

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah lokasi, fasilitas fisik kualitas barang dan keunggulan bersaing pada karyawan yang datang ke perusahaan Deden Batik Tasikmalaya, dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Fasilitas Fisik dan Kualitas Barang Terhadap Keunggulan Bersaing”**

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Deden Supriyadi mulai mengenal kerajinan batik dari orang tuanya sejak kecil. Di bawah bendera usaha Asep Batik, orang tua Deden membuat aneka motif batik khas Tasikmalaya. Namun, Deden baru bersentuhan langsung dengan batik pertama kali sejak lulus Sekolah Menengah Atas (SMA) pada 1987. Saat itu, Deden diminta membantu memasarkan produksi batik. Kebetulan, saat itu orang tuanya sudah memiliki toko batik di Garut, Jawa Barat. “Nah, saya diminta untuk mengurus toko itu” kata Deden. Selama 13 tahun ia mengelola toko tersebut. Ketika bapaknya meninggal di tahun 2000, Deden kembali ke Tasik untuk mengurus usaha pembuatan batik yang telah dirintis orangtuanya sejak tahun 1945. Toko batik di Garutpun dijual, Imbas dari pembagian warisan orang tua.

Sepeninggalnya bapaknya, usaha pembuatan batik semakin meredup. Aset yang masih tersisa hanya dua buah peralatan batik sederhana, empat orang karyawan, serta uang tunai Rp 3 juta.

Dalam kondisi yang serba-terbatas itu, ia nekat membangun kembali usaha pembuatan batik tersebut, dengan bendera baru bernama Deden Batik yang notabene 100% milik sendiri. Untuk modal usaha, ia mendapat pinjaman dari seorang teman dengan sistem bagi hasil.

Dalam waktu singkat, Deden Batik sudah mampu mengiebarkan. Usahanya berkembang cukup pesat. Pesanan besar, pertama kali datang dari Pemda Garut yang meminta dibuatkan seragam batik bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) di daerah tersebut. Dari pesanan itu, Deden bahkan dapat membeli satu unit rumah.

Pada 2003, ia mencoba mengembangkan usahanya dengan memproduksi busana muslim. Untuk bahan pakaian, ia dapatkan dari seorang produsen tekstil dengan sistem pembayaran di belakang.

Saat itu, ia mendapat bahan pakaian dengan nilai barang mencapai Rp 300 juta. Deden lalu memasarkan busana muslim ke sejumlah pasar di daerah Tasikmalaya. Sekitar 100 pedagang pakaian bersedia bekerja sama dengannya untuk menjual produk tersebut. Kerja sama dengan pedagang itu memakai sistem kredit.

Berjalan dua tahun, usaha dalam bentuk kredit kepada pedagang berjalan lancar dan dapat menambah *omzet* Deden Batik hingga puluhan juta rupiah. Tapi, seiring berjalannya waktu, cicilan pembayaran dari para pedagang mulai tersendat. Pasalnya, mereka juga menawarkan sistem kredit kepada pembeli.

Dengan perkembangan pasar batik hingga saat ini *Alhamdulillah* jalannya perusahaan stabil serta semakin di kenal tidak saja di dalam tetapi ke luar daerah.

Dalam wilayah pemasaran, semakin berkembangnya bisnis batik tentunya membuat Deden Batik membuat strategi hingga berimbas memperluas daerah pemasaran seperti:

Dalam Negeri

1. Jawa Barat meliputi:
(Ciamis, Garut, Bandung, Sukabumi, Bogor, Tangerang, Bekasi, Depok dan lain-lain)
2. Semua wilayah Ibukota Jakarta
3. Sumatra meliputi (Padang, Palembang, Payakumbuh, Lokhsmauwe, Aceh dan lain-lain)
4. Kalimantan
5. Sulawesi meliputi (Kotamobago, Palu dan lain-lain)
6. Jawa Tengah
7. Jawa Timur
8. Bali

Luar Negeri

1. Malaysia
2. Singapura
3. Australia
4. Uni Emirat Arab
5. Arab Saudi
6. Belanda
7. Jepang

3.1.2 Visi, Misi dan Moto Deden Batik

1. Visi

Perusahaan batik yang peduli lingkungan

2. Misi

Mengelola potensi yang ada dan mengembangkan kompetensi korporasi dan keunggulan sumberdaya manusia untuk memberikan nilai tambah bagi *stakeholder* dan lingkungan.

3. Nilai

Visioner, integritas, kreatif, inovatif, professional, sadar lingkungan.

4. Makna

Mempersembahkan sebuah karya dengan kearifan lokal sebagai budaya, tradisi, dan inovasi yang kreatif sebagai anak bangsa.

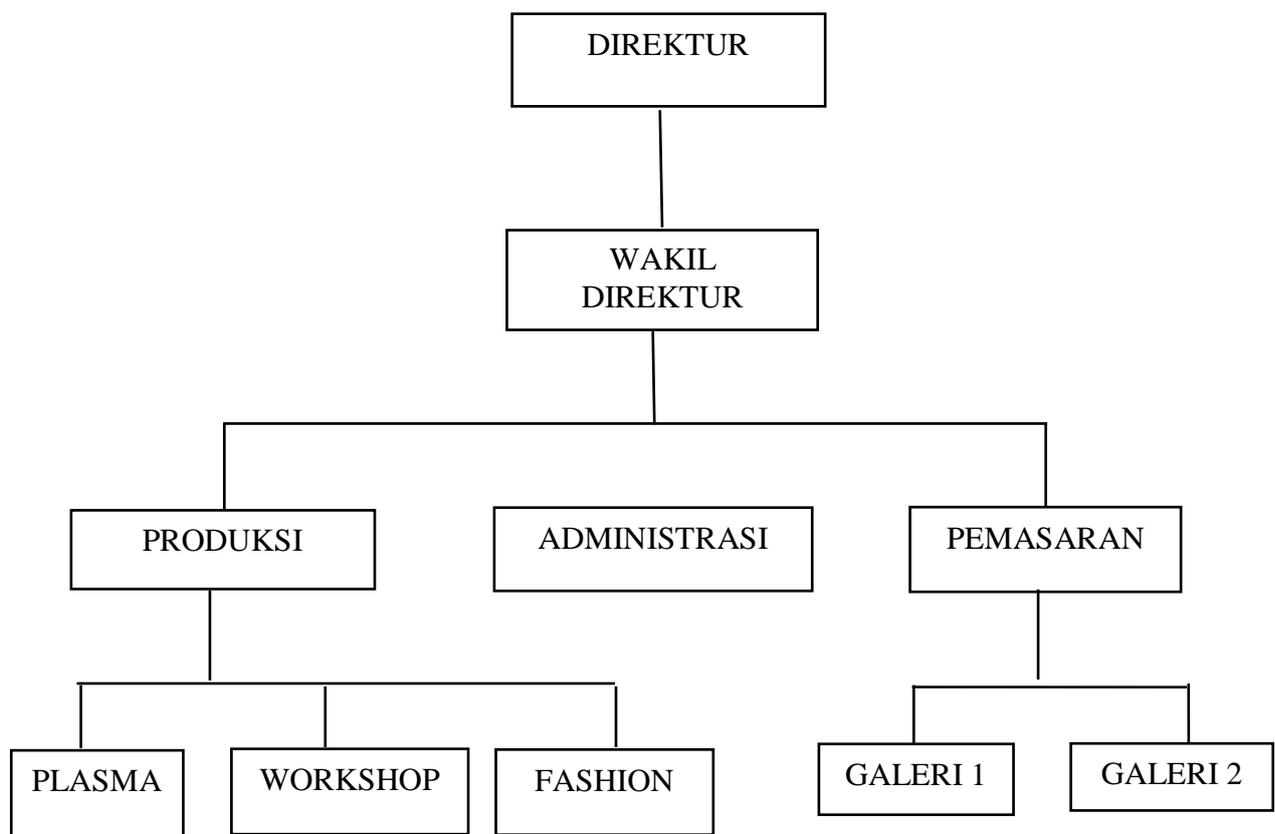
5. Komitmen

Kami berkomitmen mewujudkan visi, misi dan nilai-nilai kearifan lokal, budaya dan tradisi sebagai pondasi kesuksesan setiap saat.

3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan Deden Batik

Organisasi merupakan suatu kumpulan orang-orang yang kegiatannya harus dikoordinasikan, tersusun saling berhubungan dan saling tergantung, serta mempunyai tujuan yang hendak dicapai. Struktur atau bagian organisasi dalam pelaksanaannya harus dihubungkan dengan prosedur yang berlaku dalam organisasi yang bersangkutan. Karena itu organisasi bukanlah sekedar pembagian tugas, melainkan keseluruhan perangkat bersama fungsi-fungsi yang saling berhubungan satu sama lain.

Struktur organisasi pada perusahaan Deden Batik Tasikmalaya merupakan bentuk *line and staff*. Dapat dikatakan demikian karena satu sama lain terdapat hubungan organisasi yang merupakan garis yang berjalan dari puncak pimpinan sampai pada bawahan, sehingga karyawan mengetahui dari mana ia mendapat perintah dan kepada siapa dia harus bertanggung jawab.



Sumber: Perusahaan Deden Batik Tasikmalaya, 2019

Gambar 3.1
Struktur Organisasi Deden Batik Tasikmalaya

Mereka di bantu oleh beberapa karyawan di bawahnya dengan sub tugas masing-masing:

1. Produksi
 - a. *Workshop*
 - b. Pekerja/tukang Cap
 - c. Pekerja tulis batik
 - d. Pewarnaan
 - e. Pembersihan malam (Mandor godog)
 - f. Bag Gudang

2. *Fashion*
 - a. Penjahit/*Taylor*
 - b. Bordir

3. Plasma

Plasma adalah masyarakat sekitar yang mempunyai keahlian atau keterampilan batik tetapi minim modal, di suplai segala kebutuhannya dari bahan baku dan biaya oprasional oleh Deden Batik yang nantinya perhitungannya dengan barang/kain batik hasil produksi mereka, tentunya lewat MOU tersendiri. Plasma yang terdaftar sekitar 9.

4. Administrasi
 - a. Bag Umum
 - b. Teknologi Informatika
 - c. Bag. Keuangan
 - d. Pembukuan

5. Pemasaran
 - a. SPB/SPG
 - b. *Cassier*
 - c. Bag. Order
 - d. *Inventory*
 - e. *Driver*

3.1.4 Kegiatan Usaha Perusahaan Deden Batik

Sebagai warisan budaya, motif batik di Indonesia sangat kaya ragam. Hampir setiap daerah memiliki corak yang khas. Tak terkecuali Tasikmalaya yang memiliki batik khasnya sendiri. Sayangnya, batik Tasikmalaya kalah pamor dibandingkan dengan batik asal Pekalongan dan Solo. Padahal, keelokan batik tasikmalaya tak bisa dianggap sebelah mata.

Menyadari potensi tersebut, Deden Supriyadi terobsesi untuk memperkenalkan batik khas Tasikmalaya ke seluruh penjuru Nusantara. Upaya itu tidak sia-sia. Di bawah bendera usaha Deden Batik, ia sukses memperkenalkan batik khas Tasikmalaya hingga ke Jakarta, Surabaya, dan Samarinda.

Di daerahnya asalnya sendiri, merek Deden Batik termasuk legendaris. Keterampilan Deden membuat batik diwarisi dari kedua orang tua. Kini ia pun mempunyai dua unit galeri batik tasikmalaya.

Selain mengelola dua galeri, kini Deden juga memiliki pabrik batik di Tasikmalaya. Pabrik tersebut tidak menggunakan mesin dan beroperasi secara manual.

Deden juga tergolong pemain batik besar di Tasikmalaya. Hampir tiap hari, toko batiknya ramai dikunjungi pembeli. Selain pembeli lokal, banyak juga pembeli dari daerah lain. Berkat toko tersebut, pemasaran batiknya terus berjalan. "Setiap produsen batik seharusnya memiliki toko agar tidak putus pemasarannya jika permintaan luar kota sedang sepi," tutur Deden.

Batik buatan Deden digemari karena warna-warnanya mencolok seperti merah, biru, dan hijau merupakan warna khas dari batik tasikmalaya. Menurut Deden, ketiga warna cerah tersebut sejak lama menjadi ciri khas batik tasikmalaya. Saat ini, ia sudah membuat sekitar 10.000 motif batik yang beredar di pasar.

Dalam waktu singkat, Deden Batik sudah mampu mengibabrkan. Usahanya berkembang cukup pesat. Dan dengan pemasaran dalam maupun luar negeri.

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, karena data yang menjadi objek dalam penelitian ini merupakan data-data kuantitatif seperti lokasi, fasilitas fisik, kualitas barang dan keunggulan bersaing. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2013:13)

Menurut Anwar (2011:13), bahwa "Metode deskriptif adalah suatu metode yang berusaha menyimpulkan, menyajikan serta menganalisa data sehingga dapat

memberi gambaran yang cukup jelas mengenai objek yang diteliti dan menarik kesimpulan berdasarkan penelitian yang dilakukan”.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey explanatory* (Masri, 2002:46) yaitu suatu metode yang berguna untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

3.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2013:58), bahwa “Variabel merupakan atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain. Variabel juga merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu”.

3.2.1 Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. (Sugiyono, 2013:4).

Dalam kaitanya dengan masalah yang diteliti, maka yang menjadi variabel independen adalah:

- a. Lokasi (X_1)
- b. Fasilitas Fisik (X_2)
- c. Kualitas Barang (X_3)

2. Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, atau sering disebut juga variabel terikat.

Dimana variabel ini merupakan variabel yang di pengaruhi oleh variabel independen, atau sebagai variabel endogen. (Sugiyono, 2013:4)

Dalam kaitannya dengan masalah yang diteliti, maka yang menjadi variabel dependen adalah keunggulan bersaing.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Untuk lebih jelasnya, tabel operasionalisasi variabel penelitian dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel (1)	Definisi (2)	Indikator (3)	Ukuran (4)	Skala (5)
Lokasi (X ₁)	Lokasi merupakan akses untuk dilalui atau untuk dicapai menuju tempat tujuan	1. Letak dari pasar. 2. Letak sumber-sumber bahan. 3. Terdapatnya fasilitas pengangkutan 4. Supply buruh atau tenaga kerja yang tersedia. 5. Terdapatnya pembangkit listrik	1. Pembelian Bahan baku Mudah dijangkau. 2. Sumber bahan baku sangat mudah di akses 3. Banyaknya kendaraan untuk fasilitas pengangkutan. 4. Tenaga kerja sangat mudah untuk didapatkan 5. Fasilitas listrik sangat memadai	Ordinal

		6. Rencana masa depan	6. Akses yang mendukung jasa.
		7. Biaya dari tanah dan gedung	7. Biaya dari tanah dan gedung sesuai dengan modal kerja
		8. Kemungkinan apakah perluasan atau ekspansi.	8. Usaha sangat mudah untuk diperluas
Fasilitas Fisik (X2)	Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama berada di tempat	<p>1. Mesin dan peralatan</p> <p>2. Prasarana</p> <p>3. Perlengkapan kantor</p> <p>4. Ruangan kesehatan</p> <p>5. Bangunan</p> <p>6. Alat transportasi.</p>	<p>1. Mesin dalam proses produksi sangat mendukung</p> <p>2. Prasarana kerja sangat memadai</p> <p>3. Perlengkapan berfungsi sebagai sarana pelindung</p> <p>4. Terdapat ruang kesehatan apabila terjadi kecelakaan</p> <p>5. Bangunan mampu mencukupi kapasitas produksi</p> <p>6. Tersedia Alat transportasi penunjang produksi</p>

Kualitas Barang (X3)	Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja (<i>Performance</i>) 2. Daya Tahan (<i>Durability</i>) 3. Kesesuaian (<i>Conformance of sfesification</i>) 4. Fitur (<i>Feature</i>) 5. Reliabilitas (<i>Reliability</i>) 6. Estetika (<i>Aesthetics</i>) 7. Kesan Kualitas (<i>Perceveid quality</i>) 8. <i>Servicebility</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manfaat Penggunaan Produk 2. Ketahanan Produk 3. Spesifikasi Produk 4. Fungsi Produk 5. Keandalan Produk 6. Tampilan Produk 7. Kualitas yang Dirasakan 8. Keramahan Layanan. 	Ordinal
Keunggulan Bersaing (Y)	Keunggulan bersaing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau negara untuk menjual dan memasok barang dan atau jasa yang diberikan dalam pasar.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimensi kualitas 2. Dimensi biaya 3. Dimensi kecepatan menyerahkan 4. Dimensi keandalan dan fleksibilitas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat Kualitas - Efisiensi Produk - Persaingan Kecepatan Produk - Waktu Penyerahan Produk. 	Ordinal

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2013:115) adalah : “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi tak terhingga yaitu populasi yang tidak dibatasi oleh sumber data kuantitatif, oleh karena itu besarannya tidak terhingga (Burhan Bungin, 2009:99).

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono 2011:180).

Adapun menjadi populasi dalam penelitian ini adalah karyawan perusahaan Deden Batik Tasikmalaya selama 1 bulan rata-rata populasi yang diambil adalah sebanyak 250 orang yaitu karyawan tidak tetap atau *freelance*.

3.2.1 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2013:116) adalah : “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel”. Rumus Slovin adalah sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti.

Rumus slovin ini biasa digunakan dalam penelitian survey dimana biasanya jumlah sampel besar sekali, sehingga diperlukan sebuah formula untuk mendapatkan sampel yang sedikit tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi.

(Sugiyono, 2013:67). Populasi: (N) = 250 orang dengan asumsi tingkat kesalahan (e) = 10% maka jumlah sampel (n) adalah:

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

$$n = \frac{N}{(1 + (N \times (\text{kesalahan})^2))} = \frac{250}{(1 + (250 \times (0,1)^2))}$$

n = 71,42 Dibulatkan 72

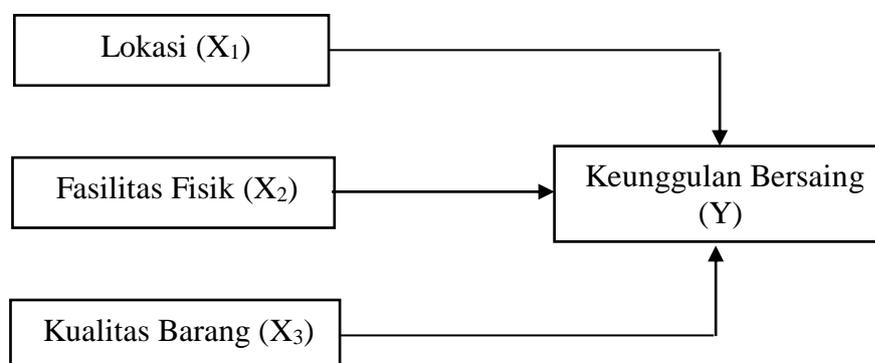
Apabila dibulatkan, dari populasi sebanyak 250 orang dengan *margin of error* 10%, ukuran sampel yang diambil adalah sebesar 72 orang yang merupakan Karyawan tetap maupun tidak tetap Deden Batik Tasikmalaya.

3.4 Model Penelitian

Menurut Sugiyono (2013: 8), bahwa:

“Model Penelitian merupakan pola pikir yang menghubungkan antar variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis atau jenis dan jumlah hipotesis dan teknik analisis statistik yang digunakan. Sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh Lokasi, Fasilitas Fisik dan Kualitas Barang Terhadap Keunggulan Bersaing”.

Maka model penelitiannya adalah:



Gambar 3.1
Model Penelitian

3.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2009:137):

1. Data primer

Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Sugiyono, 2009:137). Data yang diperoleh dari lapangan dari Karyawan Deden Batik Kota Tasikmalaya.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2009:137).

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Wawancara

Yaitu pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara pembicaraan langsung dengan sumber data dalam hal ini dengan karyawan

Deden Batik Kota Tasikmalaya melalui wawancara tidak terstruktur. (Singarimbun dan Effendi, 2008:84).

4 Kuesioner

Yaitu pengumpulan data primer berhubungan dengan Lokasi, Fasilitas fisik, kualitas barang dan keunggulan bersaing yaitu dengan cara memberikan beberapa pertanyaan secara tertulis dan terstruktur kepada karyawan Deden Batik Kota Tasikmalaya. (Singarimbun dan Effendi, 2008:84).

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Alat Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akan dianalisis atas kedua variabel tersebut dalam penelitian ini akan digunakan daftar pernyataan, dari setiap pernyataan yang dimiliki pilihan jawaban responden, bentuk jawaban bernotasi / huruf SS, S, TAP, TS, dan STS dengan penilaian skor 5-4-3-2-1 untuk pernyataan positif dan 1-2-3-4-5 untuk pernyataan negatif.

Skor tersebut didasarkan skala ordinal dengan pernyataan terstruktur sehingga akan mendekati harapan jawaban akan semakin tinggi nilai skor (Sofian Masri 2008:111). Adapun lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.2
Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Positif

Nilai	Notasi	Predikat
5	SS	Sangat Setuju
4	S	Setuju
3	TAP	Tidak Ada Pendapat
2	TS	Tidak Setuju
1	STS	Sangat Tidak Setuju

Dalam penelitian ini dilakukan dua pengujian yaitu uji validitas dan uji reabilitas, yaitu sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Suliyanto, 2009:47). Pengujian validitas ini dilakukan terhadap butir-butir pertanyaan (kuesioner) dengan melihat nilai mean dan standar deviasinya menggunakan SPSS dengan membandingkan r hitung dengan r tabel, r hitung $>$ r tabel berarti valid.

2. Uji Reabilitas

Setelah dilakukan pengujian validitas data, kemudian dilanjutkan dengan pengujian reliabilitas data. Pengujian ini dilakukan untuk menganalisa data/instrumen penelitian, berupa butir-butir pernyataan (kuesioner), apakah reliabel atau tidak reliabel. Metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas data ini menggunakan *Cronbach Alpha* $>$ r tabel.

3.7.2 Analisis Deskriptif

Untuk kelengkapan analisis maka dilakukan skala pengukuran dengan presentase dan *skorsing*, dengan menggunakan rumus Sugiyono (2007:152) sebagai berikut:

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

Keterangan:

X = Jumlah persentase jawaban

F = Jumlah jawaban frekuensi

N = Jumlah responden

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

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pertanyaan}}$$

Keterangan:

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

3.7.3 Metode *Successive Interval*

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang didapat masih dalam bentuk skala ordinal. Nilai jawaban responden diubah skalanya dari ordinal menjadi skala pengukuran interval dengan menggunakan metode *successive Interval*. (Harun Al-Rasyid, 2005:131). Proses perhitungan menggunakan bantuan program *Microsoft Excel versi 2013*. Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menentukan frekuensi tiap responden berdasarkan skor dari 1-5
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Frekuensi responden dibagi dengan keseluruhan responden (Proporsi)
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tetukan nilai Z.
6. Menentukan nilai Skala (scale value/SV)

$$SV = \frac{\text{Density Of Lower Limit} - \text{Density Of Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

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

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1 [SVmin]$$

3.7.4 Analisis Statistik

Teknik analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi berganda, Koefisien korelasi ganda, koefisien determinasi, uji F dan uji t melalui perhitungan manual. Rumus regresi memerlukan data minimal skala interval, sebelum pada analisis regresi dilakukan, penulis harus melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu menggunakan *SPSS 21.0*, untuk menentukan apakah data yang diteliti mengandung penyimpangan asumsi klasik atau tidak, dengan analisis statistik sebagai berikut:

1. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. (Sugiyono, 2013:75). Bila nilai signifikan $< 0,05$ berarti distribusi data tidak normal, sebaliknya bila nilai signifikan $> 0,05$ berarti distribusi data normal.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi Menurut (Imam Ghozali, 2013:29), uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Dengan menggunakan program *SPSS*, deteksi adanya problem autokorelasi adalah dengan melihat besaran *Durbin-Watson*,

yaitu panduan mengenai angka D-W (*Durbin-Watson*) pada table D-X. Menurut (Duwi Priyatno, 2014:106) *Durbin Watson* dapat diambil patokan sebagai berikut:

- Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
- Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif

Autokorelasi bisa diatasi dengan berbagai cara, misalnya dengan melakukan transformasi data dan menambah data observasi.

c. Uji Multikolinearitas

Menurut (Imam Ghozali, 2013:105) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independennya. Selanjutnya dijelaskan bahwa deteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*, dengan ketentuan sebagai berikut: Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidak adanya hubungan *linier* diantara *variable independen* dalam model regresi.

Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap variabel independen lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Bila didapat multikolinearitas maka nilai t bagi koefisien variabel akan menjadi kecil. Menurut Duwi Priyatno (2010:83) kriteria VIF sebagai berikut:

Jika nilai VIF > 5 multikolinearitas

Jika nilai VIF < 5 tidak multikolinearitas

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Dwi Priyatno, 2010:83). Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians dari residual pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

Jika signifikansi korelasi $< 0,05$ maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas dan jika lebih dari $> 0,05$ maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Adapun kriteria yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas dengan Uji Park adalah sebagai berikut:

- 1) Jika variabel independen secara statistik signifikan terhadap variabel dependen nilai absolut, maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika variabel independen secara statistik tidak signifikan terhadap variabel dependen nilai absolut, maka terjadi homoskedastisitas.

2. Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda karena data yang digunakan merupakan data absolut dan peneliti hanya ingin mengetahui pengaruh Lokasi, Fasilitas Fisik Dan Kualitas Barang Terhadap Keunggulan Bersaing tanpa mengetahui hubungan antar variabel X.

Adapun langkah-langkah pengujian regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

a. Persamaan Regresi Linier Berganda

Berdasarkan uraian di atas, model persamaan regresi linier berganda, adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan:

$b_1 X_1$ = Koefisien Regresi Lokasi

$b_2 X_2$ = Koefisien Regresi Fasilitas Fisik

$b_3 X_3$ = Koefisien Regresi Kualitas Barang

α = Konstanta

b. Koefisien Korelasi Ganda

Korelasi sederhana merupakan suatu teknik statistika yang dipergunakan untuk mengukur kekuatan hubungan dua variabel dan juga untuk dapat mengetahui bentuk hubungan antara dua variabel tersebut dengan hasil yang sifatnya kuantitatif. Untuk menghitung analisis koefisien korelasi sederhana, maka rumus yang digunakan adalah Koefisien Korelasi *Pearson Product Moment*. Korelasi *Product Moment* digunakan untuk mengetahui korelasi antara variabel X dengan variabel Y (Sugiono, 2013:231).

Untuk mengetahui tingkat hubungan koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel Interpretasi sebagai berikut:

Tabel 3.3
Interprestasi Koefisien Korelasi

Intervan Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sumber : Sugiono (2013:231)

c. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ini berkisar antara 0 dan 1, semakin besar nilai koefisien determinasi, maka kemampuan variabel - variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya semakin besar, dengan rumus sebagai berikut (Imam Ghozali, 2010:87):

Koefisien Determinasi : $r^2 \times 100\%$

Koefisien non Determinasi : $(1 - r^2) \times 100\%$

Koefisien non determinasi artinya variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini atau variabel yang tidak menjadi objek penelitian.

Dimana r merupakan koefisien korelasi Sugiyono (2013:231).

Dengan kriteria:

$r^2 = 1$, berarti terdapat kesamaan sempurna dan seluruh variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya.

$r^2 = 0$, berarti tidak ada variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya dan tidak ada hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebasnya.

d. Uji Simultan (F-test)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Menurut Sugiyono (2017:192) uji F digunakan untuk menguji variabel – variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat . Selain itu dengan uji F ini dapat diketahui pula apakah model regresi linier yang digunakan sudah tepat atau belum.

Kriteria pengujian:

Jika signifikansi $F > (\alpha = 0,05)$, maka H_0 diterima H_a ditolak

Jika signifikansi $F < (\alpha = 0,05)$, maka H_0 ditolak H_a diterima.

$H_0 : \rho = 0$ Secara simultan Lokasi, Fasilitas Fisik dan Kualitas Barang tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing.

$H_a : \rho \neq 0$ Secara simultan Lokasi, Fasilitas Fisik dan Kualitas Barang berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing.

e. Uji Parsial (t-test)

T test disebut juga dengan istilah *one sample t test* atau uji t satu sampel oleh karena uji t di sini menggunakan satu sampel (Sugiono, 2013:96).

$H_{01} : \rho = 0$ Secara parsial Lokasi tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing.

$H_a : \rho \neq 0$ Secara parsial Lokasi berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing.

- $H_{02} : \rho = 0$ Secara parsial Fasilitas Fisik tidak signifikan terhadap Keunggulan Bersaing
- $H_a : \rho \neq 0$ Secara parsial Fasilitas Fisik berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing.
- $H_{03} : \rho = 0$ Secara parsial Kualitas Barang tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing.
- $H_a : \rho \neq 0$ Secara parsial Kualitas Barang berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing.

Kriteria pengujian:

Jika signifikansi $t > (\alpha = 0,05)$, maka H_0 diterima H_a ditolak

Jika signifikansi $t < (\alpha = 0,05)$, maka H_0 ditolak H_a diterima.

f. Kesimpulan

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 95% ($\alpha = 0,05$) yang merupakan tingkat signifikansi. Hasil analisis tersebut akan ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang ditetapkan dapat diterima atau ditolak.