

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kepemimpinan manajerial terhadap daya saing perusahaan pada PT Aditya Mandiri Sejahtera.
2. Untuk menganalisis pengaruh budaya perusahaan terhadap daya saing perusahaan pada PT Aditya Mandiri Sejahtera.
3. Untuk menganalisis pengaruh rencana bisnis terhadap daya saing perusahaan pada PT Aditya Mandiri Sejahtera.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada karyawan PT Aditya Mandiri Sejahtera yang beralamatkan di jalan Raya Kebayunan, Cimanggis, Depok. Perusahaan ini bergerak dalam bidang ritel *fashion*. Pelaksanaan penelitian akan dilakukan dengan melakukan wawancara dan kuesioner yang disebarakan kepada responden. Perusahaan ini kurang lebih memiliki total karyawan yang berlevel asisten manajer sampai dengan manajer sebanyak 200 orang. Populasi ini terdiri dari manajer-manajer dan asmen yang berada di kantor pusat dan juga *group head* serta kepala cabang yang berada di cabang seluruh Indonesia.

Penelitian diawali dengan surat ijin penelitian di PT Aditya Mandiri Sejahtera. Setelah diijinkan untuk melakukan penelitian, peneliti akan langsung melakukan wawancara dan menyebarkan kuesioner ke seluruh responden di PT Aditya

Mandiri Sejahtera sebanyak 120 responden, guna mengetahui pengaruh kepemimpinan manajerial, budaya perusahaan, dan rencana bisnis terhadap daya saing perusahaan.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Sugiyono pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sedangkan sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.⁷⁶

Sugiyono menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan sampel yang diambil secara acak, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel tersebut diambil.⁷⁷ Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang menggunakan cara-cara tertentu dalam mengumpulkan, mengolah, dan

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D* (Bandung:Alfabeta, 2012),.h.2

⁷⁷ Sugiyono , op.cit.,h.8.

menganalisis data yang disajikan dan diukur dalam suatu skala numerik atau dalam bentuk angka-angka dengan teknik statistik, kemudian mengambil kesimpulan secara generalisasi untuk membuktikan adanya pengaruh dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan metode regresi linear. Variabel pada analisis regresi linear ini terdiri dari variabel endogen dan variabel eksogen.

Variabel endogen (variabel terikat) dalam penelitian ini daya saing perusahaan (Y). Variabel eksogen (variabel bebas) dalam penelitian ini kepemimpinan manajerial (X1), budaya perusahaan (X2), dan rencana bisnis (X3).

D. Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif pada karakteristik tertentu mengenai objek yang lengkap. Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi penelitian adalah seluruh karyawan yang berlevel asmen sampai dengan manajer yang berada di kantor pusat dan cabang pada PT Aditya Mandiri Sejahtera.

Sampel

Sampel adalah sebagai bagian dari populasi, yang terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari elemen populasi. Pengambilan sampel dilakukan

dengan metode sensus yaitu proses pengambilan sampel dilakukan dengan memberi kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk menjadi anggota sampel.

Sampel atau responden utama kuesioner ini adalah kepala cabang (level manajer) cabang ritel *fashion* diseluruh cabang PT Aditya Mandiri Sejahtera, dan seluruh Manager di SBU, serta HO PT Aditya Mandiri Sejahtera. Adapun jumlah sampel = 120 orang sesuai dengan populasinya. Sampel yang akan disebar sekitar 120

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini mempunyai tiga variabel independen atau variabel bebas yaitu kepemimpinan manajerial, budaya perusahaan, rencana bisnis, dengan variabel dependen atau variabel terikatnya yaitu daya saing perusahaan. Menurut Siregar, yang dimaksud variabel dependen dan variabel independen adalah:⁷⁸

- Variabel Independen.

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang menjadi atau merubah/memengaruhi variabel lain (variabel dependen).

- Variabel Dependen.

Variabel dependen atau variabel terikat yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas).

⁷⁸ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta:Kencana Prenadamedia,2014),h.10

1. Variabel Daya Saing Perusahaan (Y)

a. Definisi Konseptual

Daya saing (*competitiveness*) adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk bertumbuh dan mendapatkan keuntungan di tengah-tengah banyak perusahaan lain yang ada di dalam pasar. Perusahaan yang tidak mempunyai daya saing akan ditinggalkan oleh pasar

b. Definisi Operasional

Cravens mengatakan bahwa daya saing adalah kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan pesaingnya. Oleh sebab itu perusahaan harus memiliki strategi bersaing dan keunggulan bersaing yang fokus pada proses yang dinamis. Menurut Buckley daya saing perusahaan dapat dilihat melalui dimensi berikut, *products of superior quality, lower costs, profit performance and compensate its employees.*⁷⁹ Instrumen penelitian daya saing perusahaan dimodifikasi dari instrumen penelitian yang dilakukan oleh Mulyadi Raf.⁸⁰

⁷⁹ Ibid., hal. 19

⁸⁰ Mulyadi Raf dalam „ Analisis eksplanatori factor daya saing industry kecil”, (Jurnal Manajemen kewirausahaan tahun 2012 Vol 14. No.2)

Kisi-kisi Instrumen Daya Saing Perusahaan (Y)

Variabel	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Sub indikator	Instrument
Daya Saing Perusahaan	kemampuan sebuah perusahaan untuk bertumbuh dan mendapatkan keuntungan di tengah-tengah banyak perusahaan lain yang ada di dalam pasar.	<i>Product of superior quality</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk yang berkualitas baik • Produk yang memiliki brand terkenal 	<ul style="list-style-type: none"> • Produk yang diminati customer • Produk yang memiliki harga yang kompetitif • Produk yang dikenal oleh masyarakat 	DS1, DS2, DS3
		<i>Lower Costs</i>	<ul style="list-style-type: none"> • HPP yang kompetitif • Biaya promosi yang rendah 	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya tenaga kerja yang kompetitif • Biaya raw material yang kompetitif • Promosi menggunakan media e-commerce • Material promosi yang bersifat kreativitas dan inovasi 	DS4, DS5, DS6, DS7
		<i>Profit performance</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan yang meningkat • Turn over inventory yang cepat • Laba yang meningkat 	<ul style="list-style-type: none"> • Sales store yang meningkat • Banyaknya inventory yang terjual • Perputaran inventory di gudang yang cepat • Kenalkan omset di toko • Cash flow perusahaan yang lancar 	DS8, DS9, DS10, DS11, DS12
		<i>The ability to compensate its employees</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Gaji Karyawan • Insentif Karyawan yang kompetitif • Reward 	<ul style="list-style-type: none"> • Gaji Karyawan yang kompetitif • Insentif yang diberikan atas omset yang meningkat • Bonus yang diberikan atas pencapaian target 	DS13, DS14, DS15

c. Validitas Instrumen Daya Saing Perusahaan

Dalam pengujian validitas instrumen pertanyaan, peneliti melakukannya dengan menggunakan korelasi product moment. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka butir pertanyaan tersebut dianggap valid. Sedangkan jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka butir dinyatakan tidak valid atau gugur.

d. Reliabilitas Instrumen Daya Saing Perusahaan

Uji reliabilitas ini menggunakan rumus Alpha Cronbach. Jika hasil hitung dengan SPSS $>$ dari 0.6, maka instrumen penelitian dianggap reliabel.

2. Variabel Kepemimpinan manajerial (X1)

a. Definisi Konseptual

Kepemimpinan adalah proses untuk mempengaruhi orang lain untuk memahami dan setuju dengan apa yang perlu dilakukan dan bagaimana tugas itu dilakukan secara efektif, serta proses untuk memfasilitasi upaya individu dan kolektif untuk mencapai tujuan bersama

b. Definisi Operasional

Kepemimpinan merupakan proses mempengaruhi seseorang atau kelompok untuk mencapai tujuan tertentu. Jadi seorang pemimpin harus mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi bawahan atau orang yang dipimpinnnya, mempunyai kepercayaan diri dan perilaku yang kepribadian tegas, berani dan agresif yang ditunjukkan pemimpin dalam memberikan

arahan dalam melaksanakan tugas, cerdas dalam menyelesaikan setiap permasalahan yang muncul serta pengetahuan yang menunjukkan kinerja dengan memberikan petunjuk dan masukan. Instrumen penelitian kepemimpinan manajerial dimodifikasi dari instrument penelitian yang dilakukan oleh Asmarani.⁸¹

⁸¹ Dinda Estika Asmarani dalam ,” *Analisis pengaruh perencanaan strategi terhadap kinerja perusahaan dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing*”,(Tahun: 2006)

Kisi-kisi Instrumen Kepemimpinan Manajerial (X1)

Variabel	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Instrument
Kepemimpinan	Kepemimpinan adalah proses untuk mempengaruhi orang lain untuk memahami dan setuju dengan apa yang perlu dilakukan dan bagaimana tugas itu dilakukan secara efektif, serta proses untuk memfasilitasi upaya individu dan kolektif untuk mencapai tujuan bersama	Integritas	<ul style="list-style-type: none"> Kejujuran Profesionalitas 	<ul style="list-style-type: none"> Jujur dalam bertindak mengenal pekerjaan Memiliki sifat yang jujur dalam bekerja Sikap profesionalitas dalam menjalankan pekerjaan 	KP1, KP2, KP3
		Kompetensi	<ul style="list-style-type: none"> Pengetahuan Keterampilan 	<ul style="list-style-type: none"> Pemimpin memiliki pengetahuan yang luas Memiliki skill diatas rata-rata 	KP4, KP5
		Konsistensi	<ul style="list-style-type: none"> Kehandalan Prediktabilitas 	<ul style="list-style-type: none"> Handal dalam bertindak Handal dalam membuat keputusan Dapat mempredikalkan keuangan perusahaan atau forecasting 	KP6, KP7, KP8
		Loyalitas	<ul style="list-style-type: none"> Tidak bertindak oportunistis Berorientasi penuh terhadap perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak mementingkan kepentingan pribadi Berusaha mencapai tujuan perusahaan Memiliki sifat loyal terhadap perusahaan dan karyawan 	KP9, KP10, KP11
		Keterbukaan	<ul style="list-style-type: none"> Kepercayaan Sharing (berbagi) 	<ul style="list-style-type: none"> Pemimpin saling percaya terhadap kemampuan karyawan Saling membangun kepercayaan antara karyawan dan pemimpin Sharing atas problem pekerjaan Sharing masalah atau personal problem dikantor 	KP12, KP13, KP14, KP15

3. Variabel Budaya Perusahaan (X2)

a. Definisi Konseptual

Budaya perusahaan adalah aturan main yang ada dalam perusahaan yang akan menjadi pegangan dari SDM-nya dalam menjalankan kewajibannya dan nilai-nilai untuk berperilaku di dalam organisasi tersebut.

b. Definisi Operasional

Budaya perusahaan adalah suatu pola asumsi dasar yang dimiliki oleh anggota perusahaan yang berisi nilai-nilai, norma-norma dan kebiasaan yang mempengaruhi pemikiran, pembicaraan, tingkah laku, dan cara kerja karyawan sehari-hari, sehingga akan bermuara pada kualitas kinerja perusahaan dan meningkatkan daya saing perusahaan. Dengan demikian, budaya perusahaan merupakan solusi yang secara konsisten dapat berjalan dengan baik, bagi sebuah kelompok dalam menghadapi persoalan-persoalan di dalam dan di luar kelompoknya. Instrumen penelitian *corporate culture* diadopsi dan dimodifikasi dari instrumen penelitian yang dilakukan oleh Kotter dan Heskett.⁸²

⁸² Jesper B. Sorensen dalam ,” *The strength of corporate culture and the reliability of firm performance*”,(Tahun: 2001)

Kisi-kisi Instrumen Budaya Perusahaan (X2)

Varabel	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Sub indikator	Instrument
Corporate Culture	Corporate Culture adalah aturan main yang ada dalam perusahaan yang akan menjadi pegangan dari SDM-nya dalam menjalankan kewajibannya dan nilai-nilai untuk berperilaku di dalam organisasi tersebut.	Routines	<ul style="list-style-type: none"> Rutinitas Meeting/ briefing Absensi 	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan briefing atau meeting di pagi hari Melakukan absen setiap hari 	CC1, CC2
		Rituals	<ul style="list-style-type: none"> Beribadah Merayakan ulang tahun owner 	<ul style="list-style-type: none"> Pengajian dilakukan setiap hari Jum'at di pagi hari Memperingati Hari Ulang tahun Pemilik perusahaan 	CC3, CC4
		Rules	<ul style="list-style-type: none"> Sangat terlambat Punishment atas tindakan integritas 	<ul style="list-style-type: none"> Pemotongan gaji jika telat masuk Pengenaan SP atas tindakan yang melanggar integritas perusahaan 	CC5, CC6
		Symbols	<ul style="list-style-type: none"> Atribut 	<ul style="list-style-type: none"> Penggunaan id card setiap hari kerja Penggunaan lambang perusahaan yel pada saat acara 	CC7, CC8, CC9, CC10,
		Stories	<ul style="list-style-type: none"> Sejarah perusahaan Jenis perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> Memuat sejarah perusahaan pada materi training Manajer menjelaskan mengenai jenis perusahaan 	CC11,CC12
		System	<ul style="list-style-type: none"> Sistem perusahaan Struktur 	<ul style="list-style-type: none"> Adanya SOP perusahaan Adanya stuktur organisasi perusahaan 	CC13, CC14
		Values	<ul style="list-style-type: none"> Nilai perusahaan Nilai Moral 	<ul style="list-style-type: none"> Citra perusahaan di mata stakeholders Menanamkan nilai kekeluargaan di perusahaan 	CC15,CC16

4. Variabel Rencana Bisnis (X3)

a. Definisi Konseptual

Rencana bisnis adalah suatu rencana tertulis yang memuat misi dan tujuan bisnis, cara kerja dan rincian keuangan/permodalan susunan para pemilik dan manajemen dan bagaimana cara mencapai tujuan bisnisnya.

b. Definisi Operasional

Rencana Bisnis merupakan suatu proses perencanaan bisnis yang tercantum dalam sebuah dokumen tertulis yang dibuat oleh *entrepreneur* yang berisi analisis perencanaan bisnis mulai dari keuangan, marketing, sdm, resiko bisnis. *Business plan* sendiri dibuat dengan beberapa tujuan yaitu *start up business*, *established business*, atau SBU. Dalam strategi *management business plan corporate* dapat dibuat pada saat suatu perusahaan ingin mendirikan suatu SBU baru atau terhadap cabang-cabang atau bahkan perusahaan itu sendiri jika ingin mencapai target margin yang lebih tinggi.

Kisi-kisi Instrumen Rencana Bisnis (X3)

Variabel	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Sub indikator	Instrument
Business Plan	Business plan adalah suatu rencana tertulis yang memuat misi dan tujuan bisnis, cara kerja dan rincian keuangan/permodalan susunan para pemilik dan manajemen dan bagaimana cara mencapai tujuan bisnisnya.	Organisation	<ul style="list-style-type: none"> Objectives . Goal and target 	<ul style="list-style-type: none"> Tercapainya target /tujuan bisnis di tahun sebelumnya. Berusaha mencapai target/tujuan bisnis ditahun ini 	BP1, BP2
		Operation	<ul style="list-style-type: none"> Products/services Market. Industry 	<ul style="list-style-type: none"> Pengenalan Produk baru kepada customer Inovasi produk secara terus menerus Mengikuti Pergerakan Market Menganalisis perubahan Industri 	BP3, BP4, BP5, BP6
		Marketing	<ul style="list-style-type: none"> Marketing strategy Selling Marketing plan 	<ul style="list-style-type: none"> Inovasi dalam segi promosi dan distribusi Menetapkan target penjualan Program Marketing Plan yang Baru di tahun ini 	BP7, BP8, BP9
		Hrd	<ul style="list-style-type: none"> Structure Recruitment and training 	<ul style="list-style-type: none"> Membentuk Team baru dalam business plan yang baru Melakukan rekrutment karyawan baru 	BP10, BP11
		Finance	<ul style="list-style-type: none"> Profit/Loose 	<ul style="list-style-type: none"> Proyeksi Target Laba yang akan di raih 	BP12, BP13
			<ul style="list-style-type: none"> Cash flow 	<ul style="list-style-type: none"> Trun over Arus Kas yang Lancar 	
		Analisis	<ul style="list-style-type: none"> Strength and Weakness Opportunity and Threat 	<ul style="list-style-type: none"> Membuat Analisis Internal Perusahaan (Strength & Weakness) Membuat Analisis Eksternal Perusahaan (Opportunity&Threat) 	BP14, BP15

F. Teknik Analisis Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada seluruh karyawan yang berlevel asmen sampai dengan manajer yang berada di kantor pusat dan cabang pada PT Aditya Mandiri Sejahtera. Data ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari penelitian. Kuesioner ini terlebih dahulu diuji dengan menggunakan validitas dan realibilitas dengan uji coba kuesioner sebelum digunakan untuk analisis selanjutnya.

1. Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pertanyaan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut. Uji validitas ini memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklasifikasikan pada variabel-variabel yang telah ditetapkan (*construct validity*). Apabila suatu pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut maka data tersebut disebut valid.

2. Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur apakah jawaban seorang responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Apabila responden konsisten dalam menjawab pertanyaan dalam angket, maka data tersebut adalah reliabel.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terdapat variabel terikat, oleh karena itu peneliti akan menggunakan model

metode regresi linier berganda (*multiple regression analysis*). Cara mencarinya dengan menggunakan SPSS . Tetapi sebelum kita mencari dengan metode regresi linier berganda, terdapat suatu syarat di mana variabel tersebut terbebas dari Uji Asumsi Klasik.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan mewakili (representatif) maka model tersebut harus memenuhi uji asumsi klasik regresi yang meliputi

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolenieritas bertujuan untuk menguji adanya hubungan linier diantara variabel-variabel bebas dalam persamaan regresi. Bila variabel-variabel bebas berkolerasi secara sempurna, maka persamaan regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan. Dengan demikian regresi linier klasik mengasumsikan tidak terjadinya multikolinieritas diantara variabel-variabel bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolenieritas dapat dilakukan dengan uji *Variance Inflation Factor* (VIF) dan matrik kolerasi antar variabel bebas yang dihitung dengan menggunakan SPSS 17. Model dikatakan tidak terjadi multikolinieritas apabila (Suliyanto)

- 1) Output SPSS 17 pada *coefficients* menunjukkan nilai $VIF < 10$ atau nilai *tolerance* $> 0,10$
- 2) Output SPSS 17 pada *coefficients correlations* menunjukkan nilai korelasi antar variabel bebasnya $< 0,5$.

Cara mengatasi Multikolenialitas :

- Menghilangkan satu atau lebih variabel bebas yang mempunyai koefisien korelasi tinggi atau penyebab multikolinearitas.
- Jika tidak dihilangkan, hanya digunakan untuk membantu memprediksi dan tidak untuk diinterpretasikan.
- Menggunakan metode lain, misalnya metode regresi bayesian dan metode regresi ridge.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas (Ghozali).

Adapun cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi antar nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik plot dengan dasar analisis.

Uji heteroskedastisitas dapat juga dilakukan dengan menggunakan uji glejser dilakukan dengan meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen Gujarati dalam (Ghozali) dengan persamaan regresi :

$$|U_t| = \alpha + \beta X_t + v_t$$

c. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Ghozali bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Dalam penelitian ini digunakan dua cara untuk melakukan uji normalitas data yaitu analisis grafik dan analisis statistik.

1) Analisis grafik

Alat uji yang digunakan adalah menggunakan analisis grafik norma plot. Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah

- a Jika titik menyebar di sekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b Jika titik menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali).

2) Analisis statistik

Selain menggunakan grafik, penelitian ini juga menggunakan uji statistik dengan Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S). Dasar pengambilan keputusan pada analisis Kolmogorov-Smirnov Z adalah sebagai berikut:

- a) Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak. Hal ini berarti data residual terdistribusi tidak normal.

- b) Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima. Hal ini berarti data residual terdistribusi dengan normal (Ghozali).

4. Uji Hipotesis

a Analisis Regresi

Analisis data untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi. Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen serta untuk mengetahui arah hubungan tersebut (Ghozali). Analisis regresi dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan manajerial, budaya perusahaan dan rencana bisnis terhadap daya saing perusahaan. Adapun bentuk model yang akan diuji dalam penelitian ini yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Daya Saing Perusahaan

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien Regresi

X_1 = Kepemimpinan manajerial

X_2 = Budaya perusahaan

X_3 = Rencana bisnis

e = *error term*

b Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2011:98) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Hipotesis yang akan diuji :

Ho : $\beta = 0$, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing Perusahaan

H1 : $\beta \neq 0$, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing Perusahaan

Dengan ketentuan sebagai berikut

- 1) Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ dan probabilitas $> 0,05$ maka Ho diterima dan H1 ditolak untuk $\alpha = 5\%$.
- 2) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan probabilitas $> 0,05$ maka Ho ditolak dan H1 diterima untuk $\alpha = 5\%$.

b Uji Statistik F (Uji Signifikansi Serentak)

Uji F digunakan untuk menilai kelayakan sebuah model (*goodness of fit* model).

c Koefisien Determinasi (R^2).

Menurut Imam Ghozali "koefisien determinasi (R^2) intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Kriterianya :

- Nilai (R^2) yaitu antara 0 dan 1.
- Nilai (R^2) yang kecil atau = 0, berarti kemampuan variabel independennya dalam menjelaskan variabel dependennya amat terbatas.
- Nilai (R^2) mendekati satu atau = 1, variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.⁸³

⁸³ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (Semarang, Badan penerbit UNDIP, 2011), h.97.