

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Data dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang di peroleh secara langsung dengan cara mewawancarai, observasi, kuesioner dan dokumentasi. Sumber data di dapat dari pengisian kuesioner, yang berisi daftar pertanyaan dan pernyataan yang tertulis mengenai suatu masalah yang diteliti untuk memperoleh informasi mengenai variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

#### B. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan sebagian individu yang telah di selidik dari keseluruhan individu penelitinya. Untuk menentukan jumlah responden dalam penelitian ini digunakan rumus Slovin, yaitu menggunakan kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan yang dapat di toleransi sebesar 10%.

Rumus yang digunakan adalah : 
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana : n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Jumlah industri tenun di Desa Sumber Arum dan Sumber Rahayu adalah 245 unit. Berdasarkan hasil Slovin yang di dapat adalah sebesar 76 sampel.

### **C. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Desa Sumber Arum dan Desa Sumber Rahayu, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman terhadap para pengerajin sentra industri tenun.

### **D. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, kuesioner, observasi dan dokumentasi. Kuesioner pada penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yakni kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Kuesioner penelitian ini terdiri dari kuesioner Tingkat Adopsi Teknologi dengan menggunakan skala *likert*.

### **E. Defenisi Operasional**

#### 1. Orientasi Pasar.

Pemasaran merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, dimana pemasaran dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan pemenuhan pelanggan untuk tercapainya suatu kepuasan untuk member dampak positif bagi sebuah perusahaan dalam persaingan berbisnis di era dewasa ini. Pemasaran mengandung pengertian yang lebih luas dari sekedar penjualan dan periklanan. Pemasaran merupakan serangkaian prinsip untuk memilih pasar sasaran (*target market*), mengevaluasi kebutuhan konsumen, mengembangkan barang dan jasa, pemuas keinginan, memberikan nilai kepada konsumen dan laba bari perusahaan.

## 2. Struktur Permodalan.

Dalam arti sempit modal merupakan sejumlah uang yang dapat digunakan untuk membeli semua keperluan usaha. Dalam pengertian umum modal yaitu mencakup benda-benda seperti tanah, gedung, mesin, alat-alat perkakas, dan barang produktif lainnya untuk kegiatan usaha.

## 3. Sumber Daya Manusia

Secara sederhana yang dimaksud dengan Sumber Daya Manusia adalah daya yang bersumber dari manusia. Daya yang bersumber dari manusia ini dapat pula disebut tenaga atau kekuatan. Ada beberapa ahli yang mendefinisikan Sumber Daya Manusia seperti Hasibuan, menurut Hasibuan Sumber Daya Manusia merupakan kemampuan terpadu dari daya pikir dan daya fisik yang dimiliki individu. Kemudian menurut Veithzal Rival Sumber Daya Manusia adalah seorang yang siap dan mampu member sumbangan usaha untuk pencapaian tujuan organisasi. Sumber Daya Manusia juga merupakan salah satu unsure masukan (*input*) yang bersama unsur lainnya seperti modal, bahan, mesin dan metode/teknologi diubah menjadi proses manajemen, dan menjadi output berupa barang atau jasa dalam usaha mencapai tujuan perusahaan.

## 4. Aspek Organisasi

Pengorganisasian merupakan salah satu fungsi dalam manajemen, untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan oleh suatu

organisasi. Pengorganisasian berkaitan dengan pengelompokan suatu kegiatan, pengaturan orang maupun sumber daya lainnya serta mendelegasikan kepada individu maupun unit tertentu untuk menjalankannya, dalam hal ini diperlukannya penyusunan dalam struktur organisasi serta memperjelas fungsi-fungsi di setiap bagian dan sifat hubungan antara bagian-bagian tersebut.

#### 5. Adopsi Inovasi Teknologi

Inovasi teknologi merupakan kreatifitas yang bersumber dari suatu keterampilan serta keahlian seseorang, yang berkaitan erat hubungannya dengan suatu kegiatan yang nantinya akan menghasilkan sebuah produk baru atau memodifikasi sebuah produk agar memberikan keunggulan dan kegunaan lebih, dan memenuhi permintaan pasar.

### **F. Uji Kualitas dan Uji Hipotesis Data**

Untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah ditentukan, maka harus menggunakan teknik analisis yang akurat yang bertujuan agar kebenarannya dapat dipertanggung jawabkan. Pengujian ini dilakukan melalui beberapa langkah yakni :

#### 1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif mendeskripsikan suatu kumpulan data yang dapat dilihat melalui nilai kisaran teoritis, kisaran empiris, mean empiris dan standar deviasi (Ghozali, 2005). Statistik deskriptif yakni data

statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan sebuah data yang telah dikumpulkan, sebagaimana yang sudah di dapat tanpa ada tujuan untuk membuat kesimpulan untuk generalisasi. Statistik deskriptif juga merupakan proses modifikasi dari sebuah data penelitian menjadi bentuk tabulasi data responden yang di dapat melalui pengisian kuesioner dan penjelasannya sehingga dapat diinterpretasikan.

## 2. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur salah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005).

Untuk mengukur sebuah tingkat validitas dari item-item pertanyaan kuesioner, terhadap tujuan pengukuran. Tujuan pengukurannya adalah dengan melakukan korelasi antar skor item pertanyaan dengan skor variabel (Ghozali, 2001). Uji signifikansi ini adalah untuk membandingkan korelasi antara nilai masing-masing item pertanyaan dengan nilai total. Apabila besarnya nilai total koefisien item pertanyaan masing-masing variabel melebihi nilai signifikan, maka dapat dikatakan bahwa pertanyaan tersebut dinilai tidak valid.

Dalam pengambilan keputusan ini yakni berdasarkan nilai *p-value* atau nilai signifikansi kurang dari 0,5 maka dapat dikatakan item

pertanyaan tersebut dinyatakan valid begitu juga sebaliknya jika nilai *p-value* atau signifikansi sama dengan atau lebih dari 0,5 dinilai tidak valid.

### 3. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah untuk menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Besar kecilnya tingkat reliabilitas dapat diukur pada koefisiennya, yakni dengan koefisien reliabilitas. Untuk mengukur reliabilitas pengamatan yaitu dengan melihat *Cronbach Alpha* yang membandingkan nilai alpha. Adapun ketentuan kriteria sebagai berikut :

- a. Nilai Cronbach Alpha 0,00 s.d 0,20, artinya sangat rendah.
- a. Nilai Cronbach Alpha 0,21 s.d 0,40, artinya rendah.
- b. Nilai Cronbach Alpha 0,42 s.d 0,60, artinya cukup.
- c. Nilai Cronbach Alpha 0,61 s.d 0,80, artinya tinggi (reliabel).
- d. Nilai Cronbach Alpha 0,81 s.d 1.00, artinya sangat tinggi

Sebuah faktor dinyatakan reliabel atau handal apabila koefisien *Alpha* lebih besar dari 0,60. Pada saat nilai *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,60 maka data penelitian dianggap sangat baik dan reliabel untuk digunakan sebagai input dalam proses penganalisaan data guna mengetahui hipotesis penelitian (Ghozali, 2005).

#### 4. Uji Asumsi Klasik.

Uji asumsi klasik dilakukan pada saat sebelum melakukan uji regresi linear berganda. Dalam uji asumsi klasik ini terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk dapat melakukan uji regresi linear berganda, syaratnya yaitu data harus terdistribusi secara normal, tidak terdapat multikolinieritas dan heterokedastisitas. Dengan demikian, pada saat sebelum melakukan pengujian regresi berganda, terlebih dulu dilakukan uji asumsi klasik, uji asumsi klasik yang terdiri dari:

##### a. Uji Normalitas.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali 2005). Normalitas residual diuji dengan menggunakan uji statistik non parametik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Apabila hasil Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikan  $> 0,05$ , maka data residual terdistribusi secara normal. Sebaliknya, jika hasil Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikan  $< 0,05$  maka data residual tidak terdistribusi secara normal.

##### b. Uji Multikolinieritas.

Suatu model regresi dikatakan multikolinieritas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel bebas dari suatu model regresi.

Uji multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi di temukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali 2005). Alasan dilakukannya uji multikolinieritas dikarenakan dalam menganalisis regresi terdapat asumsi yang mengisyaratkan bahwa antar variabel independen harus terbebas dari korelasi. Cara yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah terjadi multikolinieritas atau tidak adalah dengan cara melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. *Tolerance* digunakan untuk mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Sehingga, nilai *Tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi ( $VIF = 1/ Tolerance$ ). Nilai *cutoff* yang biasanya digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas yaitu nilai *Tolerance*  $< 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $> 10$  .

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi (Ghozali 2005). Model regresi yang baik adalah jika *variance* dari residual suatu pengamatan (homoskedastisitas). Jika hasil ujinya

diatas nilai signifikan  $> 0,05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

## G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda adalah teknik statistika untuk membuat model serta menyelidiki pengaruh antara satu atau beberapa variabel bebas (*independent variables*) terhadap satu variabel respon (*dependent variable*). Pada penelitian ini analisis linier berganda digunakan untuk melihat hubungan orientasi pasar, struktur permodalan, sumber daya manusia dan aspek organisasi mempengaruhi tingkat adopsi teknologi. Sehingga fungsi yang digunakan dalam persamaan ini yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Dimana:

Y : Tingkat Adopsi Teknologi

$\alpha$  : Konstanta

$\beta$  : Koefisien regresi

$X_1$  : Orientasi Pasar

$X_2$  : Struktur Permodalan

$X_3$  : Sumber Daya Manusia

$X_4$ : Aspek Organisasi

$e$  : *Error term*

## 2. Uji $R^2$ Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi digunakan karena dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memperbaiki variabel dependen.

Nilai  $R^2$  yang kecil atau mendekati nol, artinya kemampuan variabel-variabel independen sangat terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang mendekati satu artinya bahwa semakin besar kemampuan variabel-variabel independen, memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2005). Dalam hal ini untuk analisis regresi linear berganda maka menggunakan R Square Adjusted.

## 3. Uji t

Uji t statistic adalah uji parsial (individu) dimana uji ini digunakan untuk menguji seberapa baik variabel bebas (variabel independen) dapat menjelaskan variabel terikat (variabel dependen) secara individu. Tujuan dari uji t adalah untuk menguji pengaruh secara parsial variabel bebasnya (independen) terhadap variabel terikatnya (dependen), dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, tingkat keyakinannya adalah 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

Pada uji t, kriteria yang digunakan untuk menarik kesimpulan dari hipotesis-hipotesis diatas adalah jika nilai t hitung  $< \alpha$ , dimana  $\alpha = 0,05$ , maka  $H_0$  masing-masing hipotesis ditolak. Hal tersebut memiliki

makna bahwasanya variabel orientasi pasar, struktur permodalan, SDM dan aspek organisasi berpengaruh signifikan terhadap tingkat adopsi teknologi.

#### 4. Uji F

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas (variabel independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (variabel dependen) pada tingkat signifikansi 0,05 (5%).

Dimana F hitung lebih besar dari F tabel, artinya secara bersama-sama variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila F hitung lebih kecil dari F tabel, maka secara bersama-sama variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Kemudian uji statistika F dilakukan untuk melihat nilai *probability significancy*, agar dapat mengetahui signifikan atau tidak secara bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen maka dalam penelitian ini digunakan dengan melihat *probability significancy* pada  $\alpha = 5\%$  (0,05).