

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh dari faktor aliansi stratejik terhadap kinerja perusahaan.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh dari faktor perencanaan stratejik terhadap kinerja perusahaan.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh dari aliansi stratejik dan perencanaan stratejik terhadap kinerja perusahaan dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini adalah PT Indofood CBP Sukses Makmur Divisi *Food Seasoning* Cibitung. Data dan informasi lainnya termasuk mengenai aliانسinya dengan PT Nestle Indonesia, perencanaan stratejik, dan kinerja perusahaan diperoleh dari quisioner, wawancara, laporan operasional, informasi website, materi publikasi, dan hasil observasi.

Penelitian dilakukan mulai dari bulan Oktober 2013 s/d juni 2014 dengan ruang lingkup penelitian meliputi Informasi umum mengenai aliansi stratejik, perencanaan stratejik, operasional perusahaan, dan pemasaran sebelum dan sesudah PT Indofood CBP Sukses Makmur Divisi *Food Seasoning* Cibitung melakukan aliansi stratejik dengan PT Nestle Indonesia dari tahun 2003 sampai dengan 2013 (*Joint Venture* disepakati tahun 2005). Oleh karena itu analisis hasil penelitian dan kesimpulan yang ditarik perlu diinterpretasikan dalam ruang lingkup tersebut.

C. Metode Penelitian

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai metode penelitian yang akan digunakan sebagai dasar dalam melakukan analisis terhadap model faktor-faktor yang mempengaruhi aliansi stratejik, perencanaan stratejik, kinerja perusahaan dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing, yang terdiri dari jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data serta teknik analisa data. Penelitian ini termasuk dalam metode penelitian gabungan yaitu kuantitatif dan kualitatif. Penelitian gabungan merupakan suatu prosedur untuk pengumpulan data, analisis data secara sekuensial menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif atau sebaliknya.

Menurut Sugiyono, Penelitian kuantitatif asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.⁸⁵ Di mana hubungan antara variabel dalam penelitian akan dianalisis dengan menggunakan ukuran-ukuran statistika yang relevan atas data tersebut untuk menguji hipotesis. Dalam metode ini akan diamati secara seksama aspek-aspek tertentu yang berkaitan erat dengan masalah yang diteliti, sehingga diperoleh data primer yang menunjang penyusunan laporan penelitian ini.

Data-data yang diperoleh selama penelitian ini akan diolah, dianalisis dan diproses dengan teori-teori yang telah dipelajari, sehingga dapat memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti, dan dari gambaran objek tersebut dapat ditarik kesimpulan mengenai masalah yang diteliti. Sedangkan untuk menganalisis data dan pengujian hipotesis, penulis menggunakan teknik statistik inferensial, yaitu statistik parametris karena data yang akan dianalisis berbentuk data kuantitatif dalam bentuk rasio. Statistik parametris adalah statistik yang digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik, atau menguji ukuran populasi melalui data sampel. Sedangkan dalam penelitian kualitatif akan dilakukan pengamatan serta komparasi terhadap data kinerja operasional dan penjualan PT Indofood CBP Sukses Makmur Divisi Food Seasoning sebelum dan setelah melakukan aliansi stratejik dengan Nestle.

⁸⁵ Sugiyono. Metode Penelitian Bisnis. Penerbit Alfa Beta, Bandung. 2008. h. 5

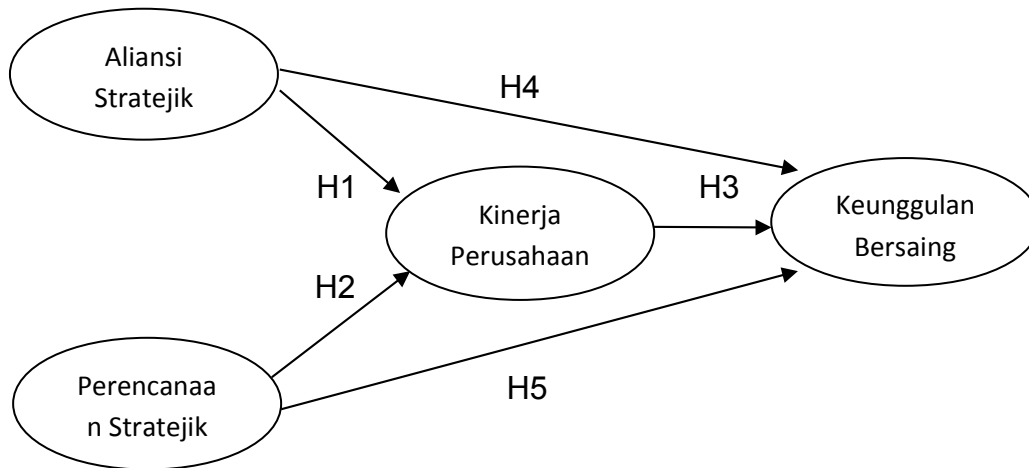
Penelitian ini berfokus pada pengkajian mengenai perencanaan strategik dan karakteristik atau kondisi aliansi strategik antara PT Indofood CBP Sukses Makmur Divisi *Food Seasoning* Cibitung dengan PT Nestle Indonesia, serta efektivitas (*effectiveness*) dari aliansi dan perencanaan strategik tersebut sebagai sebuah sarana strategik (*vehicle*) bagi PT Indofood CBP Sukses Makmur Divisi *Food Seasoning* Cibitung dalam meningkatkan kinerja perusahaan dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantages*). Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*).

Analisis jalur (*Path Analysis*) digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung, seperangkat variabel bebas (*eksogen*) terhadap variabel terikat (*endogen*). Model analisis jalur merupakan pola hubungan sebab akibat atau *a set of hypothesized causal asymmetric relation among the variable*. Seperti yang dikemukakan Sugiyono dalam model kausal dibedakan antara variabel *eksogenus* dan variabel *endogenus*. Variabel *eksogenus* adalah variabel yang keberagamannya tidak dipengaruhi oleh penyebab di dalam sistem (*model*), variabel ini ditetapkan sebagai variabel pemula yang member efek kepada variabel lain. Variabel ini tidak diperhitungkan jumlah sisanya (*disturbance*) meskipun sebenarnya juga mempunyai sisa/*error*. Sedangkan variabel *endogenus* adalah variabel yang keragamannya

terjelaskan oleh variable *eksogenus* dan variabel *endogenus* lainnya dalam model. Beberapa asumsi yang mendasari analisis jalur (*Path Analysis*) menurut Riduan, adalah sebagai berikut:⁸⁶

- 1) Hubungan antar variabel adalah bersifat linier, adaptif dan bersifat normal.
- 2) Hanya sistem aliran kausal ke satu arah artinya tidak ada arah kausalitas yang berbalik.
- 3) Variabel terikat (*endogen*) minimal dalam skala ukur interval atau ratio.
- 4) Menggunakan *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.
- 5) *Observed variables* diukur tanpa kesalahan (instrumen pengukuran valid dan reliable artinya variabel yang diteliti dapat diobservasi secara langsung.
- 6) Model yang dianalisis dispesifikasikan (diidentifikasi) dengan benar berdasarkan teori-teori dan konsep-konsep yang relevan artinya model teori yang dikaji atau diuji dibangun berdasarkan kerangka teoritis tertentu yang mampu menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel yang diteliti.

⁸⁶ Riduan, Metode dan teknik menyusun proposal penelitian , alfabeta, bandung 2007 . h.116-118



Gambar 3.1
Diagram Alur Penelitian

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono, pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi sasaran adalah populasi yang akan digunakan untuk menjadi sasaran penelitian. Populasi merupakan sekumpulan objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan peneliti melalui kriteria tertentu untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi terdiri dari manusia atau orang, file-file atau dokumen-dokumen yang dapat dipandang sebagai objek penelitian.⁸⁷

⁸⁷ Sugiyono, *Op. cit.* h 115

Populasi dalam penelitian ini adalah Manajer, Supervisor dan Staf koordinator di PT Indofood CBP Sukses Makmur Divisi *Food Seasoning* Cibitung. Populasi adalah kelompok atau kumpulan individu-individu atau obyek penelitian yang memiliki standar-standar tertentu dari ciri-ciri yang telah ditetapkan sebelumnya. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik. Gambaran populasi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1. Gambaran Populasi (responden) penelitian

Level	Jumlah
Manajer	16
Supervisor	27
Staff coordinator	30
Total	73

2. Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh populasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini, yaitu sejumlah 73 orang. Dalam penelitian ini terdapat 3 level unsur karyawan yang dijadikan sampel yaitu manajer, supervisor, dan staff kordinator. Dasar dari pemilihan sampel dari ke 3 unsur karyawan tersebut adalah karena ke 3 unsur karyawan tersebut berperan

langsung dalam operasional perusahaan untuk mensupervisi setiap kebijakan yang diambil oleh perusahaan sehingga bisa dipahami oleh seluruh karyawan, selain itu level manager, supervisor dan staf kordinator juga dilibatkan dalam *technical meeting* untuk membahas langkah-langkah strategi operasional untuk meningkatkan kinerja perusahaan, baik dari sisi *quality*, produksi, mesin, produk, *product development* maupun pemasaran.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek yaitu data berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian (responden). Dalam hal ini data primer didapat dari staf dan manajemen PT Indofood CBP Sukses Makmur Divisi Food Seasoning sebagai responden. Menggunakan metode survei, yaitu menggunakan metode wawancara langsung dengan responden dan dengan menggunakan daftar kuesioner. Adapun yang termasuk dalam kategori data yang didapat ini berhubungan dengan variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini terdapat dua kelompok data yaitu :

- 1) Data Primer, yaitu data yang didapat melalui metode kuisisioner dan wawancara kepada staf dan manajemen PT Indofood CBP Sukses Makmur Divisi *Food Seasoning* Cibitung. Untuk menilai kinerja perusahaan, penelitian ini melibatkan sejumlah karyawan PT Indofood CBP Sukses Makmur Divisi Food Seasoning pada level staf coordinator dan managerial. Alasan dipilihnya level staf koordinator dan managerial karena memiliki wawasan

dan pengetahuan tentang kemampuan perusahaan dalam mencapai kinerja yang akan dicapai. Level managerial yang dipilih meliputi: Manajer dan Supervisor.

2) Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh berdasarkan dokumen resmi yang didapat dari internal perusahaan. Data ini terkait dengan tujuan penelitian dalam mengevaluasi kinerja perusahaan. Data yang dibutuhkan adalah data operasional perusahaan dan data penjualan.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner berdasarkan identifikasi variabel. Pertimbangan untuk responden adalah para staff dan manajer PT Indofood CBP Sukses Makmur Divisi *Food Seasoning*. Kemudian untuk kriteria sampel adalah tenaga kerja minimal 3 tahun bekerja di PT Indofood CBP Sukses Makmur Divisi *Food Seasoning*. Pemilihan metode ini salah satunya dilatar belakangi keterbatasan waktu dan biaya penelitian, namun pertimbangan dan representasi populasi diharapkan tetap tidak terganggu. Metode analisis yang digunakan dalam studi kasus ini adalah Uji analisis jalur (*Path Analysis*).

E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini, diperoleh melalui dua sumber, yaitu:

a. Sumber data primer

Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan tujuan spesifik penelitian, yang meliputi data tentang aliansi stratejik, perencanaan stratejik, kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing. Metode pengumpulan data primer dilakukan dengan metode angket / kuesioner untuk mendapatkan data tentang dimensi dari konstruk yang sedang dikembangkan dalam penelitian ini dengan menggunakan skala linkert 1 s/d 5 item. Menurut Sugiyono, Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang merupakan skala kontinum bipolar, pada ujung sebelah kiri (angka rendah) menggambarkan suatu jawaban yang bersifat negatif.⁸⁸ Sedang ujung sebelah kanan (angka tinggi), menggambarkan suatu jawaban yang bersifat positif. Skala likert dirancang untuk meyakinkan responden menjawab dalam berbagai tingkatan pada setiap butir pertanyaan atau pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Data tentang dimensi dari variabel–variabel yang dianalisis dalam penelitian ini yang ditujukan kepada responden menggunakan skala 1 – 5 untuk mendapatkan data yang bersifat interval dan diberi skor sebagai berikut:

1	2	3	4	5
Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat setuju

b. Sumber data sekunder

⁸⁸ Sugiyono. *Op. cit.* h 86

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Dan untuk data sekunder diperoleh dalam penelitian ini adalah dari laporan operasional (kinerja perusahaan) serta laporan penjualan dari tahun 2003-2013.

1. Instrumen Variabel Terikat

Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel Terikat (Keunggulan Bersaing)

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Instrumen
Keunggulan Bersaing (Bharadwaj, Varadarajan & Fahy, 1993 dalam Estika, D.A (2006))	Pola bagaimana perusahaan mengelola sumberdayanya dan menciptakan keunggulan bersaing dibanding pesaingnya	Sustainability	Sumber daya yang bernilai	1. Sumberdaya manusia yang bernilai 2. Kepribadian dan perilaku pekerja yang baik dan memiliki rasa memiliki yang baik terhadap perusahaan 3. Sumber daya material dan mesin yang bernilai 4. Mutu dari bahan baku yang terjaga kualitasnya	KB1 KB2 KB3 KB4
			Berbeda dengan perusahaan yang lain	1. Identitas perusahaan dan brand produk yang kuat 2. Perusahaan selalu menjadi innovator dalam bidang usahanya 3. Tidak meniru produk lain 4. Pengembangan produk baru yang	KB5 KB6 KB7

				dilakukan secara baik	KB8
			Tidak mudah ditiru	1. Produk yang dihasilkan sulit di tiru oleh pesaing 2. Menghasilkan produk yang inovatif 3. Produk yang dihasilkan memiliki ciri khas yang unik 4. Kerahasiaan produk dan proses terjaga dengan baik	KB9 KB10 KB11 KB12
			Tidak mudah digantikan	1. Produk yang dihasilkan tidak mudah digantikan oleh produk lain 2. Orisinalitas produk yang dihasilkan terjaga 3. Mutu kualitas produk terjaga dengan baik 4. Produk yang dihasilkan sudah melekat di masyarakat	KB13 KB14 KB15 KB16

Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel Terikat (Kinerja Perusahaan)

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Instrumen
Kinerja Perusahaan (Narver & Slater, 1997 Estika,	Pengukuran Pelaksanaan tugas perusahaan dan pengukuran dampak dari strategi	Pertumbuhan Pangsa Pasar	Efisiensi	1. Proses produksi efisien	KP1
				2. Produktivitas yang tinggi	KP2
				3. Loss produk yang rendah	KP3
				4. Pengurangan	

D.A (2006))	perusahaan			downtime proses produksi	KP4
				5. Pengurangan produk fault	KP5
				6. Pemanfaatan seluruh sumberdaya secara efisien	KP6
			Efektivitas	1. Proses usaha lebih efektif	KP7
				2. Ketersediaan tenaga kerja sesuai kebutuhan	KP8
				3. Modal usaha dikelola dengan efektif melalui investasi yang tepat terhadap mesin dan bangunan	KP9
				4. Program promosi yang efektif	KP10
				5. Efektivitas penjualan dan penyaluran produk	KP11
			Adaptabilitas	1. Perusahaan lebih mudah beradaptasi dengan lingkungan industry dan persaingan	KP12
				2. Perusahaan bisa beradaptasi dengan regulasi pemerintah	KP13
				3. Perusahaan lebih mudah beradaptasi dengan kebutuhan market terkait produk dan kualitas	KP14
				4. Reaksi yang positif dari perusahaan terhadap perubahan lingkungan yang terjadi	KP15

2. Instrumen Variabel Bebas

Adapun yang menjadi variabel bebas (independent) adalah variabel Aliansi stratejik dan Keunggulan Bersaing. Tabel berikut ini menggambarkan operasional variabel dari kedua variabel bebas tersebut.

Tabel 3.4. Operasinalisasi Variabel Bebas (Aliansi Stratejik)

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Instrumen
Aliansi Stratejik (Saffu & Mamma n Muafi (2000) dalam Hery, P, GL, 2008)	Aliansi stratejik sebagai kerjasama dari kemampuan bersaing diantara perusahaan-perusahaan dimana setiap partner mencari tambahan kemampuannya dengan mengkombinasikan beberapa sumber yang ada di perusahaan dengan partner-nya.	Kapabilitas Aliansi	Kemampuan Pengkombinasian Sumber daya	1. Mampu mengkombinasikan sumberdaya yang dimiliki oleh kedua belah pihak	AS1
				2. Sumberdaya yang dimiliki memiliki kualitas yang baik	AS2
				3. Adanya kesamaan dan kesetaraan porsi dalam penyatuan sumberdaya	AS3
				4. Kemampuan manajerial yang baik	AS4
			Kemampuan Akses Pasar yang luas	1. Perusahaan mampu mengakses pasar yang lebih luas	AS5
				2. Produk yang dihasilkan lebih mudah diterima dipasar	AS6
				3. Brand produk memiliki image yang lebih kuat	AS7
				4. Loyalitas konsumen meningkat terhadap brand yang dihasilkan perusahaan	AS8

				5. Produk bisa masuk kepasar internasional	AS9
			Kemampuan Peningkatan Skill dan teknologi	1. Terjadinya transfer ilmu dan pengetahuan dalam kerjasama	AS10
				2. Pengetahuan tenaga kerja meningkat baik hard skill maupun soft skill	AS11
				3. Penggunaan teknologi baru yang kompetitif dan mutakhir	AS12
				4. Tersedianya fasilitas dan program pelatihan secara baik dan diberikan kepada seluruh karyawan	AS13

Tabel 3.5. Operasionalisasi Variabel Bebas (Perencanaan Stratejik)

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Instrumen
Perencanaan Stratejik (Rue & Ibrahim, 1998; Matthews & Scott, 1995; Shrader et al, 1998 dalam	Proses sistematis yang disepakati organisasi dan membangun keterlibatan stakeholder utama tentang prioritas yang hakiki bagi misinya dan tanggap terhadap lingkungan operasi	Perumusan stratejik	Misi Perusahaan	1. Misi perusahaan sesuai dengan visi perusahaan	PS1
				2. Misi perusahaan update dengan perkembangan zaman	PS2
				3. Misi perusahaan mencakup keseluruhan arah dari perusahaan	PS3
				4. Misi perusahaan dipahami oleh seluruh karyawan	PS4

Estika, D.A (2006))			Tujuan yang hendak dicapai	1. Tujuan yang ditetapkan realistis	PS5
				2. Tujuan yang diharapkan perusahaan dipahami oleh seluruh karyawan	PS6
				3. Tujuan perusahaan tercapai dengan baik	PS7
			4. Indikator dari keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan dibuat secara jelas	PS8	
		Pemilihan dan pengembangan strategi	1. Pemilihan dan pengembangan strategi perusahaan tepat untuk memenangkan persaingan	PS9	
			2. Pemilihan strategi sesuai dengan kemampuan dan ketersediaan sumberdaya	PS10	
			3. Pengembangan strategi perusahaan yang berkesinambungan	PS11	
			4. Pengembangan strategi perusahaan sesuai dengan kebijakan perusahaan	PS12	
		Penentuan pedoman kebijakan	1. Penentuan kebijakan tidak melanggar peraturan pemerintah	PS13	
			2. Penentuan kebijakan selalu mengutamakan kebutuhan konsumen	PS14	

				3. Penentuan kebijakan perusahaan sesuai dengan harapan karyawan	PS15
				4. Penentuan kebijakan perusahaan sesuai dengan harapan pemegang saham untuk memperoleh keuntungan	PS16

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum penelitian dilaksanakan maka langkah yang utama adalah melakukan uji coba instrumen penelitian. Uji coba dari butir-butir instrumen pada keempat variabel dimaksudkan untuk menguji keabsahan dan kehandalan butir-butir instrumen yang digunakan dalam penelitian. kuisioner sebagai salah satu alat yang digunakan dalam teknik pengumpulan data, maka kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan penelitian merupakan hal yang sangat penting. Keabsahan suatu hasil penelitian ditentukan oleh alat ukur yang digunakan. Apabila alat ukur yang digunakan tidak valid atau tidak dapat dipercaya, maka hasil penelitian yang diperoleh tidak akan menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Untuk mengatasi hal ini diperlukan 2 macam pengujian yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji keandalan (*test of reliability*).

a. Pengujian Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah pernyataan pada suatu kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Menurut Sugiyono, validitas instrumen diuji dengan menggunakan korelasi skor butir dengan skor total 'Product Moment (Pearson)'.⁸⁹ Analisis dilakukan terhadap semua butir instrumen. Kriteria pengujiannya dilakukan dengan cara membandingkan r hitung dengan r tabel pada taraf $\alpha = 0,05$. Rumus korelasi *Product Moment* dari Karl's Pearson menurut kutipan Sugiyono:⁹⁰

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

dengan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara gejala x dan gejala y

x = skor butir item

y = Jumlah skor

n = Jumlah data

⁸⁹ Sugiyono. *Op. cit.* h 106

⁹⁰ Sugiyono. *Op. cit.* h 213

Jika hasil perhitungan ternyata r hitung $>$ r tabel maka butir instrumen dianggap valid, sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka dianggap tidak valid (invalid), sehingga instrumen tidak dapat digunakan dalam penelitian.

Sementara itu Masrun dalam Sugiyono, menyatakan “teknik korelasi untuk menentukan validitas item ini sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan: Selanjutnya dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, Masrun menyatakan “Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasinya tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,361$ ”. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,361 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.⁹¹ Jika r hitung untuk r tiap butir pernyataan bernilai positif dan lebih besar dari r tabel maka butir tersebut dinyatakan valid. Hasil uji validitas dari semua variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3.6. Hasil Uji Validitas Keunggulan Bersaing (Z)

Dimensi Keunggulan Bersaing	Komponen Pernyataan	Item Pernyataan	Hasil Uji SPSS Ver 16.0	Keterangan
Sumber daya yang	Sumberdaya manusia yang bernilai yang dimiliki oleh perusahaan	KB1	.372*	Valid

⁹¹ Sugiyono. *Op. cit.* h 160

bernilai	Kepribadian dan perilaku pekerja yang baik dan memiliki rasa memiliki yang baik terhadap perusahaan	KB2	.512**	Valid
	Sumber daya material dan mesin yang bernilai dan berkualitas tinggi	KB3	.573**	Valid
	Mutu dari bahan baku yang terjaga kualitasnya	KB4	.765**	Valid
Berbeda dengan perusahaan yang lain	Identitas perusahaan dan merek (brand) produk yang menjadi lebih kuat.	KB5	.366*	Valid
	Perusahaan selalu menjadi pencipta inovasi/innovator dalam bidang usahanya.	KB6	.675**	Valid
	Produk yang dihasilkan tidak meniru produk lain.	KB7	.726**	Valid
	Pengembangan produk baru yang dilakukan secara baik.	KB8	.805**	Valid
Tidak Mudah Ditiru	Produk yang dihasilkan sulit ditiru oleh pesaing/competitor	KB9	.778**	Valid
	Menghasilkan produk yang inovatif	KB10	.769**	Valid
	Produk yang dihasilkan memiliki ciri khas yang unik	KB11	.770**	Valid
	Kerahasiaan produk dan proses produksi terjaga dengan baik.	KB12	.810**	Valid
Tidak Mudah Digantikan	Produk yang dihasilkan tidak mudah digantikan oleh produk lain/produk kompetitor.	KB13	.820**	Valid
	Ke-aslian (Orisinalitas) produk yang dihasilkan terjaga.	KB14	.820**	Valid
	Mutu kualitas produk yang dihasilkan terjaga dengan baik.	KB15	.823**	Valid
	Produk yang dihasilkan sudah melekat di masyarakat.	KB16	.496**	Valid

Tabel 3.7. Hasil Uji Validitas Kinerja Perusahaan (Y)

Dimensi Kinerja Perusahaan	Komponen Pernyataan	Item Pernyataan	Hasil Uji SPSS Ver 16.0	Keterangan
Efisiensi	Proses produksi lebih efisien pasca kerjasama dengan Nestle	KP1	.901**	Valid
	Produktivitas yang semakin tinggi/meningkat pasca kerjasama dengan Nestle	KP2	.816**	Valid
	Kehilangan produk yang rendah pasca kerjasama dengan Nestle	KP3	.654*	Valid
	Pengurangan downtime proses produksi pasca kerjasama dengan Nestle	KP4	.762**	Valid
	Pengurangan produk fault/kesalahan produksi pasca kerjasama dengan Nestle	KP5	.489**	Valid
	Pemanfaatan seluruh sumberdaya (keuangan, manusia, material, mesin, metode) secara efisien	KP6	.613**	Valid
Efektivitas	Proses usaha menjadi lebih efektif	KP7	.644**	Valid
	Ketersediaan tenaga kerja sesuai kebutuhan operasional perusahaan	KP8	.585**	Valid
	Modal usaha dikelola dengan efektif melalui investasi yang tepat terhadap manusia, mesin dan bangunan.	KP9	.781**	Valid
	Program promosi yang efektif sehingga menghasilkan penjualan yang meningkat.	KP10	.580**	Valid
	Efektivitas penjualan dan penyaluran produk menjadi lebih efektif dan menjangkau daerah yang lebih luas.	KP11	.748**	Valid

Adaptabilitas	Perusahaan lebih mudah beradaptasi dengan lingkungan industri dan persaingan dengan competitor	KP12	.642**	Valid
	Perusahaan bisa beradaptasi dengan regulasi pemerintah (peraturan pemerintah).	KP13	.522**	Valid
	Perusahaan lebih mudah beradaptasi dengan kebutuhan pasar (konsumen) terkait produk dan kualitas	KP14	.685**	Valid
	Reaksi yang positif dari perusahaan terhadap perubahan lingkungan yang terjadi.	KP15	.771**	Valid

Tabel 3.8. Hasil Uji Validitas Perencanaan Stratejik (X2)

Dimensi Keunggulan Bersaing	Komponen Pernyataan	Item Pernyataan	Hasil Uji SPSS Ver 16.0	Keterangan
Misi Perusahaan	Misi perusahaan sesuai dengan visi, tujuan dan sasaran yang dibuat oleh perusahaan	PS1	.611**	Valid
	Misi perusahaan update dengan perkembangan zaman	PS2	.789**	Valid
	Misi perusahaan mencakup keseluruhan arah dari perusahaan	PS3	.762**	Valid
	Misi perusahaan dipahami oleh seluruh karyawan	PS4	.355	Not Valid
Tujuan yang hendak dicapai	Tujuan yang ditetapkan perusahaan realistis (mungkin untuk dicapai)	PS5	.732**	Valid
	Tujuan yang diharapkan perusahaan dipahami oleh seluruh	PS6	.632**	Valid

	karyawan			
	Tujuan perusahaan tercapai dengan baik dengan memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki	PS7	.643**	Valid
	Indikator dari keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan dibuat secara jelas	PS8	.825**	Valid
Pemilihan dan Pengembangan Strategi	Pemilihan dan pengembangan strategi perusahaan tepat untuk memenangkan persaingan dengan competitor	PS9	.701**	Valid
	Pemilihan strategi sesuai dengan kemampuan dan ketersediaan sumberdaya yang dimiliki oleh perusahaan	PS10	.735**	Valid
	Pengembangan strategi perusahaan dilakukan secara berkesinambungan	PS11	.905**	Valid
	Pengembangan strategi perusahaan sesuai dengan kebijakan perusahaan	PS12	.775**	Valid
Penentuan Pedoman Kebijakan	Penentuan kebijakan tidak melanggar undang-undang maupun peraturan pemerintah	PS13	.699**	Valid
	Penentuan kebijakan selalu mengutamakan kebutuhan konsumen untuk menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau	PS14	.697**	Valid
	Penentuan kebijakan perusahaan sesuai dengan harapan karyawan (meningkatkan kesejahteraan seluruh karyawan)	PS15	.436*	Valid
	Penentuan kebijakan perusahaan sesuai dengan harapan pemegang saham untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya.	PS16	.550**	Valid

Tabel 3.9. Hasil Uji Validitas Aliansi Stratejik (X1)

Dimensi Aliansi Stratejik	Komponen Pernyataan	Item Pernyataan	Hasil Uji SPSS Ver 16.0	Keterangan
Kemampuan Pengkombinasian Sumber daya	Sumberdaya yang dimiliki meliputi (manusia, material, mesin, metode, keuangan) yang di miliki oleh Indofood dapat dikombinasikan dengan baik oleh perusahaan.	AS1	.390*	Valid
	Sumberdaya yang dimiliki oleh Indofood memiliki kualitas yang baik dengan standard yang tinggi	AS2	.350	Not Valid
	Indofood memiliki kemampuan manajerial (manajemen) yang baik untuk mengelola sumberdaya yang dimiliki	AS3	.517**	Valid
	Adanya kesamaan dan kesetaraan porsi dalam pengkombinasian sumberdaya dari kedua belah pihak antara Indofood dan Nestle (NICI)	AS4	.596**	Valid
Kemampuan Akses Pasar yang Luas	Perusahaan Indofood-FS setelah melakukan aliansi dengan Nestle mampu mengakses pasar yang lebih luas/jaringan pemasaran menjadi lebih luas	AS5	.800**	Valid
	Produk yang dihasilkan oleh Indofood-FS lebih mudah diterima oleh pasar (konsumen)	AS6	.828**	Valid
	Merek (brand) produk Indofood-FS memiliki kesan (image) yang lebih kuat dimata konsumen pasca kerjasama aliansi dengan Nestle	AS7	.626**	Valid
	Loyalitas konsumen meningkat terhadap merek (brand) yang dihasilkan perusahaan	AS8	.629**	Valid
	Produk yang dihasilkan Indofood-FS	AS9	.639**	Valid

	bisa masuk kepasar internasional (dipasarkan keluar negeri)			
Kemampuan Peningkatan Skill dan Teknologi	Terjadinya transfer ilmu dan pengetahuan dalam kerjasama antara Indofood dan Nestle	AS10	.588**	Valid
	Pengetahuan tenaga kerja menjadi lebih meningkat baik hard skill (teknis) maupun soft skill (pengetahuan)	AS11	.618**	Valid
	Penggunaan teknologi baru yang lebih kompetitif dan mutakhir pada proses produksi dan quality pasca bekerjasama dengan Nestle	AS12	.722**	Valid
	Tersedianya fasilitas dan program pelatihan secara baik dan diberikan merata kepada seluruh karyawan	AS13	.485**	Valid

b. Penghitungan Reliabilitas

Koefisien reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk melihat konsistensi jawaban butir-butir pernyataan yang diberikan oleh responden. Adapun alat analisisnya menggunakan metode belah dua (*split half*) dengan mengkorelasikan total skor ganjil lawan total skor genap, selanjutnya dihitung reliabilitasnya menggunakan rumus "Spearman Brown', dengan rumus dalam kutipan Sugiyono .⁹²

$$r_i = \frac{2r_b}{1+r_b}$$

r_i = reliabilitas internal seluruh instrumen

r_b = Korelasi *Product Moment* antara belahan pertama dan kedua

⁹² Sugiyono. *Op. cit.* h 104

Pedoman dari Sugiyono, pemberian interpretasi terhadap reliabilitas (r_1) pada umumnya digunakan patokan sebagai berikut: 1) Reliabilitas (r_1) uji coba sama dengan atau lebih dari 0,50 berarti hasil uji coba tesnya memiliki reliabilitas tinggi; 2) Reliabilitas (r_1) uji coba kurang dari 0,50 berarti hasil uji coba tesnya memiliki reliabilitas kurang (*un-reliable*).

Tabel 3.10. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Aliansi Stratejik	AS1 s/d AS13	0,855	Dapat diandalkan
2	Perencanaan Stratejik	PS1 s/d PS 16	0,918	Dapat diandalkan
3	Kinerja Perusahaan	KP1 s/d KP15	0,916	Dapat diandalkan
4	Keunggulan Bersaing	KB1 s/d KB16	0,922	Dapat diandalkan

Sumber : data kuisisioner (diolah)

4. Instrumen Final

Berdasarkan hasil analisis dari uji validitas dan reliabilitas didapat hasil instrumen penelitian yang valid dan dapat diandalkan, sehingga dapat dinyatakan bahwa item-item yang telah diuji dapat dilakukan survey lapangan lebih lanjut, seperti yang tertera pada tabel 3.11 berikut ini :

Tabel 3.11. Instrumen Final

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Instrumen
Aliansi Strategik (Saffu & Mammam Muafi (2000) dalam Hery, P, GL, 2008)	Aliansi strategik sebagai kerjasama dari kemampuan bersaing diantara perusahaan-perusahaan dimana setiap partner mencari tambahan kemampuannya dengan mengkombinasikan beberapa sumber yang ada di perusahaan dengan partner-nya.	Kapabilitas Aliansi	Kemampuan Pengkombinasian Sumber daya	1. Mampu mengkombinasikan sumberdaya yang dimiliki oleh kedua belah pihak	AS1
				2. Adanya kesamaan dan kesetaraan porsi dalam penyatuan sumberdaya	AS3
				3. Kemampuan manajerial yang baik	AS4
			Kemampuan Akses Pasar yang luas	1. Perusahaan mampu mengakses pasar yang lebih luas	AS5
				2. Produk yang dihasilkan lebih mudah diterima dipasar	AS6
				3. Brand produk memiliki image yang lebih kuat	AS7
				4. Loyalitas konsumen meningkat terhadap brand yang dihasilkan perusahaan	AS8
				5. Produk bisa masuk kepasar internasional	AS9
			Kemampuan Peningkatan Skill dan teknologi	1. Terjadinya transfer ilmu dan pengetahuan dalam kerjasama	AS10
				2. Pengetahuan tenaga kerja meningkat baik hard skill maupun soft skill	AS11
				3. Penggunaan teknologi baru yang kompetitif	AS12

				dan mutakhir 4. Tersedianya fasilitas dan program pelatihan secara baik dan diberikan kepada seluruh karyawan	AS13
Perencanaan Strategik (Rue & Ibrahim, 1998; Matthews & Scott, 1995; Shrader et al, 1998 dalam Estika, D.A (2006))	Proses sistematis yang disepakati organisasi dan membangun keterlibatan stakeholder utama tentang prioritas yang hakiki bagi misinya dan tanggap terhadap lingkungan operasi	Perumusan strategik	Misi Perusahaan	1. Misi perusahaan sesuai dengan visi perusahaan 2. Misi perusahaan update dengan perkembangan zaman 3. Misi perusahaan mencakup keseluruhan arah dari perusahaan	PS1 PS2 PS3
			Tujuan yang hendak dicapai	1. Tujuan yang ditetapkan realistis 2. Tujuan yang diharapkan perusahaan dipahami oleh seluruh karyawan 3. Tujuan perusahaan tercapai dengan baik 4. Indikator dari keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan dibuat secara jelas	PS5 PS6 PS7 PS8
			Pemilihan dan pengembangan strategi	1. Pemilihan dan pengembangan strategi perusahaan tepat untuk memenangkan persaingan 2. Pemilihan strategi sesuai dengan kemampuan dan	PS9 PS10

				<p>ketersediaan sumberdaya</p> <p>3. Pengembangan strategi perusahaan yang berkesinambungan</p> <p>4. Pengembangan strategi perusahaan sesuai dengan kebijakan perusahaan</p>	<p>PS11</p> <p>PS12</p>
			Penentuan pedoman kebijakan	<p>1. Penentuan kebijakan tidak melanggar peraturan pemerintah</p> <p>2. Penentuan kebijakan selalu mengutamakan kebutuhan konsumen</p> <p>3. Penentuan kebijakan perusahaan sesuai dengan harapan karyawan</p> <p>4. Penentuan kebijakan perusahaan sesuai dengan harapan pemegang saham untuk memperoleh keuntungan</p>	<p>PS13</p> <p>PS14</p> <p>PS15</p> <p>PS16</p>
<p>Kinerja Perusahaan</p> <p>(Narver & Slater, 1997 Estika, D.A (2006))</p>	<p>Pengukuran Pelaksanaan tugas perusahaan dan pengukuran dampak dari strategi perusahaan</p>	<p>Pertumbuhan Pangsa Pasar</p>	<p>Efisiensi</p>	<p>1. Proses produksi efisien</p> <p>2. Produktivitas yang tinggi</p> <p>3. Loss produk yang rendah</p> <p>4. Pengurangan downtime proses produksi</p> <p>5. Pengurangan produk fault</p>	<p>KP1</p> <p>KP2</p> <p>KP3</p> <p>KP4</p> <p>KP5</p> <p>KP6</p>

				6. Pemanfaatan seluruh sumberdaya secara efisien	
			Efektivitas	1. Proses usaha lebih efektif 2. Ketersediaan tenaga kerja sesuai kebutuhan 3. Modal usaha dikelola dengan efektif melalui investasi yang tepat terhadap mesin dan bangunan 4. Program promosi yang efektif 5. Efektivitas penjualan dan penyaluran produk	KP7 KP8 KP9 KP10 KP11
			Adaptabilitas	1. Perusahaan lebih mudah beradaptasi dengan lingkungan industry dan persaingan 2. Perusahaan bisa beradaptasi dengan regulasi pemerintah 3. Perusahaan lebih mudah beradaptasi dengan kebutuhan market terkait produk dan kualitas 4. Reaksi yang positif dari perusahaan terhadap perubahan lingkungan yang terjadi	KP12 KP13 KP14 KP15
Keunggulan Bersaing	Pola bagaimana perusahaan	Sustainability	Sumber daya yang bernilai	1. Sumberdaya manusia yang bernilai 2. Kepribadian dan perilaku	KB1

(Bharadwaj, Varadarajan & Fahy, 1993 dalam Estika, D.A (2006))	mengelola sumberdayanya dan menciptakan keunggulan bersaing dibanding pesaingnya			pekerja yang baik dan memiliki rasa memiliki yang baik terhadap perusahaan	KB2
				3. Sumber daya material dan mesin yang bernilai	KB3
				4. Mutu dari bahan baku yang terjaga kualitasnya	KB4
				1. Identitas perusahaan dan brand produk yang kuat	KB5
				2. Perusahaan selalu menjadi innovator dalam bidang usahanya	KB6
Berbeda dengan perusahaan yang lain				3. Tidak meniru produk lain	KB7
				4. Pengembangan produk baru yang dilakukan secara baik	KB8
				1. Produk yang dihasilkan sulit di tiru oleh pesaing	KB9
				2. Menghasilkan produk yang inovatif	KB10
Tidak mudah ditiru				3. Produk yang dihasilkan memiliki ciri khas yang unik	KB11
				4. Kerahasiaan produk dan proses terjaga dengan baik	KB12
Tidak mudah digantikan				1. Produk yang dihasilkan tidak mudah digantikan oleh produk lain	KB13
				2. Orisinalitas produk	

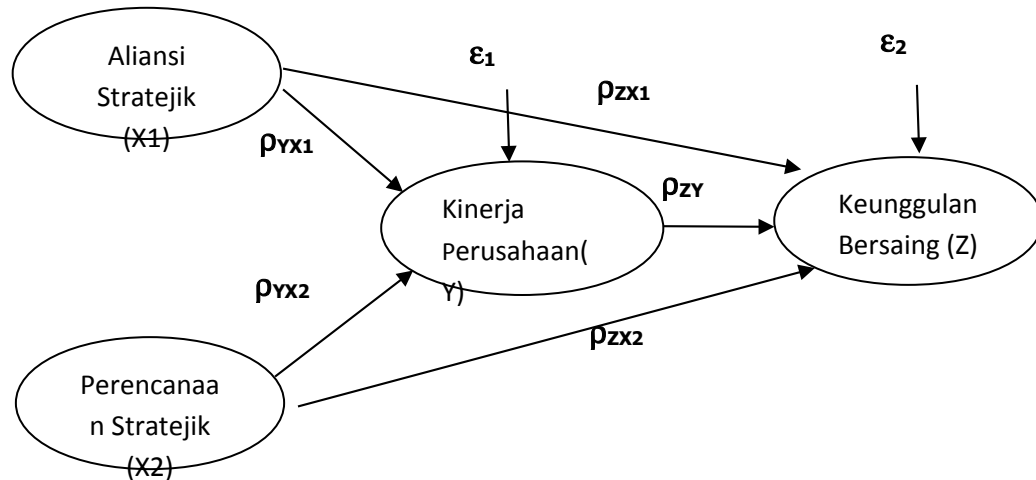
				yang dihasilkan terjaga	KB14
				3. Mutu kualitas produk terjaga dengan baik	KB15
				4. Produk yang dihasilkan sudah melekat di masyarakat	KB16

Sumber : Data kuisioner (diolah)

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini, menggunakan analisis jalur (*path analysis*) yang terdiri atas pengaruh langsung dan tidak langsung. Untuk mendapatkan nilai pengaruh langsung dan tidak langsung digunakan analisis regresi dengan variabel intervening. Variabel *intervening* merupakan variabel antara atau *mediating*, yang berfungsi memediasi hubungan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen*. Dalam penelitian ini akan dianalisa pengaruh aliansi strategik, Perencanaan strategik, Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing.

Suatu penelitian membutuhkan analisis data dan interpretasi yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam mengungkap fenomena sosial tertentu. Metode yang dipilih untuk menganalisis data harus sesuai dengan pola penelitian dan variabel yang akan diteliti. Langkah – langkah yang dilakukan dalam *path analysis* adalah sebagai berikut:

Gambar 3.1. Model Analisis Jalur (*Path Analysis*)

1. Merumuskan hipotesa dan persamaan structural sebagai berikut :

$$Y = \rho_{yx1} X1 + \rho_{yx2} X2 + \epsilon_1$$

$$Z = \rho_{zx1} X1 + \rho_{zx2} X2 + \rho_{zy} Y + \epsilon_2$$

2. Menghitung Koefisien regresi untuk struktur yang telah dirumuskan.

Persamaan regresi ganda :

$$Y1 = bX + \epsilon_1$$

$$Y2 = bY1 + \epsilon_1$$

Keterangan :

Pada dasarnya koefisien jalur (*path*) adalah koefisien regresi yang distandardkan yaitu koefisien regresi yang dihitung dari basis data yang telah diset dalam angka baku atau *Z score* (data yang diset dengan nilai rata – rata = 0 dan standard deviasi = 1. Koefisien Jalur yang distandardkan

digunakan untuk menjelaskan besarnya pengaruh variable bebas terhadap variabel terikat.

Khusus untuk program SPSS menu analisis regresi, koefisien *path* ditunjukkan oleh *output* yang dinamakan koefisien yang dinyatakan sebagai *Standardized coefficient* atau dikenal dengan nilai beta. Jika ada diagram jalur sederhana mengandung satu unsur hubungan antara variabel endogen, maka koefisien *path*-nya adalah sama dengan koefisien korelasi *r* sederhana.

3. Kaidah pengujian signifikan, program spss:

- a. Jika nilai probabilitas 0.05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas sig atau $[0.05 \leq \text{Sig}]$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan
- b. Jika nilai probabilitas 0.05 lebih besar dengan nilai probabilitas Sig atau $[0.05 > \text{Sig}]$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.

4. Menghitung koefisien jalur secara individu

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi hipotesa statistic berikut :

$$H_0 = \rho_{yx1} \leq 0$$

$$H_a = \rho_{yx1} \geq 0$$

Secara individual uji statistik yang digunakan adalah uji t yang dihitung dengan rumus shumacke (dalam Riduan) :⁹³

$$T_x = \frac{pk}{\text{sep}k}; (dk-n-k-1)$$

Keterangan :

⁹³ Riduan. *Loc. cit.*

Statistik sepx1 diperoleh dari hasil komputasi pada SPSS untuk analisa regresi setelah data ordinal ditransformasikan ke interval. Selanjutnya untuk mengetahui signifikan analisis jalur, bandingkan antara nilai probabilitas 0.05 dengan nilai probabilitas signifikan dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas 0.05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau ($0.05 \leq \text{sig}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan
 2. Jika nilai probabilitas 0.05 lebih besar dari nilai probabilitas sig atau $0.05 > \text{sig}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan
5. Meringkas dan menyimpulkan yaitu menentukan jalur – jalur pengaruh yang signifikan dan mengidentifikasi jalur yang pengaruhnya kuat, yaitu dengan membandingkan besarnya koefisien jalur yang berstandar. Uji yang dilakukan adalah dengan membandingkan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung berdasarkan nilai Beta dari tabel uji T. Yaitu dengan langkah-langkah sebagai berikut:
1. menentukan Nilai Efek tak langsung:
= efek langsung Aliansi Stratejik thd kinerja x efek langsung kinerja perusahaan
 2. membandingkan nilai efek langsung dengan efek tidak langsung

- Jika nilai efek langsung $>$ efek tidak langsung, maka variabel intervening tidak sukses memediasi variabel independen dengan dependen.
- Jika nilai efek langsung $<$ efek tidak langsung, maka variabel intervening sukses memediasi variabel independen dengan dependen.⁹⁴

a) Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis regresi dan statistik parametric karena data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data kuantitatif dengan skala rasio. Analisis regresi dan statistik parametrik memerlukan beberapa pengujian pendahuluan sebagai persyaratan analisis yaitu pengujian asumsi klasik. Beberapa asumsi yang penting dipenuhi dalam analisis statistik parametric adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Digunakan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik atau layak adalah data yang memiliki distribusi normal.

⁹⁴ Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.2009, h.210

Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan test Kolmogorov mirnov, dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significanted*), yaitu:

H0 : sampel diambil dari distribusi normal

H1 : sampel diambil bukan dari distribusi normal

α : 0,05

Kriteria Uji : jika nilai probabilitas (sig) > α , maka H0 diterima jika nilai probabilitas (sig) $\leq \alpha$, maka H0 ditolak.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah asumsi dalam regresi dimana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan yang lain. Dalam regresi, salah satu asumsi yang harus dipenuhi adalah bahwa *varians* dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak memiliki pola tertentu. Gejala varians yang tidak sama ini disebut gejala heteroskedastisitas, sedangkan adanya gejala *varians* residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain disebut dengan homoskedastisitas. Uji heteroskedastitas dilakukan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada [model regresi](#), di mana dalam model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas. Ada beberapa cara yang dilakukan untuk uji heterokedastisitas, antara lain:

1. Uji Glejser
2. Uji Park
3. Uji Spearman
4. Grafik scatterplot

Dalam penelitian ini uji yang akan dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi gejala heterokedastisitas adalah uji Glejser. Dari uji Glejser maka *output* yang dihasilkan dibandingkan dengan kriteria uji: jika nilai probabilitas (sig) > α (dengan nilai $\alpha = 0,05$), maka tidak ada gejala heteroskedastisitas jika nilai probabilitas (sig) > α .

G. Hipotesis Statistika

Hipotesis statistika berupa simbol atau lambang parameter statistika yang menggambarkan pernyataan tentang karakteristik populasi yang merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.

- H1: Aliansi stratejik berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan
H0: $\beta_1 \leq 0$, artinya Aliansi Stratejik tidak berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan
H1: $\beta_1 > 0$, artinya Aliansi Stratejik berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.
- H2: Perencanaan stratejik berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

H0: $\beta_2 \leq 0$, artinya Perencanaan Stratejik tidak berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan

H2: $\beta_2 > 0$, artinya Perencanaan Stratejik berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.

- H3: Kinerja Perusahaan berpengaruh positif dalam terciptanya keunggulan bersaing.

H0: $\beta_3 \leq 0$, artinya Kinerja Perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing

H3: $\beta_3 > 0$, artinya Kinerja Perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing.

- H4: Aliansi stratejik berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing

H0: $\beta_4 \leq 0$, artinya Aliansi Stratejik tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing.

H4: $\beta_4 > 0$, artinya Aliansi Stratejik berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing

- H5: Perencanaan stratejik berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing

H0: $\beta_5 \leq 0$, artinya Perencanaan Stratejik tidak berpengaruh terhadap Keunggulan bersaing.

H5: $\beta_5 > 0$, artinya Perencanaan Stratejik berpengaruh positif terhadap Keunggulan bersaing.