

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Unit Analisis, Populasi dan Sampel

Unit analisis atau bisa disebut sebagai elemen, yaitu unit pembentuk populasi baik berupa individu, kelompok, perusahaan, dll menurut Purwohedhi (2022). Menurut (Purwohedhi, 2022) populasi merupakan semua data yang menjadi objek atau subjek dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini akan didasarkan pada UKM yang bergerak di bidang kuliner yang ada di Kota Bogor.

No	Kriteria Sampel
1	UKM memiliki izin usaha legal
2	UKM Memiliki penjualan per tahun berkisar sebesar Rp 300 jt– Rp 2.5 M
3	UKM memiliki aset atau kekayaan bersih sebanyak Rp 50 jt– Rp 500 jt
4	UKM memiliki penjualan per tahun berkisar sebesar Rp 2.5 M – Rp 50 M
5	UKM memiliki aset atau kekayaan bersih sebanyak Rp 500 jt– Rp 10 M

Tabel 3.1 Kriteria pemilihan sampel

Berdasarkan kriteria diatas, untuk menentukan jumlah sampel yang dipilih dengan menggunakan penetapan rumus ukuran sampel sebagai berikut :

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

Di mana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Kesalahan yang masih ditoleransi, diambil 10 %

$$n = \frac{4620}{1+4620 \times 0.1^2} = 97.8 \text{ orang}$$

dibulatkan menjadi 100 responden. Dengan demikian, maka jumlah sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini sebanyak 100 responden. Alasannya karena semakin banyak sampel yang diambil, maka semakin kecil kemungkinan kesalahan dalam meneliti.

### 3.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, menurut Purwohedhi (2022) ini adalah salah satu dari beberapa teknik didalam menentukan sampel berdasarkan beberapa kriteria dalam pengambilan sampel. Peneliti akan mendistribusikan kuesioner kepada *owner* atau *manager* dari UKM di bidang kuliner yang bisa mewakili, karena posisi ini memiliki pandangan yang lebih luas terhadap keadaan UKM tersebut dan yang dimana penelitian ini mengambil sampel terbatas pada jenis individu tertentu yang dapat memberikan informasi sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan peneliti. Peneliti akan mengunjungi UKM tersebut dan menyebar kuesioner secara langsung berupa *print out* kuesioner.

Menurut Jogiyanto, (2004) alasan mengapa peneliti merencanakan untuk meneliti 100 responden dari total populasi, yaitu:

1. Sampel yang baik minimal lebih dari 30 responden
2. Sampel 100 responden sudah bias representatiff terhadap populasi yang diteliti,

Skala likert dimulai dari tingkatan paling negatif, tingkatan netral, sampai pada tingkatan positif menurut Anwar Sanusi (2017). Skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* menggunakan lima tingkatan indikator:

1= Sangat Tidak Setuju

2= Tidak Setuju

3= Netral

4= Setuju

5= Sangat Setuju

Kuesioner dalam penelitian ini terdapat dari 4 struktur. Struktur pertama kuesioner terdiri dari informasi UKM. Struktur kedua terdiri dari pertanyaan yang mempunyai hubungan dengan variabel dependen, yaitu TQM. Struktur ketiga terdiri dari pertanyaan yang mempunyai hubungan dengan variabel independen, yaitu Kinerja Organisasi dalam penelitian. Struktur ketiga terdiri dari pertanyaan yang mempunyai hubungan dengan variabel mediasi, yaitu Kecepatan Proses Inovasi.

Tahapan pengambilan data dalam penelitian ini diantaranya:

1. Membuat kuesioner berupa pernyataan yang dikembangkan dari tiap indikator di tiap variabel. Pernyataan juga diikuti dari beberapa penelitian sebelumnya.
2. Mencetak kuesioner sebanyak kurang lebih seratus lembar untuk kemudian dibagikan dan disebar langsung kepada responden untuk diisi secara langsung.
3. Menunggu hasil dari responden untuk mengisi kuesioner yang sudah diberikan.
4. Jika seluruh kuesioner sudah terkumpul, penulis akan memasukan data hasil kuesioner dalam Ms Excel.
5. Penulis akan mengolah data menggunakan Smart PLS 4.0

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis SEM yang diolah menggunakan *software* SmartPLS 4.0. *Software* SmartPLS 4.0. adalah teknik yang dipakai untuk memprediksi model dengan banyak factor. Tujuan menggunakan *Software* SmartPLS 4.0 adalah untuk memprediksi hubungan antar konstruk, mengkonfirmasi teori, dan hubungan antara variable laten. *Software* SmartPLS 4.0 dibagi menjadi 2 model evaluasi yaitu *Evaluation of Measurement Model* dan *Evaluation of Structural Model*.

1. *Evaluation of Measurement Model* (Outer Model) digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas terdiri dari:
  - a. *Convergent validity*
  - b. *Discriminant validity*
  - c. *Composite Reliability dan Cronbach Alpha*
2. *Evaluation of Structural Model* (Inner Model) digunakan untuk menguji kausalitas, terdiri dari:
  - a. *Coefficient of Determination ( $R^2$ )*
  - b. *Path Coefficient*
  - c. *P-Value*
3. *Goodness of Fit Model*
4. *Importance performance Map Analysis (IPMA)*

### **3.3 Operasional Variabel Penelitian**

Terdapat tiga jenis variabel yang digunakan pada penelitian ini, yaitu variabel dependen, variabel independen dan variabel mediasi. Variabel dependen yang akan dijadikan objek dalam penelitian ini adalah adalah keunggulan bersaing, variabel independen yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah informasi akuntansi manajemen dan variabel mediasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah efektifitas pengambilan keputusan dan inovasi.

#### **3.3.1 Variabel Dependen**

TQM adalah sebuah pendekatan untuk terus meningkatkan kualitas barang dan jasa yang disampaikan melalui partisipasi individu di semua tingkatan dan fungsi suatu organisasi (Pfau, 1989)

#### **3.3.2 Variabel Independen**

Kinerja organisasi mendefinisikan kinerja organisasi sebagai keluaran aktual organisasi dibandingkan dengan keluaran yang diharapkan (sasaran dan sasaran) (Richard, 2009)

#### **3.3.3 Variabel Mediasi**

Kecepatan Proses Inovasi adalah didefinisikan sebagai waktu yang dibutuhkan untuk mengubah suatu ide menjadi sebuah produk baru yang siap dipasarkan. Kecepatan inovasi melibatkan waktu dari ide awal hingga produk tersebut dikenalkan ke pasar, dan merupakan kunci untuk mempercepat proses pengembangan produk (Kessler, 1996).

Variabel	Definisi	Indikator	Item Pertanyaan	No. Item
<b>Dependen:</b> Total Quality Management (TQM)	TQM adalah sebuah pendekatan untuk terus meningkatkan kualitas barang dan jasa yang disampaikan melalui partisipasi individu di semua tingkatan dan fungsi suatu organisasi (Pfau, 1989)	1. Berbasis strategi	4	A1
				A2
				A3
				A4
		2. Fokus kepada pelanggan	6	B5
				B6
				B7
				B8
				B9
				B10
		3. Obsesi terhadap kualitas	6	C11
				C12
				C13
				C14
				C15
				C16
		4. Pendekatan ilmiah	3	D17
				D18
				D19
		5. Komitment jangka panjang	2	E20
				E21
		6. Kerjasama tim	5	F22
				F23
				F24
				F25
				F26

		7. Perbaikan proses yang berkelanjutan	5	G27
				G28
				G29
				G30
				G31
		8. Pendidikan dan pelatihan	3	H32
				H33
				H34
		9. Kebebasan yang terkendali	3	I35
				I36
				I37
		10. Kesatuan dalam tujuan	3	J38
				J39
				J40
		11. Adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan	5	K41
K42				
K43				
K44				
K45				
		<b>Total item pernyataan</b>	<b>45</b>	

Variabel	Definisi	Indikator	Item Pertanyaan	No. Item
Kinerja Organisasi (KO)	Kinerja organisasi mendefinisikan kinerja organisasi sebagai keluaran aktual organisasi dibandingkan dengan keluaran yang diharapkan	1. Kinerja keuangan	6	A46
				A47
				A48
				A49

(sasaran dan sasaran) (Richard, 2009)			A50
			A51
	2. Kinerja internal atau operasional	2	B52
			B53
	3. Kepuasan pelanggan	4	C54
			C55
			C56
			C57
	4. Kepuasan karyawan	5	D58
			D59
			D60
			D61
	5. Pembelajaran dan pertumbuhan	4	E63
			E64
		E65	
		E66	
<b>Total item pernyataan</b>		<b>21</b>	

Variabel	Definisi	Indikator	Item Pertanyaan	No. Item
Kecepatan Proses Inovasi (KSI)	Kecepatan Proses Inovasi adalah didefinisikan sebagai waktu yang dibutuhkan untuk mengubah suatu ide menjadi sebuah produk baru yang siap dipasarkan. Kecepatan inovasi melibatkan waktu dari ide awal hingga produk tersebut	1. Penelitian dan pengembangan	5	A67
				A68
				A69
				A70
				A71
		2. Komersialisasi	7	B72
				B73



	dikenalkan ke pasar, dan merupakan kunci untuk mempercepat proses pengembangan produk (Kessler, 1996)			B74
				B75
				B76
				B77
				B78
	3. Tahap difusi atau diseminasi	3	C79	
			C80	
			C81	
	<b>Total item pernyataan</b>		<b>15</b>	
	<b>Total item pernyataan keseluruhan</b>		<b>81</b>	

Tabel 3.3 Indikator Variabel

### 3.4 Teknik Analisis Data

Dalam analisis statistik data penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis SEM yang diolah menggunakan *software* SmartPLS 4.0 dengan menggunakan metode PLS sebagai berikut:

#### 3.4.1 *Evaluation of Measurement Model (Outer Model)*

Digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas terdiri dari:

a. *Convergent validity*

*Convergent validity* digunakan untuk mengukur besarnya korelasi antar konstruk dengan variabel laten. Menurut (Hair, 2014) setiap item dinilai ideal jika memiliki nilai  $\geq 0.7$  artinya indikator tersebut valid mengukur konstruk yang dibuat dan apabila nilai rata-rata AVE  $> 0.5$  maka *convergent validity* tersebut diterima menurut (Ghozali, 2019)

b. *Discriminant validity*

*Discriminant validity* digunakan untuk mengukur sejauh mana nilai konstruk secara empiris memiliki nilai berbeda dengan konstruk lain menurut (Fornell, 1982) sehingga menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi. Uji ini mempertimbangkan nilai dari *cross loadings* dan *fornell larcker*. Menurut (Furadantin, 2018) dalam *cross loadings* nilai indikator konstruk terkait harus lebih besar dari konstruk lainnya atau nilai *cross loading* harus  $> 0.7$  Sedangkan dalam *fornell larcker* nilai *square root* dari setiap konstruk AVE ini harus lebih besar dari nilai korelasi dengan konstruk lainnya maka model tersebut dapat dikatakan memiliki nilai validitas diskriminan yang baik.

c. *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*

*Composite Reliability* digunakan untuk mengukur nilai sesungguhnya (realibilitas) atau ketepatan dan akurasi suatu konstruk menggunakan indikator reflektif menurut (Ghozali, 2015). *Cronbach's alpha* digunakan untuk mengukur batas bawah dari nilai reabilitas pada suatu konstruk. Dimana apabila nilai *composite reliability* dan *Cronbach alpha*  $> 0.7$  maka nilai tersebut dapat dikatakan reliabel (Hair, 2014)

### 3.4.2 *Evaluation of Structural Model (Inner Model)*

Digunakan untuk menguji kausalitas, terdiri dari:

a. *Coefficient of Determination* ( $R^2$ )

*Coefficient of Determination* adalah ukuran akurasi prediktif model. Cara lain untuk melihat  $R^2$  adalah dengan melihatnya sebagai efek gabungan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Nilai  $R^2$  terdiri dari 0.75 yang berarti substansial atau kuat; 0.50 berarti sedang; dan 0.25 berarti lemah menurut (Hair, 2014).

b. *Path Coefficient*

*Path Coefficient* adalah nilai yang menunjukkan arah hubungan dalam suatu hipotesis apakah positif atau negative. Nilai *Path Coefficient* berada pada batas nilai standar -1 sampai +1 jika nilai semakin mendekati +1 hubungan semakin positif dan begitu juga dengan -1 hubungan semakin negatif yang kuat menurut (Ghozali, 2015).

c. *P-Value*

*P-Value* adalah pengujian terhadap hipotesis, apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak. Tingkat signifikansi yang diterima adalah 5%. Nilai batas antara hasil yang

signifikan secara statistik dengan yang tidak. Nilai yang  $\geq 0.05$  berarti nilai tidak signifikan dan nilai yang  $\leq 0.05$  berarti nilai signifikan.

### **3.4.3 *Goodness of Fit Model* atau uji kebaikan**

Digunakan untuk SRMR didefinisikan sebagai perbedaan antara korelasi yang diamati dan matriks korelasi tersirat model. Dengan demikian, SRMR memungkinkan penilaian besarnya rata-rata perbedaan antara korelasi yang diamati dan yang diharapkan sebagai ukuran absolut kriteria kecocokan (model).

Nilai kurang dari 0,10 atau 0,08 (dalam versi yang lebih konservatif; lihat Hu dan Bentler, 1999) dianggap sebagai kecocokan yang baik. Henseler dkk. (2014) memperkenalkan SRMR sebagai ukuran kecocokan yang baik untuk PLS-SEM yang dapat digunakan untuk menghindari kesalahan spesifikasi model.

### **3.4.4 *Importante performance Map Analysis (IPMA)***

Teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa saja yang harus ditunjukkan oleh suatu perusahaan dalam memenuhi kepuasan para pengguna (Yazid, 2019). IPMA merupakan salah satu metode yang dapat digunakan dalam menganalisis preferensi konsumen melalui atribut jasa yang ditawarkan. Dengan menggunakan IPMA, perusahaan dapat melakukan strategi yang tepat serta perbaikan di masa datang. Metode IPMA juga menjadi salah satu cara perusahaan untuk melihat atribut jasa apa yang dirasa penting serta dianggap memiliki kinerja baik oleh konsumen unit analisis atau bisa disebut sebagai elemen, yaitu unit pembentuk populasi baik berupa individu, kelompok, perusahaan, dll menurut Purwohedhi (2022).