**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

1. **Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menguji pengaruh antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kinerja Pemasaran. Sedangkan variabel dependennya adalah Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan. Metode pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif survei, yaitu penelitian survei yang memiliki sifat pemairan dan umumnya digunakan untuk menarik kesimpulan terhadap populasi sehingga menggunakan hipotesis dan alat statistik dalam analisis data (Bungin, 2017:53).

1. **Lokasi Dan waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada senta industri shuttlecock di Kabupaten Sukoharjo dan dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan Agustus 2021.

1. **Objek Penelitian**

Objek dari penelitian ini adalah pengrajin industri shuttlecock di Kabupaten Sukoharjo.

1. **Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari responden dengan tujuan untuk mengontrol tentang kualitas data, peneliti dapat mengatasi kesenjangan waktu antara saat data dibutuhkan dengan ketersediaan data tersebut. Untuk memperoleh data, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner yang disampaikan langsung oleh peneliti kepada responden.

1. **Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2019:135), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah 37 pelaku industri shuttlecock, data diambil dari Badan Pusat Statistik desa Gadingan. Sedangkan sampel yang diambil sama dengan populasi yaitu 37 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode sensus, yaitu  teknik penentuan sampel bila semua anggota populsi digunakan sebagai sampel.

1. **Definisi Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah suatu kegiatan mempunyai variasi tertentu ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik didalam penelitian ini, yaitu:

Tabel II. 1

Definisi Operasional variabel

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Variabel | Definisi Variabel | Indikator | Kisi-kisi kuesioner |
| 1 | Kinerja Pemasaran (Y) | Kinerja Pemasaran merupakan ukuran prestasi yang diperoleh dari aktifitas proses pemasaran secara menyeluruh dari sebuah perusahaan atau organisasi. | 1. Pertumbuhan penjualan
2. Pertumbuhan profit
3. Pertumbuhan Pelanggan

(Sulaeman, 2018) | 1. Target penjualan selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya.
	1. Omset perusahaan dalam satu tahun ini selalu mengalami peningkatan, setelah melakukan pengembangan produk.
	2. Pertumbuhan penjualan meningkat secara berkala dengan pelaksanaan pengembangan produk.
	3. Perusahaan saya mengalami peningkatan penjualan bila dibanding dengan tahun sebelumnya.
	4. Saya senantiasa memperluas daerah pemasaran untuk produk yang saya hasilkan.
	5. Saya melakukan pengembangan produk untuk daerah pemasaran.
	6. Dengan memperluas pasar laba yang saya peroleh semakin meningkat.
 |
| 2 | Keunggulan Bersaing (X2) | Keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi.  | 1. Keunikan produk
2. Harga bersaing
3. Produk tidak mudah ditiru

(Manambing, Mandey dan Tielung, 2018) | 1. Produk saya memiliki image eksklusif.
2. Produk yang saya buat memiliki ciri khas tersendiri(corak/motif/bentuk).
3. Saya menetapkan harga produk sesuai harga pasar.
4. Saya menetapkan harga berdasarkan kualitas produk.
5. Produk saya memiliki rancangan yang lebih baik dibanding produk pesaing.
 |
| 3 | Orientasi Pasar (X2) | Orientasi Pasar adalah sebuah budaya perusahaan yang berdimensi orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar fungsi. | 1. Orientasi pelanggan
2. Orientasi pesaing
3. Koordinasi Interfungsional

(Lapian, Massie dan Ogi, 2016) | * + - 1. Ketika saya mengetahui bahwa konsumen menginginkan saya memodifikasi produk, saya berusaha melakukannya.
			2. Saya secara periodik mengkaji ulang usaha-usaha pengembangan produk untuk menjamin bahwa produk saya sesuai dengan keinginan konsumen.
			3. Saya mengumpulkan informasi mengenai selera konsumen melalui patner dagang.
			4. Saya selalu mengawasi langkah-langkah dan aktifitas yang dilakukan oleh pesaing.
			5. Saya selalu berkomunikasi dengan karyawan agar menghasilkan produksi yang berkualitas baik.
 |
| 4 | Orientasi Kewirausahaan (X3) | Orientasi Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. | 1. Kemampuan berinovasi
2. Berani mengambil resiko
3. Proaktif

( Haji, Arifin dan M. Khairul, 2017) | 1. Kemasan produk saya semakin menarik.
2. Saya selalu mengembangkan produk dengan ide-ide baru.
3. Saya terus berusaha memperluas pasar dan memperbanyak produksi.
4. Saya selalu berani mengambil resiko dalam pemasaran produk.
5. Saya selalu memiliki semangat dalam mengembangkan usaha untuk masa depan.
 |

1. **Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2019:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mengumpulkan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik-teknik pengumpulan data berikut:

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh responden.

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara membagikan daftar pertanyaan kepada responden untuk mengetahui tanggapan responden tentang variabel yang diteliti. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala Likert jenjang lima dengan alternatif jawaban sebagai berikut (Prasetyo, 2016:37) :

Sangat Setuju (SS) : skor 5

Setuju (S) : skor 4

Netral (N) : skor 3

Tidak Setuju (TS) : skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS) : skor 1

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik mengumpulkan data dengan melalukan tanya jawab langsung terhadap responden untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan peneliti.

1. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan.

1. **Uji Instrumen**

Dalam menguji data dengan menggunakan daftar pernyataan atau pertanyaan, maka digunakan alat analisis yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Pertanyaan atau pernyataan yang berupa kuesioner diberikan kepada responden untuk diisi sesuai variabel yang digunakan, apakah layak atau belum untuk dijadikan data penelitian. Adapun uji validitas dan reliabilitas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Dalam analisis data ini akan dilakukan penggabungan dari setiap item pertanyaan yang diajukan kepada seluruh industri shuttlecock skala kecil dan menengah di Kabupaten sukoharjo lalu pertanyaan tersebut disatukan dalam satu tabel kemudian dilakukan uji pendahuluan yaitu uji validitas.

Menurut Sudarmanto (2013:56) uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat. Apabila instrumen tersebut mampu untuk mengukur apa yang diukur, maka disebut valid dan sebaliknya, apabila tidak mampu untuk mengukur apa yang diukur, maka dinyatakan tidak valid.

Alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian validitas suatu kuesioner adalah angka hasil korelasi antara skor pertanyaan dan skor keseluruhan pernyataan responden terhadap informasi dalam kuesioner. Untuk menguji validitas setiap butir skor maka skor-skor yang dihasilkan dari kuesioner dikorelasikan dengan skor total. Skor butir dipandang sebagai nilai X dan skor total dipandang sebagai nilai Y. dengan diperolehnya nilai indeks validitas setiap butir dapat diketahui dengan pasti butir-butir mana yang tidak memenuhi syarat ditinjau dari validitasnya. Adapun dalam penelitian ini skor yang dihasilkan dari variabel bebas dan variabel terikat.

Keputusan mengenai valid tidaknya setiap butir pertanyaan adalah dengan membandingkan antara nilai r hitung yang diperoleh dari hasil perhitungan dengan nilai r tabel (pada tingkat keyakinan 95 % dan n = 20). Ketentuannya adalah sebagai berikut:

 r hitung < r tabel (tidak valid)

 r hitung > r tabel (valid)

Validitas diuji dengan analisa butir dengan rumus korelasi product mement dari Pearson yaitu :



(Arikunto, 2019: 75)

Keterangan :

Rxy : koefisien validitas

x : skor pernyataan tiap nomor

y : skor total

N : jumlah responden

Menurut Ghozali (2015:166), apabila tampilan output SPSS terlihat bahwa korelasi antar masing - masing indikator terhadap total skor konstruk menunjukan nilai Signifikansi < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa masing - masing indikator pertanyaan adalah valid.

1) Validitas Instrumen Keunggulan Bersaing (X1)

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner dari 20 responden, maka kita akan menentukan besarnya r-tabel terlebih dahulu. Rumus r-tabel df = N-2 dengan taraf signifikan 0,05. Jadi kita dapat menentukan besarnya nilai r-tabel untuk 20 – 2 = 18 adalah 0,468. Berikut tabel hasil uji validitas :

Tabel III.1

Uji Validitas Keunggulan Bersaing (X1)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Butir Pernyataan | r-hitung | r-tabel | Keterangan |
| X1.1 | 0,672 | 0,468 | Valid |
| X1.2 | 0,621 | 0,468 | Valid |
| X1.3 | 0,630 | 0,468 | Valid |
| X1.4 | 0,740 | 0,468 | Valid |
| X1.5 | 0,644 | 0,468 | Valid |

 Sumber: Data yang diolah, Desember 2021

Dari hasil uji validitas, karena nilai r-hitung > r-tabel, maka instrumen dinyatakan Valid.

 2) Validitas Instrumen Orientasi Pasar (X2)

Tabel III.2

Uji Validitas Orientasi Pasar (X2)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Butir Pernyataan | r-hitung | r-tabel | Keterangan |
| X2.1 | 0,618 | 0,468 | Valid |
| X2.2 | 0,623 | 0,468 | Valid |
| X2.3 | 0,823 | 0,468 | Valid |
| X2.4 | 0,497 | 0,468 | Valid |
| X2.5 | 0,623 | 0,468 | Valid |

Sumber: Data yang diolah, Desember 2021

Dari hasil uji validitas, karena nilai r-hitung > r-tabel, maka instrumen dinyatakan Valid.

 3) Validitas Instrumen Orientasi Kewirausahaan (X3)

Tabel III.3

Uji Validitas Orientasi Kewirausahaan (X3)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Butir Pernyataan | r-hitung | r-tabel | Keterangan |
| X3.1 | 0,522 | 0,468 | Valid |
| X3.2 | 0,814 | 0,468 | Valid |
| X3.3 | 0,604 | 0,468 | Valid |
| X3.4 | 0,604 | 0,468 | Valid |
| X3.5 | 0,785 | 0,468 | Valid |

 Sumber: Data yang diolah, Desember 2021

Dari hasil uji validitas, karena nilai r-hitung > r-tabel, maka instrumen dinyatakan Valid.

 4) Validitas Instrumen Kinerja Pemasaran (Y)

Tabel III.4

Uji Validitas Kinerja Pemasaran (Y)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Butir Pernyataan | r-hitung | r-tabel | Keterangan |
| Y.1 | 0,542 | 0,468 | Valid |
| Y.2 | 0,647 | 0,468 | Valid |
| Y.3 | 0,705 | 0,468 | Valid |
| Y.4 | 0,538 | 0,468 | Valid |
| Y.5 | 0,756 | 0,468 | Valid |
| Y.6 | 0,658 | 0,468 | Valid |
| Y.7 | 0,638 | 0,468 | Valid |

 Sumber: Data yang diolah, Desember 2021

Dari hasil uji validitas, karena nilai r-hitung > r-tabel, maka instrumen dinyatakan Valid.

1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya untuk mengetahui apakah instrument dapat dipergunakan lebih lanjut atau tidak, maka kuesioner terlebih dahulu diuji cobakan untuk mengetahui tingkat kehandalannya. Bila alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama hasil yang diperoleh konsisten, alat ukur tersebut dapat dikatakan reliable. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Product Moment dari Pearson. Dimana nilai dikatakan reliabel apabila rtabel < r hitung.

Reliabilitas diuji dengan rumus Alpha yaitu :



(Priyatno, 2010: 98)

Keterangan :

rll = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

 = jumlah varians butir

 = varians total

Menurut Riyanto (2017:148) bila nilai *Cronbah’s Alpha* lebih ≥ konstanta (0,6), maka pernyataan reliabel. Bila nilai *Cronbah’s Alpha* < konstanta (0,6), maka pertanyaan tidak reliabel. Pendapat tersebut didukung Ghozali (2015:12) yang menyatakan suatu konstruk dikatakan reliable jika memberikan nilai *Alpha Cronbach* > 0.6.

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (á), apabila Cronbach Alpha > 0,60 maka butir pernyataan instrumen dinyatakan reliabel. Berikut tabel reliabilitas yang telah direkap :

Tabel III.5

Uji Reliabilitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Cronbach Alpha | Batas Minimal | Keterangan |
| Keunggulan Bersaing | 0,672 | 0,6 | Reliabel |
| Orientasi Pasar | 0,649 | 0,6 | Reliabel |
| Kewirausahaan | 0,687 | 0,6 | Reliabel |
| Kinerja Pemasaran | 0,758 | 0,6 | Reliabel |

 Sumber: Data yang diolah, Desember 2021

Karena nilai Cronbach Alpha (á), apabila Cronbach Alpha > 0,60 maka butir pernyataan instrumen dinyatakan reliabel.

1. **Teknik Analisis Data**
2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji pendahuluan yang dilakukan peneliti sebelum menggunakan model regresi. Uji asumsi klasik bertujuan untuk menguji model regresi cocok atau tidak diterapkan dalam suatu data. Metode regresi linier berganda dapat disebut baik jika model tersebut memenuhi normalitas data dan terbebas dari asumsi-asumsi klasik statistik multikolinearitas dan heterokedastisitas (Ghozali, 2015: 109). Pada penelitian ini, uji asumsi klasik untuk menguji variabel Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dalam Kinerja Pemasaran Industri Shuttlecock. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas, keduanya memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2015:147). Mengetahui data digunakan dalam model berdistribusi normal dapat dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-smirnov*. Jika nilai *Kolmogorov-smirnov* lebih besar dari α = 0.05, maka data normal (Ghozali, 2015:152).

Deteksi normalitas dapat diketahui dengan melihat sebaran data pada sumbu diagonal pada suatu grafik. Dasar dalam pengambilan keputusan uji normalitas (Ghozali, 2015:163) adalah apabila data tersebut menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Apabila data tersebut menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. (Ghozali, 2015: 91) multikolinieritas dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance < 0,1 atau sama dengan nilai VIF > 10. Ghozali (2015:92).

Pengambilan keputusan dalam menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas yaitu dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF > 10 atau jika nilai *tolerance* < 0,1 maka ada multikolinearitas dalam model regresi.
2. Jika nilai VIF < 10 atau jika nilai *tolerance* > 0,1 maka tidak ada multikolinearitas dalam model regresi.
3. Uji heteroskedastisitas

Ghozali (2015:105) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji grafik yaitu membandingkan sebaran antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya, output pendeteksinya berupa sebaran data pada *Scatterplot*. Apabila titik- titiknya menyebar diatas dan dibawah angka nol dan tidak membentuk pola tertentu maka model regresi bebas dari masalah heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat juga dilihat dengan menggunakan uji Glejser. Model ini dilakukan dengan meregresikan nilai *absolute residual* dengan variabel bebas. Apabila nilai sig. > *alpha,* maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika nilai sig. < *alpha*, maka terjadi heteroskedastisitas.

1. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan mengetahui pola variabel terikat dapat diprediksikan melalui variabel bebas. Pada regresi linear berganda bertujuan untuk menduga besarnya koefisien regresi dan menunjukkan besarnya pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2015:86). Model persamaan regresi yang digunakan ialah sebagai berikkut:

Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + e (Ghozali, 2015:86)

Keterangan:

Y : Variabel Kinerja Pemasaran

X1 : Variabel Keunggulan Bersaing

X2 : Variabel Orientasi Pasar

X3 : Variabel Orientasi Kewirausahaan

a : Konstanta

b1, b2, b3: Koefisien korelasi

e : *eror term*

1. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Pada penelitian ini uji hipotesis yang digunakan adalah:

* 1. Uji F

Uji F adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersamasama terhadap variabel terikat. Apabila hasil dari uji F memiliki angka sig < 0,05 menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2015:303). Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

* + 1. Menentukan formulasi Ho dan Ha

Jika H0 : b1 = b2 = b3 = b4 = 0; Berarti tidak ada pengaruh secara simultan Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran industri Shuttlecock di Kabupaten Sukoharjo. Jika Ha : b1 ≠ b2 ≠ b3 ≠ b4 ≠ 0; Berarti ada pengaruh secara simultan Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran industri Shuttlecock di Kabupaten Sukoharjo.

* + 1. Menentukan *level of significance*

Dipilih alpha (α) sebesar 0,05 atau 5%.

* + 1. *Rule of the test*

Ho diterim: Fhit ≤ Ftabel (α, k-1, n-k)

Ho ditolak: Fhit ≥ Ftabel (α, k-1, n-k)

F;k – 1; (n – k)

**Daerah ditolak**

**Daerah diterima**

* + 1. Keputusan

H0 diterima, berarti tidak ada pengaruh Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan terhadap kinerja pemasaran industri Shuttlecock di Kabupaten Sukoharjo.

H0 ditolak, berarti ada pengaruh Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan terhadap kinerja pemasaran industri Shuttlecock di Kabupaten Sukoharjo.

* + 1. Keputusan

 F hitung > F tabel, maka Ho ditolak, artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh variabel Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan terhadap kinerja pemasaran industri Shuttlecock di Kabupaten Sukoharjo.

 F hitung < F tabel, maka Ho diterima, artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh variabel Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan terhadap kinerja pemasaran industri Shuttlecock di Kabupaten Sukoharjo.

* 1. Uji t

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran industri Shuttlecock di Kabupaten Sukoharjo. (Ghozali, 2015:304). Langkah pengujiannya sebagai berikut:

1) Menyusun Formulasi H0 dan Ha

Jika H0 : b = 0, artinya variabel independen tidak ada pengaruh Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan terhadap kinerja pemasaran industri Shuttlecock di Kabupaten Sukoharjo.

Jika Ha : b ≠ 0, artinya variabel independen ada pengaruh Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan terhadap kinerja pemasaran industri Shuttlecock di Kabupaten Sukoharjo.

* 1. Menentukan *level of significance*

Dipilih α = 0,05 atau 5%

**Daerah ditolak**

**Daerah ditolak**

-t (/2); (n-k)

t (/2); (n-k)

**Daerah diterima**

* 1. Kriteria Pengujian

H0 diterima jika : -t (α /2, n-k) α thitung α t (α /2, n-k)

H0 ditolak jika : thitung < -t (α /2, n-k) atau thitung > t (α /2, n-k)

* 1. Keputusan

H0 diterima, berarti tidak ada pengaruh Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan terhadap Kinerja Pemasaran industri Shuttlecock di Kabupaten Sukoharjo.

H0 ditolak, berarti ada pengaruh Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan terhadap Kinerja Pemasaran industri Shuttlecock di Kabupaten Sukoharjo.

* 1. Keputusan

 t hitung > t tabel, maka Ho ditolak, artinya secara parsial terdapat pengaruh variabel Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan terhadap kinerja pemasaran industri Shuttlecock di Kabupaten Sukoharjo.

 t hitung < t tabel, maka Ho diterima, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh variabel Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan terhadap kinerja pemasaran industri Shuttlecock di Kabupaten Sukoharjo.

1. Uji Koefisien Determinan (R2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sumbangan atau seberpa besar pengaruhnya variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2015:97). Nilai koefisien determinasi yaitu nol sampai satu. Semakin besar *Adjusted R Square* maka sumbangan perubahan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas akan semakin tinggi. Apabila *Adjusted R Square* semakin kecil, maka sumbangan perubahan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel beabas akan semakin rendah. Keofisien determinasi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

KD = r2 x 100% (Sudjana, 2015:369)

Dimana :

KD = koefisien determinasi

r = kuadrat koefisien korelasi