus digunakan. Oleh karena itu, jumlah sampel yang diambil adalah seluruhnya 46 orang.

3.3 Model Penelitian

Desain produk dan desain proses menjadi faktor kunci bagi perusahaan untuk meningkatkan Keunggulan Bersaing. Oleh karena itu, guna memahami seluruh konsep ini secara lebih mendalam, sebuah model penelitian yang menggambarkan konteksnya digunakan seperti yang diperlihatkan dalam gambar berikut.



Gambar 3.3 Model Penelitian

Keterangan :

X1 = Desain Produk

X2 = Desain Proses

Y = Keunggulan Bersaing

ϵ = Faktor lain yang mempengaruhi Keunggulan Bersaing

3.4 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019:482), analisis data merupakan langkah sistematis dalam mengevaluasi dan menyusun data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti, uji, kuesioner, dan pengamatan terstruktur. Proses ini mencakup pengelompokan data ke dalam kategori atau pola khusus, pemilihan elemen yang

penting untuk pembelajaran, dan penyusunan kesimpulan yang dapat dipahami baik oleh peneliti maupun orang lain.

Data yang dihasilkan dari penelitian ini akan diolah dengan pendekatan statistik untuk mengevaluasi Desain Produk, Desain Proses, dan Keunggulan Bersaing pada tim produksi Sajodo Snack & Food.

Analisis Terhadap Kuesioner, Penilaian data untuk menentukan bobot jawaban dari peserta survei dilakukan melalui pemanfaatan Skala Likert pada jenis pertanyaan tertutup dengan tingkat skalanya yang normal. Rincian lebih lanjut tertera dalam Tabel berikut :

3.4.1 Uji Instrumen

Setelah memperoleh data yang diperlukan, informasi tersebut akan dikumpulkan, kemudian diikuti oleh langkah analisis dan interpretasi. Sebelum memulai proses analisis, penting untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner yang akan digunakan dalam pengumpulan data.

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2021: 175), pengujian validitas adalah suatu teknik untuk menilai sejauh mana data yang terkumpul mencerminkan kejadian yang sesungguhnya pada obyek penelitian. Dalam penelitian ini, validitas diukur menggunakan metode Pearson Correlation melalui perangkat lunak SPSS. Validitas kuesioner dianggap terpenuhi jika tingkat indikator instrumen kurang dari 0,05. Apabila nilai signifikansi melebihi 0,05, dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut tidak sesuai atau tidak valid. Uji validitas adalah suatu teknik

untuk mengukur sejauh mana data yang terkumpul sesuai dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek yang diteliti. Dalam penelitian, validitas dapat diukur dengan berbagai metode, salah satunya adalah dengan menggunakan korelasi Pearson. Metode ini digunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel. Jika kuesioner dianggap valid, maka tingkat indikator instrumen harus kurang dari 0,05. Artinya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut tidak sesuai atau tidak valid. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian memiliki tingkat validitas yang tinggi agar hasil penelitian dapat diandalkan dan akurat.

2. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2021:176) menyatakan bahwa instrumen yang reliabel adalah instrumen yang, jika digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan metode Alpha Cronbach.

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipakai atau dapat diandalkan. Atau menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Dengan menggunakan teknik belah dua untuk menghitung reliabilitas tersebut maka variabel yang ada pada kuesioner 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 :
$$r_{tot} = \frac{2(r_n)}{1+r_n}$$

(Singarimbun dan Efendi, 2011 : 144)

Keterangan :

r_{tot} = Angka reabilitas keseluruhan item

r_n = Angka koefisien belahan ganjil dan belahan genap Dari hasil perhitungan tersebut, maka kaidah keputusannya adalah :

Jika $r_{hitung} > r_{Tabel}$, maka pernyataan reliabel.

Jika $r_{hitung} < r_{Tabel}$, maka pernyataan gugur (tidak reliabel).

Untuk mempermudah perhitungan, uji reabilitas akan menggunakan program SPSS versi 25.0 for windows. Berdasarkan hasil uji reabilitas menunjukkan bahwa seluruh instrument penelitian reliable.

3.4.2 Analisis Pada Kuesioner

Salah satu cara untuk mengelola data adalah melalui penerapan analisis deskriptif, di mana data yang telah dikumpulkan akan diorganisir dan dipresentasikan dalam bentuk statistik seperti frekuensi, rata-rata, deviasi standar, dan peringkat. Ketika menilai bobot jawaban dari responden, metode Skala Likert digunakan untuk pertanyaan tertutup yang melibatkan tingkat kecenderungan dari positif hingga negatif.

Gambar 3.4
Formasi Nilai Skala Likert

SIKAP	NILAI POSITIF	NILAI NEGATIF
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2

Cukup Setuju (CS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap model regresi yang diterapkan bertujuan untuk menilai apakah model regresi tersebut memenuhi standar sebagai model yang baik atau tidak (Sugiyono, 2012:94).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi apakah data yang dimiliki mengikuti distribusi normal atau tidak. Sebuah model regresi dianggap baik jika distribusi datanya normal atau mendekati normal. Pengujian ini dapat dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, yang berguna untuk menilai tingkat kenormalan distribusi. Jika nilai Asymp. Sig dari suatu variabel terikat dan variabel bebas melebihi tingkat signifikansi sebesar 5%, maka variabel tersebut dianggap terdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai Asymp. Sig pada variabel tersebut kurang dari tingkat signifikansi 5%, maka variabel terikat dan variabel bebas dianggap tidak terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel-variabel independen dalam suatu model regresi saling terkait atau memiliki korelasi tinggi. Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menilai apakah terdapat korelasi di antara

variabel bebas dalam model regresi. Sebuah model regresi dianggap baik jika tidak terdapat korelasi di antara variabel bebas. Untuk menentukan keberadaan multikolinieritas dalam model regresi, dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF). Baik VIF maupun toleransi mengindikasikan sejauh mana suatu variabel bebas dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dengan kata lain, setiap variabel bebas dianggap sebagai variabel terikat dan dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Toleransi mengukur sejauh mana variabilitas variabel bebas yang dipilih tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Oleh karena itu, nilai toleransi rendah setara dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/\text{toleransi}$), menunjukkan adanya multikolinieritas yang tinggi. Sebagai patokan umum, nilai toleransi $\leq 0,10$ atau $VIF \geq 10$ sering digunakan untuk menunjukkan keberadaan multikolinieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan suatu pendekatan statistik yang digunakan untuk mengevaluasi apakah variabilitas dari kesalahan (residuals) dalam model regresi tidak tetap di semua tingkat nilai dari variabel independen. Jika varians residual tetap konstan dari satu observasi ke observasi lainnya, disebut homoskedastisitas, yang merupakan kondisi yang diharapkan dalam sebuah model. Sebaliknya, jika varians residual bervariasi dari satu observasi ke observasi lainnya, maka terjadi heteroskedastisitas. Untuk menentukan apakah heteroskedastisitas terjadi atau tidak dalam model regresi, peneliti menggunakan Uji Glejser.

4. Uji autokorelasi

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (Ghozali, 2018: 110). Model korelasi yang baik adalah jika tidak terjadi korelasi. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Masalah autokorelasi muncul akibat adanya observasi yang berurutan sepanjang waktu yang saling berkaitan. Maka dilakukan Uji Durbin Watson, yaitu untuk menguji apakah terjadi korelasi serial atau tidak dengan menghitung nilai di statistik. Jika nilai Durbin Watson diantara -2 sampai $+2$ berarti tidak ada autokorelasi (Ghozali, 2013).

5. Uji linearitas

Uji linieritas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linier tidaknya suatu distribusi nilai data hasil yang diperoleh, melalui uji linieritas akan menentukan Anareg yang digunakan. Apabila dari suatu hasil dikategorikan linier maka data penelitian diselesaikan dengan Anareg linear. Sebaiknya apabila data tidak linear maka diselesaikan dengan Anareg non linear. Untuk mendeteksi apakah model linear atau tidak dapat dilakukan dengan membandingkan nilai Signifikansi dengan taraf signifikan 5% yaitu:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka terdapat hubungan linear.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka tidak terdapat hubungan linear.

3.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam analisis regresi linier berganda, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, analisis tersebut juga memperlihatkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan sebagai variabel acak, menunjukkan bahwa variabel ini memiliki distribusi probabilitas. Sementara itu, variabel independen diasumsikan memiliki nilai yang tetap, dan dalam penelitian ini, digunakan lebih dari satu variabel (Ghozali, 2016:94).

3.4.4.1 Persamaan Regresi Linier Berganda

Model dalam analisis regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

a = konstanta

Y = Keunggulan Bersaing

b = Koefisien Regresi

X₁ = Desain Produk

X₂ = Desain Proses

3.4.4.2 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi (r^2). Kalau koefisien korelasi $-1 < r < +1$ maka koefisien determinasi tidak pernah negatif atau $0 < r^2 < 1$. Koefisien Determinasi juga dinyatakan dalam persen yang menginterpretasikan bahwa variasi variabel Y disebabkan r^2 % oleh perubahan

(variasi) variabel X (Ulum, 2018). Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

3.4.4.3 Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menguji kesesuaian model regresi linier berganda. Nilai F dapat dilihat dari *output* dengan menggunakan program SPSS. Analisis uji F dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kecocokan antara variabel bebas yang terdiri dari Desain Produk (X1) dan Desain Proses (X2) dalam memprediksi variabel dependen Keunggulan Bersaing (Y) Sajodo Snack & Food Kota Tasikmalaya. Hipotesis uji F yaitu sebagai berikut :

- 1) $H_0: S^2_{\text{regresi}} = S^2_{\text{residual}}$: Artinya Desain Produk (X1) dan *Desain Proses* (X2) tidak dapat digunakan untuk memprediksi *Keunggulan Bersaing* (Y) Sajodo Snack & Food Kota Tasikmalaya.
- 2) $H_a: S^2_{\text{regresi}} \neq S^2_{\text{residual}}$: Artinya *Desain Produk* (X1) dan *Desain Proses* (X2) dapat digunakan untuk memprediksi *Keunggulan Bersaing* (Y) Sajodo Snack & Food Kota Tasikmalaya.

Adapun kriteria pengujian dengan uji F adalah dengan membandingkan tingkat signifikan dari nilai ($F \alpha = 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika nilai sign $< 0,05$, maka model fit.
- Jika nilai sign $> 0,05$, maka model tidak fit.

3.4.4.4 Uji Signifikansi Koefisien Regresi (Uji t)

Uji t menunjukkan apakah ada pengaruh antara masing-masing variabel bebas Desain produk dan Desain Proses Terhadap Variabel terikat Keunggulan Bersaing. Hipotesis dari uji t yaitu sebagai berikut :

$H_{01} : \beta_1 = 0$ *Desain Produk* tidak berpengaruh terhadap *Keunggulan Bersaing* pada Sajodo Snack & Food Kota Tasikmalaya.

$H_{a1} : \beta_1 \neq 0$ *Desain Produk* berpengaruh terhadap *Keunggulan Bersaing* pada Sajodo Snack & Food Kota Tasikmalaya.

$H_{02} : \beta_2 = 0$ *Desain Proses* tidak berpengaruh terhadap *Keunggulan Bersaing* pada Sajodo Snack & Food Kota Tasikmalaya.

$H_{a2} : \beta_2 \neq 0$ *Desain Proses* berpengaruh terhadap *Keunggulan Bersaing* pada Sajodo Snack & Food Kota Tasikmalaya.

Adapun kriteria pengujian dengan uji F adalah dengan membandingkan tingkat signifikan dari nilai ($F \alpha = 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut :

- Uji Signifikansi t (sig) $< (\alpha=0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

- Uji Signifikansi t ($\text{sig} \geq (\alpha=0,05)$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.4.5 Penarikan Kesimpulan

Dari data tersebut akan dibuatkan kesimpulan hipotesis yang diusulkan diterima atau ditolak. Dalam analisisnya penelitian ini menggunakan SPSS 29 untuk hasil yang lebih akurat.