

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan, reliable) tentang program kemitraan usaha, strategi pemasaran, serta keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) binaan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk(BRI).

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di beberapa unit usaha mikro dan kecil binaan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk(BRI) wilayah DKI Jakarta yang salah satunya berlokasi di Jalan Tebet Timur Dalam 1, No 2 Tebet, Jakarta Selatan. dipilih karena berdasarkan survey awal yang dilakukan dalam UMKM tersebut terdapat keberhasilan usaha mengenai kemitraan usaha, modal usaha, strategi pemasaran serta perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) binaan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk(BRI)

Waktu penelitian berlangsung selama 4 (empat) bulan yaitu dari bulan Februari sampai dengan Mei 2015, dengan alasan pada waktu tersebut merupakan masa awal tahun dan dapat terlihat banyak terjadi transaksi

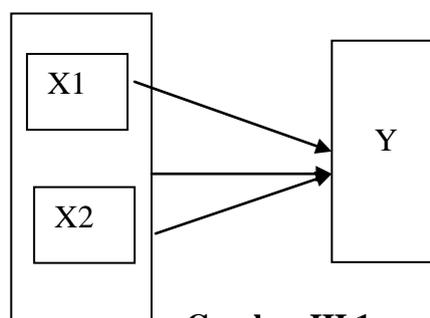
dan pameran UMKM yang terjadi sehingga memudahkan peneliti untuk menjangkau data dan informasi dari responden.

### C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam Penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan korelasi. Menurut Arikunto, survey sampel adalah penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok dan pengumpulan data hanya dilakukan pada sebagian dari populasi.<sup>33</sup>

Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan dari penelitian yaitu untuk memperoleh data dengan cara kuesioner untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara program kemitraan usaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah.

Untuk mengetahui pengaruh program kemitraan usaha (X1) dan strategi pemasaran (X2) terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil (Y) dapat dilihat dari rancangan sebagai berikut.



**Gambar III.1**

### Konstelasi Penelitian

---

<sup>33</sup>Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2007) h. 236

Keterangan :

X1 : Program Kemitraan Usaha  
 X2 : Strategi Pemasaran  
 Y : Keberhasilan Usaha Mikro Kecil  
 —→ : Pengaruh

#### **D. Populasi dan Teknik Sampling**

##### 1. Populasi

Menurut Sugiyono menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>34</sup>

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan dari obyek yang akan diteliti. Sehingga yang menjadi Populasi dalam penelitian ini adalah usaha kecil menengah dan yang ada di Wilayah DKI Jakarta yang telah mengadakan kemitraan usaha dengan Bank BRI Persero (Tbk) dalam jangka waktu antara tahun 2011 sampai dengan tahun 2015. Data terakhir menurut Divisi Bisnis Program Kemitraan Bank BRI usaha mikro, kecil, dan menengah yang telah mengadakan Kemitraan usaha dari tahun 2011 sebanyak 102 unit usaha.

##### 2. Sampel

Menurut Sugiyono menyatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>35</sup> Dalam pengambilan sampel dilakukan secara acak sederhana (*random sample*) peneliti menggunakan *teknik Random Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana semua

---

<sup>34</sup> Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*. (Bandung : Alfabeta. 2008). h. 117

<sup>35</sup> *Ibid.*, h. 118

individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel.. Menurut Arikunto “Penentuan pengambilan Sampel sebagai berikut :Apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-55% atau lebih.”<sup>36</sup> Penelitian ini menggunakan 34% sampel dari jumlah populasi yaitu, 35 unit usaha dari anggota 102 populasi.

**Tabel III.1**  
**Teknik Pengambilan Sampel**

Wilayah	Jumlah Siswa	Sampel
DKI 1	31 Usaha	10 Usaha
DKI 2	71 Usaha	25 Usaha
Jumlah	102 Usaha	35 Usaha

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Keberhasilan UMKM**

#### **a. Definisi Konseptual**

Keberhasilan usaha kecil ialah suatu keadaan yang menggambarkan tercapainya maksud dan tujuan dari berbagai gerakannya pada usaha kecil atau kesesuaian antara sasaran yang diperoleh dengan rencana yang telah ditetapkan, yaitu ditandai dengan adanya peningkatan dalam akumulasi modal atau peningkatan modal, menekankan peningkatan usaha pelipatan

---

<sup>36</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), h. 210

aset perusahaan, keadaan sumber daya manusia, prestasi pada volume penjualan, daya saing, dan terbangunnya citra baik.

#### b. Definisi Operasional

Keberhasilan usaha kecil ialah suatu keadaan yang menggambarkan tercapainya maksud dan tujuan dari berbagai gerakannya suatu usaha atau kesesuaian antara sasaran yang di peroleh dengan rencana yang telah ditetapkan. Keberhasilan usaha ada yang bisa diukur dengan satuan ukuran dan ada yang tidak. Keberhasilan usaha diidentikkan dengan perkembangan perusahaan. Istilah itu diartikan sebagai suatu proses peningkatan kuantitas dari dimensi perusahaan.

Indikator yang digunakan untuk penelitian ini bahwa indikator keberhasilan usaha yaitu diantaranya adalah keadaan finansial, keadaan SDM, tingkat perluasan usaha dan daya saing usaha.

#### c. Kisi-Kisi Instrumen Keberhasilan Usaha

Kisi-kisi yang disajikan adalah kisi-kisi yang digunakan untuk mengukur variabel keberhasilan Usaha Kecil yang dapat dilihat pada tabel III.1 berikut ini :

**Tabel III.1**  
**Kisi-kisi instrumen Keberhasilan Usaha Kecil**

Indikator	Sub Indikator	Uji coba	Drop	Final
Keadaan Finansial	Tingkat Akumulasi Modal	1, 2,3,4	-	1,2,3,4
	Peningkatan Asset	5,6,7,8,9,10	9	5,6,7,8,10
	Laba Bersih	29,30,31,32,33,34	30	29,31,32,33,34
Keadaan Sumber daya Manusia	Jumlah Karyawan	11,12	-	11,12
	Produksi Karyawan	13,14	-	13,14
Tingkat Perluasan Usaha	Cabang Usaha	15,16,17	16	15,17,
	Wilayah Penjualan	18,19	19	18
	Volume Penjualan	35,36,37,38	37	35,36,38
Daya Saing	Kualitas Produk	20,21,22,23,24	22	20,21,23,24
	Terbangunnya Citra Baik	25,26,27,28	-	25,26,27,28

Indikator tersebut diuji cobakan kepada 30 Usaha Mikro dan Kecil yang bermitra usaha dengan Minimarket yang berada di Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi. Pengukuran data untuk variabel keberhasilan usaha dilakukan dengan cara memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dalam angket. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Bentuk skala likert adalah:

**Tabel III.2**  
**Pola Skor Alternatif Respon**  
*Model Summated Ratings (Likert)*

No	Alternatif Jawaban	Bobot Skor
1	Sangat Meningkat ( $x \geq 6-10\%$ )	5
2	Meningkat ( $x \geq 1z \leq 6\%$ )	4
3	Tetap ( $x=0\%$ )	3
4	Menurun ( $x \leq -1x-6\%$ )	2
5	Sangat Menurun ( $x \leq -6-10\%$ )	1

d. Validitas Instrumen Keberhasilan Usaha

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesalihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Untuk mengukur validitas digunakan rumus.<sup>37</sup>

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  : Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

$x$  : Deviasi skor dari x

$y$  : Deviasi skor dari y

<sup>37</sup> Suharsimi Arikunto, *Loc Cit.* h. 211

Dalam melakukan perhitungan dengan menggunakan rumus di atas, peneliti menggunakan bantuan program Microsoft excel 2007. Berdasarkan perhitungan uji validitas menggunakan tabel nilai-nilai *r Product Moment* dengan jumlah ujicoba sebanyak 30 orang maka memiliki  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sebaliknya,  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid dan sebaiknya di drop atau tidak digunakan.

e. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrument yang sudah dapat dipercaya dan yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.<sup>38</sup>

Untuk mengujinya digunakan alpha Cronbach dengan rumus:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)^{39}$$

Keterangan:

- R11 : Reliabilitas instrumen  
 K : Banyaknya butir pernyataan/pertanyaan/soal  
 $\sum \sigma^2_b$  : Jumlah varian butir  
 $\sigma^2_t$  : Varian total

Dalam melakukan perhitungan dengan menggunakan rumus di atas, peneliti menggunakan bantuan program Microsoft excel 2007.

---

<sup>38</sup>*Ibid.*, h. 221

<sup>39</sup>*Ibid.*, h. 239

## 2. Kemitraan Usaha

### a. Definisi Konseptual

Kemitraan usaha adalah adanya kerjasama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar yang disertai oleh pengembangan usaha, pembinaan dan pengembangan berkelanjutan oleh usaha menengah atau besar, akses pasar, dan manajemen dalam mengelola usaha dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, memperkuat dan menguntungkan.

### b. Definisi Operasional

Pengertian kemitraan adalah adanya kerjasama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar disertai oleh pembinaan dan pengembangan berkelanjutan oleh usaha menengah atau besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, memperkuat dan menguntungkan.

Indikator dari kemitraan usaha adalah meliputi aspek: pengembangan usaha, akses pasar, pembinaan dan pengembangan sumber daya manusia, dan keterkaitan manajemen pengelolaan usaha dan organisasi

### c. Kisi-kisi Instrumen Kemitraan Usaha

Kisi-kisi yang disajikan adalah kisi-kisi yang digunakan untuk mengukur variabel program kemitraan usaha yang dapat dilihat pada tabel III.3 berikut ini.

**Tabel III.3****Kisi-kisi instrumen Program Kemitraan Usaha**

Indikator	Sub Indikator	Uji coba		Final	
		+	-	+	-
Pengembangan Usaha	Pinjaman Usaha	1,2,4,6,7	3,5	1,2,3,6	4,5
	Penujang Sarana Usaha	8,9	-	7,8	
Pembinaan dan Pelatihan Sumber daya Manusia	Program Pembinaan	10,11,12,13		9,10,11,12	
	Program Pelatihan	14 16,17	15	13,15	14
Akses Pasar	Bantuan Kerja Sama	18,19,20	22,24	16,18,	17
	Persaingan Pasar	21,22,24	23,25	19,21	20,22
Pengelolaan Organisasi	Pengelolaan Usaha	26,27,28,29	30	23,24,25,26	27
	Pengelolaan Keuangan	32,33,34		28,29,30	

Indikator tersebut diuji cobakan kepada 30 Usaha Mikro dan Kecil yang bermitra usaha dengan Minimarket yang berada di Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi. Pengukuran data untuk variabel keberhasilan usaha dilakukan dengan cara memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dalam angket. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Bentuk skala likert adalah:

**Tabel III.4**  
**Pola Skor Alternatif Respon**  
*Model Summated Ratings (Likert)*

Alternatif Jawaban	Skor Item	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Ragu-ragu (R)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validitas Instrumen Kemitraan Usaha

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesalihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Untuk mengukur validitas digunakan rumus.<sup>40</sup>

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  : Koefisien skor butir dengan skor total instrumen  
 $x$  : Deviasi skor dari x  
 $y$  : Deviasi skor dari y

<sup>40</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), h. 211.

Dalam melakukan perhitungan dengan menggunakan rumus di atas, peneliti menggunakan bantuan program Microsoft excel 2007. Berdasarkan perhitungan uji validitas menggunakan tabel nilai-nilai *r Product Moment* dengan jumlah ujicoba sebanyak 30 orang maka memiliki  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sebaliknya,  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid dan sebaiknya di drop atau tidak digunakan.

e. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya dan yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.<sup>41</sup>

Untuk mengujinya digunakan alpha Cronbach dengan rumus:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)^{42}$$

Keterangan:

R11 : Reliabilitas instrumen

K : Banyaknya butir pernyataan/pertanyaan/soal

$\sum \sigma_b^2$  : Jumlah varian butir

$\sigma_t^2$  : Varian total

Dalam melakukan perhitungan dengan menggunakan rumus di atas, peneliti menggunakan bantuan program Microsoft excel 2007.

---

<sup>41</sup>*Ibid.*, h. 221

<sup>42</sup>*Ibid.*, h. 239

### 3. Strategi Pemasaran

#### a. Definisi Konseptual

Strategi pemasaran pada usaha mikro dan kecil adalah rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat mencapai tujuan pemasaran suatu usaha kecil, dengan mempertimbangkan kebutuhan calon pembeli yaitu ; produk (*product*), lokasi (*place*), , harga (*price*), promosi (*promotion*).

#### b. Definisi Operasional

Startegi pemasaran merupakan suatu rencana yang mengindikasikan bagaimana manejer mengaplikasikan sumberdaya pada produk individu atau lini produk untuk mencapai tujuan produk tertentu Indikator - indikator yang terdapat dalam bauran pemasaran (marketing mix) , yaitu , *product*, *price*, *place*, *promotion*.

#### c. Kisi-kisi Instrumen Strategi Pemasaran

Kisi-kisi yang disajikan adalah kisi-kisi yang digunakan untuk mengukur variabel strategi pemasaran yang dapat dilihat pada tabel III.5 berikut ini :

Tabel III.5

## Kisi-kisi instrumen Strategi Pemasaran

Indikator	Sub Indikator	Uji coba		Final	
		+	-	+	-
Penetapan Harga	Sesuai dengan produk	1, 2,	3	1,2	3
	Segmentasi Pasar	4,5,7	6	4,6,7	5
Perencanaan Produk	Model Beragam	8,10,11,12,13	14	8,9,10,11	12
	Bahan yang di gunakan	15	16	13	14
Saluran Distribusi	Lokasi Penjualan	18,19	17,20,21	16	15,17,18
	Penyaluran Produk	23,24,25	22	20,21,22	19
Promosi	Media Promosi	26,27,28,29		23,24,25	
	Promosi Penjualan	32,33,34,35	30,31	28,29,30,31	26,27

Indikator tersebut diuji cobakan kepada 30 Usaha Mikro dan Kecil yang bermitra usaha dengan Minimarket yang berada di Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi. Pengukuran data untuk variabel keberhasilan usaha dilakukan dengan cara memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dalam angket. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Bentuk skala likert adalah:

**Tabel III.6**  
**Pola Skor Alternatif Respon**  
*Model Summated Ratings (Likert)*

Alternatif Jawaban	Skor Item	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Ragu-ragu (R)	4	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validitas Instrumen Strategi Pemasaran

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesalihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Untuk mengukur validitas digunakan rumus.<sup>43</sup>

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  : Koefisien skor butir dengan skor total instrumen  
 $x$  : Deviasi skor dari x  
 $y$  : Deviasi skor dari y

---

<sup>43</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), h. 211.

Dalam melakukan perhitungan dengan menggunakan rumus di atas, peneliti menggunakan bantuan program Microsoft excel 2007. Berdasarkan perhitungan uji validitas menggunakan tabel nilai-nilai *r Product Moment* dengan jumlah ujicoba sebanyak 30 orang maka memiliki  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sebaliknya,  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid dan sebaiknya di drop atau tidak digunakan.

#### e. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrument yang sudah dapat dipercaya dan yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.<sup>44</sup>

Untuk mengujinya digunakan alpha Cronbach dengan rumus:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)^{45}$$

Keterangan:

R11 : Reliabilitas instrumen  
 K : Banyaknya butir pernyataan/pertanyaan/soal  
 $\sum \sigma_b^2$  : Jumlah varian butir  
 $\sigma_t^2$  : Varian total

Dalam melakukan perhitungan dengan menggunakan rumus di atas, peneliti menggunakan bantuan program Microsoft excel 2007.

---

<sup>44</sup>*Ibid.*, h. 221.

<sup>45</sup>*Ibid.*, h. 239.

## F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan uji regresi dengan langkah sebagai berikut:

### 1. Uji Persyaratan Analisis

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variable pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah model yang kita gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji Kolmogorov Smirnov (KS)<sup>46</sup> Kriteria pengambilan keputusan dengan uji statistik Kolmogorov Smirnov, yaitu:

- 1) Jika signifikansi  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal
- 2) Jika signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal

Sedangkan kriteria pengambilan keputusan dengan analisis grafik (normal probability), yaitu:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

#### b. Uji linearitas

Pengujian linearitas dilakukan dengan memuat plot residual terhadap nilai-nilai prediksi. Jika diagram antara nilai-nilai prediksi dan nilai-nilai

---

<sup>46</sup>Ghozali, Imam. *Ekonometrika Teori Konsep dan Aplikasi dengan SPSS17*. (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro) 2009. h. 113

residual tidak membentuk suatu pola tertentu, juga kira-kira 95% dari residual terletak antara -2 dan +2 dalam Scatterplot, maka asumsi linearitas terpenuhi.<sup>47</sup>

## 2. Uji asumsi klasik

### a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variable atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinearitas.<sup>48</sup>

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variable bebas.<sup>49</sup>

Cara mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variable manakah yang dijelaskan oleh variable terikat lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variable bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variable bebas lainnya. Jadi, nilai Tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ).

Semakin kecil nilai Tolerance dan semakin besar nilai VIF, maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas. Nilai yang dipakai jika Tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

---

<sup>47</sup>*Ibid.*, h. 115

<sup>48</sup>Sudjana, *Op. Cit.* h. 59

<sup>49</sup>Imam Ghazali, *Op. Cit.* h. 25

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah suatu penyimpangan asumsi OLS dalam bentuk varians gangguan estimasi yang dihasilkan oleh estimasi OLS tidak bernilai konstan. Untuk mendeteksi heteroskedastisitas menggunakan metode grafik. Metode grafik dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variable terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu X dan  $\hat{Y}$  (Y yang telah diprediksi ZPRED) dan sumbu Y adalah residual atau SRESID ( $\hat{Y}-Y$ ) yang telah distudentized.<sup>50</sup>

Dasar analisis

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, secara titik-titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau model homoskedastisitas.

3. Analisis persamaan regresi

Analisis regresi berguna untuk mendapatkan hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih untuk mendapatkan pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat atau pengaruh variabel terikat terhadap

---

<sup>50</sup>*Ibid.*, h. 37

variabel bebas. Analisis regresi ini dapat dilakukan dengan melakukan uji analisis regresi berganda, uji F, dan uji T.

a. Analisis Regresi Berganda

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dengan

$$\bar{\alpha} = \bar{Y} - \alpha_1X_1 - \alpha_2X_2$$

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1Y) - (\sum x_1x_2)(\sum x_2Y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1x_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2Y) - (\sum x_1x_2)(\sum x_1Y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1x_2)^2}$$

Keterangan:

$\bar{Y}$  = Variabel Keberhasilan Usaha Mikro Kecil

$X_1$  = Program Kemitraan Usaha

$X_2$  = Startegi Pemasaran

$\alpha$  = Nilai Harga  $\bar{Y}$  bila  $X = 0$

$b_1$  = Koefisien regresi Program Kemitraan Usaha ( $X_1$ )

$b_2$  = Koefisien regresi Strategi Pemasaran ( $X_2$ )

b. Uji F

Uji F atau uji koefisien regresi secara serentak, yaitu untuk mengetahui pengaruh variable bebas secara serentak terhadap variable terikat, apakah pengaruh signifikan atau tidak.<sup>51</sup>

Hipotesis penelitiannya

1)  $H_0 : b_1 = b_2 = 0$

Artinya variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara serentak tidak berpengaruh terhadap  $Y$

2)  $H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$

---

<sup>51</sup>Priyatno, Duwi. *SPSS Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*. Yogyakarta : Gava Media. 2009. h. 48

Artinya variabel X1 dan X2 secara serentak berpengaruh terhadap Y

Kriteria pengambilan keputusan, yaitu:

F hitung  $\leq$  F kritis, jadi  $H_0$  diterima

F hitung  $>$  F kritis, jadi  $H_0$  ditolak

c. Uji t

Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.<sup>52</sup>

Hipotesisnya adalah:

1)  $H_0 : b_1 = 0$ , artinya variabel X1 tidak berpengaruh terhadap Y

$H_0 : b_2 = 0$ , artinya variabel X2 tidak berpengaruh terhadap Y

2)  $H_a : b_1 \neq 0$ , artinya variabel X1 berpengaruh terhadap Y

$H_a : b_2 \neq 0$ , artinya variabel X2 berpengaruh terhadap Y

4. Analisis koefisien korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam perhitungan korelasi akan di dapat koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan, arah hubungan, dan berarti atau tidak hubungan tersebut.<sup>53</sup>

a. Koefisien korelasi parsial

Rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya koefisien korelasi secara parsial adalah<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup>*Ibid.*, h. 50

<sup>53</sup>*Ibid.*, h. 9

<sup>54</sup>Sudjana. *Metode Statistika*. (Bandung : Tarsito, 2002.) h. 386.

Koefisien korelasi parsial antara Y dan X1 bila X2 konstan

$$r_{y1.2} = \frac{r_{y1} - r_{y2}r_{12}}{\sqrt{(1 - r_{y1}^2)(1 - r_{12}^2)}}$$

Koefisien korelasi parsial Y dan X2 bila X1 konstan

$$r_{y2.1} = \frac{r_{y2} - r_{y1}r_{12}}{\sqrt{(1 - r_{y1}^2)(1 - r_{12}^2)}}$$

Keterangan:

$r_{y1.2}$  = koefisien korelasi antara Y dan X1 saat X2 konstan

$r_{y2.1}$  = koefisien korelasi antara Y dan X2 saat X1 konstan

b. Koefisien korelasi simultan

$$R_{y12} = \sqrt{\frac{r_{y1}^2 + r_{y2}^2 - 2r_{y1}r_{y2}r_{12}}{1 - r_{12}^2}}$$

Keterangan:

$R_{y1.2}$  = korelasi antara variabel  $X_1$  dengan  $X_2$  secara bersama-sama dengan variabel Y

$r_{y1}$  = koefisien korelasi antara Y dan  $X_1$

$r_{y2}$  = koefisien korelasi antara Y dan  $X_2$

$r_{12}$  = koefisien korelasi antara  $X_1$  dan  $X_2$ <sup>55</sup>

## 5. Analisis koefisien determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur sejauh mana kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel-variabel bebas. Nilai koefisien determinasi adalah hanya berkisar antara 0 sampai 1 ( $0 < R < 1$ ) yang dijelaskan dalam ukuran persentase. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi

---

<sup>55</sup> *Ibid.*, h. 385.

variabel terikat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

$R^2$  = Nilai Koefisien korelasi