

BAB III

METODE PENELITIAN

Bagian ini membahas tentang prosedur penelitian yang disusun di studi ini. Pembahasan dapat diawali dengan objek penelitian, subjek penelitian, jenis serta sumber data; populasi & sampel; prosedur pengumpulan petunjuk; rancangan instrumen penelitian; analisis data statistik deskriptif, dan desain pengujian hipotesis.

3.1 Objek Penelitian

Objek yang dikaji dalam studi ini adalah orientasi pasar dan komitmen manajemen sebagai variabel bebas, variabel program pemasaran kewirausahaan sebagai variabel intervening, variabel implementasi kereliasian stratejik sebagai variabel intervening, serta variabel kinerja sebagai variabel terikat.

3.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian sebagai sekumpulan orang, benda atau organisasi yang akan diteliti, kemudian dapat ditarik kesimpulan pada akhir penelitiannya (Silalahi, 2012). Subjek pada penelitian ini merupakan lembaga berupa perusahaan yang bergerak pada industri kerajinan eksportir dengan memproduksi berbagai macam jenis kerajinan tangan (*handicraft*) dan memasarkannya secara global. Lokasi penelitian pada industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat berdasarkan informasi yang dikembangkan dari Asosiasi Eksportir Dan Produsen Handicraft Indonesia yang dipilih adalah Cirebon, Tasikmalaya, Purwakarta, Bandung dan Sukabumi dengan pertimbangan bahwa di wilayah tersebut sebagai pusat eksportir kerajinan tangan di Jawa Barat dan terdapat banyak industri kerajinan tangan.

Segmen analisis dalam studi didefinisikan sebagai hal yang berkaitan dengan bagian yang akan diperiksa dalam penelitian, sedangkan unit observasi ialah unsur yang digunakan sebagai informasi atau data yang akan dianalisis (Silalahi, 2012). Berdasarkan subjek penelitian di atas, maka unit analisisnya adalah perusahaan yang bergerak pada industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat, dengan unit observasi penelitian adalah para pelaku bisnis, yang terdiri dari pimpinan, manajer senior, pemilik, karyawan senior yang diperkirakan mengetahui seluk beluk

bisnis industri kerajinan tangan di Jawa Barat, serta dinilai mampu sebagai representasi untuk memberikan informasi dan data tentang perusahaan tempat dia bekerja dan mampu memahami situasi industri kerajinan tangan pada umumnya. Penetapan unit observasi ini sependapat dengan penjelasan Sugiyono (2012) yang menerangkan bahwa *sampel* merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah dari total populasinya. Diharapkan dengan memilih unit observasi ini dapat memberikan deskripsi yang tepat terhadap populasi, yakni seluruh perusahaan yang beroperasi pada industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat.

3.3. Desain Penelitian

Jenis penelitian ini ialah deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memahami kondisi dan karakteristik dalam suatu variabel (Sekaran & Bougie, 2013). Tujuan dilakukan penelitian deskriptif adalah untuk memperoleh gambaran tentang bisnis pada industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat, serta menganalisis kondisi dan karakteristik secara empiris tentang variabel pada penelitian yang mencakup orientasi pasar, komitmen manajemen, program pemasaran kewirausahaan, implementasi kereliasan stratejik serta kinerja. Mempertimbangkan jenis penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif, oleh karena itu penelitian ini dilakukan bertolak pada pengumpulan data di tempat dengan menggunakan metode survei. Metode ini meliputi survei deskriptif dan survei verifikatif serta informasi yang dikumpulkan berdasarkan hasil kuesioner.

Penelitian verifikatif juga dilaksanakan untuk menguji hipotesis dan menganalisis bagaimana hubungan antar variabel, serta seberapa besar variabel yang satu mempengaruhi variabel yang lain. Perubahan variabel dependen berupa kinerja (*performance*), dapat diprediksi dengan adanya perubahan yang terjadi pada variabel independen. Alat bantu dalam menganalisis hubungan antara ke lima variabel (sesuai dengan tujuan penelitian ke-1 sampai dengan ke-9) dan menguji kesesuaian model yang diusulkan adalah dengan menggunakan alat statistik berupa aplikasi piranti lunak statistik SmartPLS-3.0, yakni berupa model persamaan struktural berdasarkan *partial least square* (PLS). Ketika menganalisis dengan SEM, maka keterkaitan antar variabel dan besarnya pengaruh antar variabel dapat diketahui, serta dapat pula ditetapkan apakah model yang diajukan sesuai dengan fakta empiris di lapangan berdasarkan data yang dikumpulkan.

Selanjutnya untuk mengkonfirmasi dan memvalidasi yang dihasilkan dari penelitian ini, dilakukan pula wawancara semi terstruktur (*judgement expert interview*) dengan para pakar bisnis dan ekspor yang memahami secara mendalam industri kerajinan tangan eksportir sebagai narasumber yang terpilih seperti dari Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Provinsi Jawa Barat yang memiliki sertifikasi eksportir, Dewan Kerajinan Nasional Daerah (DESKRANASDA) Provinsi Jawa Barat serta pelaku usaha industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat. Tabel 3.1 menunjukkan terdapat pendekatan penelitian yang dibedakan atas rancangan penelitian dan tujuan penelitian

Tabel 3.1
Pendekatan Penelitian

| Tujuan Penelitian | Rancangan Penelitian | | | | |
|---|----------------------|--------------------|-------------------------------------|--|---------------------------|
| | Jenis | Metode | Unit Analisis | Sumber Data | Horison Waktu |
| Untuk mengetahui karakteristik industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat serta menganalisis karakteristik dan kondisi empiris variabel-variabel penelitian, yaitu: orientasi pasar, komitmen manajemen, program pemasaran kewirausahaan, implementasi kerelasiaan strategik dan kinerja | Deskriptif | Deskriptif Survey | Industri kerajinan tangan eksportir | Pimpinan, manajer senior, pemilik, karyawan senior | One Shoot-Cross Sectional |
| Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar dan komitmen manajemen terhadap program pemasaran kewirausahaan pada industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat | Verifikatif | Explanatory Survey | Industri kerajinan tangan eksportir | Pimpinan, manajer senior, pemilik, karyawan senior | One Shoot-Cross Sectional |
| Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar, komitmen manajemen dan program pemasaran kewirausahaan terhadap implementasi kerelasiaan strategik pada industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat | Verifikatif | Explanatory Survey | Industri kerajinan tangan eksportir | Pimpinan, manajer senior, pemilik, karyawan senior | One Shoot-Cross Sectional |
| Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar, komitmen manajemen dan program pemasaran kewirausahaan dan implementasi kerelasiaan strategik terhadap kinerja pada industri kerajinan tangan eksportir | Verifikatif | Explanatory Survey | Industri kerajinan tangan eksportir | Pimpinan, manajer senior, pemilik, karyawan senior | One Shoot-Cross Sectional |

Sumber : Olahan Peneliti (2019)

Fansuri Munawar, 2020

PROGRAM PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLEMENTASI KERELASIAN STRATEJIK DALAM MENINGKATKAN KINERJA PADA INDUSTRI KERAJINAN TANGAN EKSPORTIR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dilaksanakan melalui penetapan definisi operasional variabel, yang dimaksudkan sebagai acuan dan untuk memudahkan dalam merancang instrumen penelitian. Berdasarkan dari makna operasional menjelaskan bahwa variabel yang berupa konstruk/ konsep agar dapat diukur dengan mengamati terhadap dimensi. Selanjutnya dari dimensi itu diterjemahkan ke dalam faktor yang dapat dilihat dan dinilai, dengan demikian dapat menciptakan suatu indeks pengukuran konstruk (Sekaran & Bougie, 2013). Tabel 3.2 menjabarkan variabel yang dijelaskan adalah orientasi pasar, komitmen manajemen, program pemasaran kewirausahaan, implementasi kereliasan strategik dan kinerja.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

| Variabel | Konsep Variabel | Sub Variabel | Indikator | Skala | No Item |
|----------------------|---|---|---|----------|---------|
| Orientasi Pasar (X1) | Memperoleh sumber untuk keuntungan berkelanjutan secara proaktif dan responsif dalam rangka menciptakan nilai yang berkelanjutan untuk saat ini dan pelanggan masa depan (Narver et al, 2004) | Orientasi Pasar Responsif (Narver et al, 2004) | Tingkat pemenuhan kebutuhan pelanggan setiap waktu | Interval | 1 |
| | | | Tingkat kemampuan mendeteksi perubahan selera pasar | Interval | 2 |
| | | | Tingkat mengukur kepuasan pelanggan | Interval | 3 |
| | | Orientasi Pasar Proaktif (Narver et al, 2004) | Tingkat pengenalan kebutuhan laten (tidak disadari) pelanggan | Interval | 4 |
| | | | Tingkat pencarian peluang dari kebutuhan yang tidak dinyatakan oleh pelanggan | Interval | 5 |
| | | | Tingkat kemampuan meramalkan tren kebutuhan pelanggan di masa depan | Interval | 6 |
| | | Orientasi Pesaing (Narver & Slater, 1990) | Tingkat pencarian informasi dari pesaing | Interval | 7 |
| | | | Tingkat kemampuan menganalisa strategi pesaing | Interval | 8 |
| | | | Tingkat kesiapan merespon cepat tindakan-tindakan pesaing | Interval | 9 |
| | | Koordinasi Antar Fungsi (Narver & Slater, 1990) | Tingkat berbagi sumber daya dan informasi antar fungsi di internal perusahaan | Interval | 10 |
| | | | Tingkat sinergitas semua fungsi dalam berkontribusi untuk perusahaan | Interval | 11 |
| | | | Tingkat kepatuhan seluruh fungsi pada pedoman dan aturan perusahaan | Interval | 12 |

Fansuri Munawar, 2020

PROGRAM PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLEMENTASI KERELIASAN STRATEJIK DALAM MENINGKATKAN KINERJA PADA INDUSTRI KERAJINAN TANGAN EKSPORTIR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

| Variabel | Konsep Variabel | Sub Variabel | Indikator | Skala | No Item |
|--------------------------------------|---|--|---|----------|---------|
| Komitmen Manajemen (X2) | Kesediaan berkomitmen secara agresif mengejar peluang pasar, menghindari ancaman pasar dan menggunakan strategi pemasaran yang tepat, sehingga meningkatkan kesuksesan bagi perusahaan (Nhat & Julian, 2007). | Komitmen Waktu dan Usaha (Navarro et al, 2010) | Tingkat keaktifan dalam mencari peluang-peluang di pasar | Interval | 13 |
| | | | Tingkat komitmen dalam penerapan efektivitas kerja | Interval | 14 |
| | | | Tingkat komitmen efisiensi proses produksi | Interval | 15 |
| | | Komitmen Keuangan (Navarro et al, 2010) | Tingkat komitmen untuk mendapatkan sumber-sumber keuangan dan pendanaan bagi perusahaan | Interval | 16 |
| | | | Tingkat komitmen untuk mengalokasikan keuangan untuk aktivitas-aktivitas inti | Interval | 17 |
| | | | Tingkat komitmen untuk menjaga stabilitas keuangan perusahaan | Interval | 18 |
| | | Komitmen SDM (Navarro et al, 2010) | Tingkat komitmen peningkatan SDM yang berkualitas | Interval | 19 |
| | | | Tingkat komitmen pemanfaatan teknologi dan internet dalam meningkatkan kualitas SDM | Interval | 20 |
| | | | Tingkat komitmen pengadaan pelatihan, pendidikan dan sertifikasi bagi SDM | Interval | 21 |
| | | Komitmen Perencanaan (Bianchi, C., & Wickramasekera, R., 2016) | Tingkat komitmen perencanaan penjualan | Interval | 22 |
| | | | Tingkat komitmen perencanaan aktivitas pemasaran | Interval | 23 |
| | | | Tingkat komitmen perencanaan aktivitas produksi | Interval | 24 |
| | | | Tingkat komitmen perencanaan aktivitas sumber daya manusia | Interval | 25 |
| Program Pemasaran Kewirausahaan (Y1) | Program perusahaan secara aktif dan dinamis untuk mengambil peluang serta menciptakan peluang pasar melalui inovasi, manajemen resiko, | Membangun Imajinasi Kreatif (Fillis & Rentschler, 2005) | Tingkat penciptaan atmosfer yang mendorong imajinasi kreatif | Interval | 26 |
| | | | Tingkat kemampuan mengembangkan talenta kreatif | Interval | 27 |
| | | | Tingkat dorongan penciptaan hak kekayaan intelektual (HKI) | Interval | 28 |

| Variabel | Konsep Variabel | Sub Variabel | Indikator | Skala | No Item |
|--------------------------------------|--|---|--|----------|---------|
| Program Pemasaran Kewirausahaan (Y1) | membangun kreatifitas, legitimasi, memanfaatkan sumber daya dan penciptaan peluang (Morrish et al, 2011; Pane et al, 2016; Hacıoglu, 2012; Sullivan Mort et al, 2012; Fillis & Rentschler, 2005) | Kesadaran Inovasi Pemasaran (Wongtianchai et al, 2017) | Tingkat kemampuan menciptakan ide baru untuk produk baru | Interval | 29 |
| | | | Tingkat penciptaan keunikan produk yang berbeda dari pesaing | Interval | 30 |
| | | | Tingkat kecepatan dalam menciptakan inovasi | Interval | 31 |
| | | | Tingkat kemampuan berinovasi secara berkelanjutan | Interval | 32 |
| | | Pembentukan Legitimasi (Sullivan Mort et al, 2012) | Tingkat pembentukan reputasi dan pengakuan produk yang baik dari pasar | Interval | 33 |
| | | | Tingkat pembentukan merek produk yang unggul di pasar | Interval | 34 |
| | | | Tingkat perolehan sertifikat dari berbagai lembaga | Interval | 35 |
| | | | Tingkat pencapaian penghargaan/ prestasi atas usaha atau produk | Interval | 36 |
| | | Fokus Pengambilan Resiko Pemasaran (Wongtianchai et al, 2017) | Tingkat kemampuan memperoleh peluang pemasaran di pasar yang baru | Interval | 37 |
| | | | Tingkat keberanian untuk masuk ke pasar yang baru | Interval | 38 |
| | | | Tingkat keberanian untuk membuat produk baru | Interval | 39 |
| | | Perhatian Pemanfaatan Pemasaran (Wongtianchai et al, 2017) | Tingkat pemanfaatan teknologi informasi dan internet dalam program pemasaran | Interval | 40 |
| | | | Tingkat pemanfaatan program-program periklanan | Interval | 41 |
| | | | Tingkat pemanfaatan kegiatan pameran produk | Interval | 42 |
| | | | Tingkat pemanfaatan bantuan pemasaran | Interval | 43 |
| | | Konsentrasi Kompetisi Pemasaran (Wongtianchai et al, 2017) | Tingkat kemampuan bersaing produk | Interval | 44 |
| Tingkat kemampuan bersaing harga | Interval | | 45 | | |
| Tingkat kesiapan perang promosi | Interval | | 46 | | |

| Variabel | Konsep Variabel | Sub Variabel | Indikator | Skala | No Item |
|---|--|--|--|----------|---------|
| Implementasi Kerelasiaan Strategik (Y2) | Implementasi kerelasiaan strategik yang menghubungkan antar dua pihak atau lebih yang bekerjasama untuk mencapai tujuan dengan membangun kepercayaan serta didasarkan kesepakatan yang saling menguntungkan (Dent, 2006) | Formasi Relasi (Street & Cameron, 2007) | Tingkat pengembangan relasi jaringan pemasaran | Interval | 47 |
| | | | Tingkat transfer jaringan pemasaran antar mitra bisnis | Interval | 48 |
| | | | Tingkat kemudahan proses internasionalisasi melalui lembaga pemerintah dan mitra | Interval | 49 |
| | | Partisipasi Aktif (Street & Cameron, 2007) | Tingkat kolaborasi dalam aktivitas-aktivitas pemasaran bersama mitra bisnis | Interval | 50 |
| | | | Tingkat partisipasi aktif dengan kegiatan-kegiatan asosiasi bisnis (perkumpulan, workshop dll) | Interval | 51 |
| | | | Tingkat partisipasi kegiatan promosi (pameran, pertunjukan dll) yang diselenggarakan lembaga pemerintah atau mitra | Interval | 52 |
| | | | Tingkat partisipasi dalam program-program pemasaran (spt ekspor-impor, jaringan pemasaran dll) dari lembaga pemerintah atau mitra bisnis | Interval | 53 |
| | | | Tingkat penggunaan saluran pemasaran (grosir/agen/ritel) | Interval | 54 |
| | | | Tingkat pemanfaatan pendampingan/ konsultan pemasaran dari lembaga pemerintah atau mitra bisnis | Interval | 55 |
| | | Membangun Relasi (Street & Cameron, 2007) | Tingkat pembangunan relasi dengan asosiasi bisnis | Interval | 56 |
| | | | Tingkat pembangunan relasi dengan lembaga pemerintah | Interval | 57 |
| | | | Tingkat pembangunan relasi dengan para pemasok | Interval | 58 |
| | | | Tingkat pembangunan relasi dengan para distributor | Interval | 59 |
| | | | Tingkat kerjasama dengan pesaing | Interval | 60 |
| | | Pembelajaran Relasi (Street & Cameron, 2007) | Tingkat kemampuan membentuk relasi jangka panjang dengan pelanggan | Interval | 61 |
| Tingkat berbagi informasi dengan mitra bisnis | Interval | | 62 | | |
| Tingkat berbagi keterampilan dan teknologi dengan mitra | Interval | | 63 | | |

Fansuri Munawar, 2020

PROGRAM PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLEMENTASI KERELASIAN STRATEJIK DALAM MENINGKATKAN KINERJA PADA INDUSTRI KERAJINAN TANGAN EKSPORTIR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

| Variabel | Konsep Variabel | Sub Variabel | Indikator | Skala | No Item | | |
|--|--|---|--|-----------------------|--|----------|----|
| | | | Tingkat transfer pengetahuan dengan mitra bisnis | Interval | 64 | | |
| | | | Tingkat pembelajaran bersama mitra bisnis | Interval | 65 | | |
| | | Membangun Kepercayaan Relasi (Street & Cameron, 2007) | Tingkat kemudahan berinteraksi dengan mitra bisnis | Interval | 66 | | |
| | | | Tingkat kemudahan berinteraksi dengan pelanggan | Interval | 67 | | |
| | | | Tingkat membangun kepercayaan antara perusahaan dan mitra bisnis | Interval | 68 | | |
| | | | Tingkat membangun kepercayaan pelanggan | Interval | 69 | | |
| | | | | | | | |
| | | Kinerja (Y3) | Ukuran hasil yang dicapai oleh perusahaan dari kegiatan-kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan (Clark, et al, 2006) | Pertumbuhan Penjualan | Tingkat penjualan produk selama tiga tahun terakhir | Interval | 70 |
| | | | | | Tingkat pertumbuhan penjualan selama tiga tahun terakhir | Interval | 71 |
| Tingkat keberhasilan mempertahankan pelanggan yang sudah ada | Interval | | | | 72 | | |
| Tingkat keberhasilan meningkatkan transaksi pelanggan | Interval | | | | 73 | | |
| Pangsa Pasar | Tingkat keberhasilan meningkatkan pangsa pasar | | | Interval | 74 | | |
| | Tingkat penguasaan pasar | | | Interval | 75 | | |
| Penetrasi | Tingkat kemudahan akses masuk ke pasar yang baru | | | Interval | 76 | | |
| | Tingkat kemudahan penerimaan di pasar yang baru | | | Interval | 77 | | |
| | Tingkat kecepatan akses masuk ke pasar | | | Interval | 78 | | |
| | Tingkat kecepatan penjualan produk ke pasar | | | Interval | 79 | | |

Sumber : Olahan Peneliti (2019)

Berdasarkan definisi varibel, dimensi, dan indikator di atas, oleh karena itu relasi antar variabel pada studi ini dapat diterangkan sebagaimana Tabel 3.1 Hubungan variabel dan indikator penelitian telah dijelaskan pada Gambar 2.6, bahwa model dapat dianalisis dengan memanfaatkan model persamaan struktural dimana indikator-indikatornya merupakan variabel manifest serta dimensi dan variabelnya merupakan variabel laten.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Data primer dihasilkan melalui penyebaran kuesioner kepada para responden terpilih terhadap perusahaan pada industri kerajinan tangan eksportir. Individu yang menjadi reponden terpilih adalah : pimpinan dan pemilik yang telah memahami industri kerajinan tangan. Data sekunder diperoleh dari sumber data Departemen Perindustrian dan Perdagangan, laporan Badan Ekonomi Kreatif, laporan Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif, IMD, Federation of Handicraft Association dan lain-lain. Jenis dan sumber perolehannya dapat dijelaskan pada Tabel 3.3 untuk jenis dan sumber data berikut.

Tabel 3.3
Jenis dan Sumber Data

| No | Jenis Data | Sumber Data |
|--------------------------|--|---|
| A Data Primer : | | |
| 1 | Jawaban responden pada kuesioner tentang: orientasi pasar, komitmen manajemen, program pemasaran kewirausahaan, implementasi kerelasian strategik, dan kinerja | <ul style="list-style-type: none"> • Pimpinan perusahaan (<i>Leader</i>) • Pemilik perusahaan (<i>Owner</i>) • Pegawai senior yang memahami industri kerajinan tangan eksportir • Wawancara semi terstruktur (<i>expert judgement</i>) dengan Pimpinan dan senior leader pada perusahaan yang terpilih sebagai informan |
| 2 | Informasi tentang pengelolaan bisnis industri kerajinan tangan eksportir | |
| B Data Sekunder : | | |
| 1 | Peringkat daya saing | <ul style="list-style-type: none"> • Data IMD • Data Badan Ekonomi Kreatif |
| 2 | Kontribusi sub sektor industri kreatif terhadap PDB | |
| 3 | Kinerja penjualan kerajinan tangan di Indonesia dari tahun ke tahun | <ul style="list-style-type: none"> • Data Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif • Data Kementerian Perindustrian dan Perdagangan • Data Badan Ekonomi Kreatif |
| 4 | Kinerja penjualan ekspor kerajinan tangan di Indonesia | <ul style="list-style-type: none"> • Data Departemen Perindustrian dan Perdagangan |
| 5 | Kontribusi negara-negara pengekspor kerajinan tangan | <ul style="list-style-type: none"> • Data Federation of Handicraft Association |

Sumber : Peneliti (2019)

Data primer diperoleh melalui respon terhadap kuesioner yang dikirim secara langsung ke lapangan, selanjutnya dikompilir untuk dilakukan pengolahan data. Sedangkan wawancara kepada para ahli (*expert judgement*) dilakukan dengan mewawancarai para pakar bisnis dan

ekspor yang memahami secara mendalam industri kerajinan tangan eksportir. sebagai informan terpilih yang relevan. Teknik pengumpulan data dapat disajikan pada Tabel 3.4

Tabel 3.4
Teknik Pengumpulan Data

| No | Sumber Data | Teknik Pengumpulan Data |
|----|--|---|
| 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Pimpinan perusahaan • Manajer level menengah • Pemilik perusahaan • Pegawai senior yang memahami industri kerajinan tangan eksportir | <ul style="list-style-type: none"> • Penyebaran formulir dengan media kusioner • Wawancara kepada para pelaku bisnis (expert judgement interview) semi terstruktur terhadap informan terpilih |
| 2 | <ul style="list-style-type: none"> • Data IMD • Data Badan Ekonomi Kreatif • Data Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif • Data Kementerian Perindustrian dan Perdagangan • Data Badan Ekonomi Kreatif • Data Departemen Perindustrian dan Perdagangan • Data Federation of Handicraft Association | <ul style="list-style-type: none"> • Studi dokumentasi • Dilakukan tabulasi • Dilakukan pengelompokkan data |

Sumber : Peneliti (2019)

3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi sebagai cakupan generalisasi berupa subjek atau objek yang diamati untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan. Populasi penelitian adalah industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat. Populasi pada studi ini ialah industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat. Berdasarkan data dari Disperindag Wilayah Jawa Barat, Litbang Kerajinan dan Himpunan Mebel dan Kerajinan Indonesia (HIMKI) Wilayah Jawa Barat tahun 2018 bahwa total populasi adalah 151 industri kerajinan tangan eksportir tersebar di Wilayah Jawa Barat

Sampel berupa bagian atau perwakilan dari populasi sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat digeneralisasikan pada populasinya. Sampel pada studi ini merupakan

perusahaan yang beroperasi pada industri kerajinan tangan eksportir, dengan satu responden dari setiap perusahaan, yaitu dengan kriteria orang yang memahami bisnis industri kerajinan tangan eksportir yang terdiri atas pemilik dan pimpinan perusahaan. Responden demikian diperkirakan mampu menyampaikan informasi yang tepat mengenai objek penelitian. Jumlah populasinya adalah sebanyak 151 perusahaan industri kerajinan tangan eksportir yang sebagian besar tersebar di daerah Cirebon, Tasikmalaya, Purwakarta, Bandung dan Sukabumi.

Metode pengambilan sampel pada suatu penelitian diketahui sebagai teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel adalah metode atau cara untuk menentukan dan memilih elemen atau peserta populasi untuk dimanfaatkan sebagai sampel yang representatif (Sugiyono, 2012). Teknik sampling yang dipergunakan pada studi ini ialah *purposive sampling*. Responden yang terpilih adalah perusahaan eksportir yang sudah memiliki badan usaha dan sudah memiliki pengalaman ekspor minimal dua tahun. Selain itu, kategori industri kerajinan tangan eksportir yang menjadi sampel diambil berdasarkan *Harmonized System Code* (HS-Code) sebagai penggolongan barang yang dibuat secara sistematis untuk mempermudah dalam transaksi ekspor impor, penarifan sampai pengangkutan barang dari satu negara ke negara lain. Penelitian ini memfokuskan pada HS Code 4414, 4420 dan 4602 (berbahan baku kayu, daun, akar dan sejenisnya), HS Code 6914 (berbahan baku tanah liat), kemudian HS Code 8306 (berbahan baku logam).

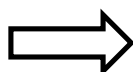
Pengambilan sampel didasarkan pada rumus slovin. Rumus slovin adalah formula untuk mengkalkulasi jumlah sampel minimal jika total populasi tidak diketahui dengan jelas. Rumus ini pada awalnya dikemukakan oleh Slovin pada tahun 1960 sehingga dinamakan rumus slovin. Formula Slovin biasanya diterapkan di penelitian survei lapangan yang mana rata-rata ukuran populasi sangat besar, dengan demikian diperlukan formula untuk memperoleh representatif yang lebih kecil akan tetapi mampu mewakili seluruh populasinya. Rumus slovin sebagai berikut :

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

$$n = \frac{151}{1 + 151(0,1)^2}$$

$$n = \frac{151}{1 + 1,51}$$

$$n = 60,1 \approx 60 \text{ sampel}$$



| Lokasi Penelitian | Populasi | Sampel |
|--------------------------|-----------------|---------------|
| Cirebon | 53 | 21 |
| Tasikmalaya | 35 | 14 |
| Purwakarta | 27 | 11 |
| Bandung | 26 | 10 |
| Sukabumi | 10 | 4 |
| Total | 151 | 60 |

Mempertimbangkan bahwa unit analisis pada studi ini merupakan perusahaan eksportir yang sudah memiliki badan hukum dan memiliki pengalaman ekspor minimal selama dua tahun. Oleh karena itu ditetapkan banyaknya sampel dalam penelitian ini sejumlah 60 buah sampel sesuai dengan rumus slovin dengan *margin of error* sebesar 10%.

Dari total sampel yang diolah sebanyak 60 buah sampel, selanjutnya untuk mengkonfirmasi ulang hasil penelitian berupa jawaban, hipotesis, baik deskriptif masing-masing variabel, hubungan antar variabel, dan kecocokan model yang telah diuji sesuai dengan data empiris, maka dilakukan pula wawancara kepada informan terpilih, yakni para pelaku di bidang industri kerajinan tangan eksportir terpilih, secara semi terstruktur. Tujuan lainnya adalah untuk menjangkau data yang bersifat kualitatif berupa pandangan pelaku bisnis terhadap beberapa aspek dalam industri kerajinan tangan. Selanjutnya pula dikonfirmasi ulang menurut pandangan pakar yang mengetahui secara mendalam mengenai industri kerajinan tangan eksportir serta pelaku bisnis tentang bagaimana mengelola bisnis yang dianggap sesuai dengan kondisi di Indonesia. Wawancara dengan informan dilakukan kepada para pakar bisnis dan ekspor yang memahami secara mendalam industri kerajinan tangan eksportir sebagai narasumber yang terpilih seperti dari Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Provinsi Jawa Barat yang memiliki sertifikasi eksportir, Dewan Kerajinan Nasional Daerah (DESKRANASDA) Provinsi Jawa Barat serta pelaku usaha industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat. Dengan demikian diharapkan terdapat kesesuaian hasil penelitian dengan kondisi lapangan yang sebenarnya.

3.7 Pengujian Instrumen Penelitian

Untuk melaksanakan penyebaran instrumen penelitian lebih lanjut, sebelumnya dapat dijalankan terlebih dahulu uji kualitas instrumen penelitian dengan memanfaatkan pengujian validitas dan reliabilitas kepada 30 responden untuk pra-survei. Pengujian dimaksudkan untuk menegaskan bahwa instrumen yang dipergunakan adalah berkualitas, sehingga data primer yang diperoleh dari kuesioner dapat menggambarkan kondisi empiris yang sebenarnya.

3.7.1 Pengujian Validitas

Pengujian validitas dilaksanakan untuk memahami sejauh mana tingkat ketepatan/ validitas suatu instrumen melakukan fungsi pengukurannya. Suatu alat ukur yang validitasnya tinggi akan mempunyai varian kesalahan yang kecil, sehingga data yang terkumpul merupakan data yang dapat dipercaya (Silalahi, 2012). Birks & Malhotra (2006) membagi validitas menjadi beberapa jenis yaitu :

a. *Content validity*

Suatu jenis validitas merupakan evaluasi subjektif tetapi sistematis terhadap keterwakilan item dalam mengukur fenomena yang diteliti

b. *Criterion validity*

Jenis validitas untuk mengetahui apakah item melakukan pengukuran seperti yang diharapkan dalam menguji konsistensinya melalui variabel lain yang dipilih sebagai kriteria

c. *Concurrent validity*

Jenis validitas yang dievaluasi dengan menganalisis konsistensi item yang dikenakan dalam kombinasi dengan variabel kriteria di mana pengukuran disusun bersamaan.

d. *Predictive validity*

Suatu jenis validitas yang berhubungan dengan seberapa baik item yang digunakan dapat memperkirakan karakteristik fenomena pada masa depan

e. *Construct validity*

Validitas yang menguji apakah instrumen yang dikenakan untuk menilai karakteristik fenomena sejalan dengan konsep yang dipakai. Validitas ini adalah validitas terbaru.

Teknik pengujian validitas yang dipakai dalam studi ini merupakan validitas konstruk, yaitu mencari validitas dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh setiap item pada nilai total. Nilai total ini merupakan perhitungan yang didapat dari total semua nilai item. Relevansi antara nilai masing-masing item dengan nilai total sewajarnya signifikan berdasarkan pengukuran statistik. Jika ternyata nilai daripada semua item yang dikelola bertolak pada ukuran konstruk

berkorelasi pada nilai total, maka dapat dinyatakan bahwa alat ukur memiliki validitas yang mencukupi (Sekaran & Bougie, 2013). Metode untuk melaksanakan pengujian validitas pada studi ini menerapkan rumus korelasi *Product-Moment Pearson* sebagai berikut :

$$r_{XY} = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}} \dots\dots\dots (3.1)$$

Dimana :

r_{XY} = Koefisien korelasi *product moment pearson* antara item instrumen dengan total item

X = Skor tiap item instrumen yang akan digunakan

Y = Skor total item instrumen dalam masing-masing variabel

n = Jumlah responden dalam pengujian

Korelasi skor item total dikoreksi (*corrected item-total correlation*) harus lebih tinggi dari batas minimal item yang dinyatakan kuat jika kenyataannya skor dari seluruh item yang dibuat bertolak pada dimensi konstruk berkorelasi pada nilai keseluruhan, oleh karena itu bisa dianggap bahwa instrumen pengukuran mempunyai validitas. Menurut Sugiyono (2012) jika korelasi masing-masing faktor positif dan jumlah diatas 0,3, maka faktornya adalah konstruk yang kuat (valid). Hasil perhitungan dengan memanfaatkan aplikasi IBM SPSS versi 24.00. Adapun hasil pengukuran validitas instrumen pada variabel penelitian dapat dilihat pada deskripsi berikut.

1. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Orientasi Pasar

Hasil uji terhadap 30 unit industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat dalam menentukan uji validitas dari variabel orientasi pasar dijelaskan pada Tabel berikut:

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Orientasi Pasar

| No. Item | <i>Corrected Item - Total Correlation</i> | Batas minimum | Keterangan |
|----------|---|---------------|------------|
| X1.1 | 0,788 | 0,300 | valid |
| X1.2 | 0,796 | 0,300 | valid |
| X1.3 | 0,713 | 0,300 | valid |
| X1.4 | 0,727 | 0,300 | valid |
| X1.5 | 0,737 | 0,300 | valid |
| X1.6 | 0,666 | 0,300 | valid |
| X1.7 | 0,696 | 0,300 | valid |

| | | | |
|-------|-------|-------|-------|
| X1.8 | 0,694 | 0,300 | valid |
| X1.9 | 0,660 | 0,300 | valid |
| X1.10 | 0,315 | 0,300 | valid |
| X1.11 | 0,739 | 0,300 | valid |
| X1.12 | 0,760 | 0,300 | valid |
| X1.13 | 0,741 | 0,300 | valid |

Sumber : Data diolah, 2019

Tabel 3.5 menunjukkan bahwa pernyataan yang berhubungan dengan orientasi pasar yang terdiri dari 13 item pertanyaan dinilai memiliki skor item total dikoreksi lebih besar dari 0,300 dengan nilai terkecil adalah X1.10 dengan nilai 0,315. Dengan demikian maka secara keseluruhan dari ke-13 item pertanyaan dari variabel orientasi pasar dapat dikatakan valid dan dapat diproses lebih lanjut.

2. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Komitmen Manajemen

Hasil uji terhadap 30 unit industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat dalam menentukan uji validitas dari variabel komitmen manajemen dapat diterangkan di Tabel berikut :

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Komitmen Manajemen

| No. Item | <i>Corrected Item - Total Correlation</i> | Batas minimum | Keterangan |
|----------|---|---------------|-------------|
| X2.1 | 0,744 | 0,300 | valid |
| X2.2 | 0,689 | 0,300 | valid |
| X2.3 | 0,755 | 0,300 | valid |
| X2.4 | 0,217 | 0,300 | tidak valid |
| X2.5 | 0,746 | 0,300 | valid |
| X2.6 | 0,706 | 0,300 | valid |
| X2.7 | 0,752 | 0,300 | valid |
| X2.8 | 0,713 | 0,300 | valid |
| X2.9 | -0,035 | 0,300 | tidak valid |
| X2.10 | 0,714 | 0,300 | valid |
| X2.11 | 0,707 | 0,300 | valid |
| X2.12 | 0,655 | 0,300 | valid |
| X2.13 | 0,696 | 0,300 | valid |

Sumber : Data diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.6 menunjukkan bahwa tidak semua indikator pada variabel komitmen manajemen dikatakan valid karena terdapat dua item pertanyaan yang dinyatakan tidak

valid, yakni item X2.4 dan item X2.9 dikarenakan tidak memenuhi persyaratan validitas skor item korelasi dikoreksi lebih besar dari 0,300 dan berarti tidak semua indikator dari komitmen manajemen dikatakan valid. Untuk itu penulis membuang indikator X2.4 dan X2.9 dalam instrumen dan selanjutnya melakukan pengujian ulang terhadap validitas variabel komitmen manajemen. Perolehan dari hasil pengujian instrumen yang direvisi memiliki validitas yang mencukupi dikarenakan nilai item yang dikoreksi lebih besar dari 0,300 sehingga disimpulkan bahwa seluruh indikator hasil perbaikan tersebut dinyatakan valid serta dapat dilanjutkan pada tahap berikutnya.

3. Hasil uji validitas terhadap variabel Program Pemasaran Kewirausahaan

Hasil uji terhadap 30 unit industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat dalam menguji validitas dari variabel program pemasaran kewirausahaan dapat diterangkan dalam Tabel 3.7. Berdasarkan Tabel 3.7 menunjukkan bahwa tidak semua indikator pada variabel program pemasaran kewirausahaan dikatakan valid karena terdapat tiga item pertanyaan yang dinyatakan tidak valid, yaitu item Y1.3, Y1.10 dan Y1.11 dikarenakan tidak memenuhi persyaratan validitas skor item korelasi dikoreksi lebih besar dari 0,300 dan berarti tidak semua indikator dari program pemasaran kewirausahaan dikatakan valid. Untuk itu penulis membuang indikator Y1.3, Y1.10 dan Y1.11 dalam instrumen dan selanjutnya melakukan pengujian ulang terhadap validitas variabel program pemasaran kewirausahaan. Perolehan dari hasil pengujian instrumen yang direvisi memiliki validitas yang mencukupi dikarenakan nilai item yang dikoreksi lebih besar dari 0,300 sehingga disimpulkan bahwa seluruh indikator hasil perbaikan tersebut dinyatakan valid serta dapat dilanjutkan pada tahap berikutnya.

Tabel 3.7
Hasil uji validitas terhadap variabel Program Pemasaran Kewirausahaan

| No. Item | <i>Corrected Item - Total Correlation</i> | Batas minimum | Keterangan |
|-----------------|--|----------------------|-------------------|
| Y1.1 | 0,761 | 0,300 | valid |
| Y1.2 | 0,790 | 0,300 | valid |
| Y1.3 | 0,112 | 0,300 | tidak valid |
| Y1.4 | 0,692 | 0,300 | valid |
| Y1.5 | 0,745 | 0,300 | valid |

| | | | |
|-------|-------|-------|-------------|
| Y1.6 | 0,736 | 0,300 | valid |
| Y1.7 | 0,726 | 0,300 | valid |
| Y1.8 | 0,813 | 0,300 | valid |
| Y1.9 | 0,767 | 0,300 | valid |
| Y1.10 | 0,192 | 0,300 | tidak valid |
| Y1.11 | 0,082 | 0,300 | tidak valid |
| Y1.12 | 0,771 | 0,300 | valid |
| Y1.13 | 0,744 | 0,300 | valid |
| Y1.14 | 0,797 | 0,300 | valid |
| Y1.15 | 0,673 | 0,300 | valid |
| Y1.16 | 0,728 | 0,300 | valid |
| Y1.17 | 0,734 | 0,300 | valid |
| Y1.18 | 0,636 | 0,300 | valid |
| Y1.19 | 0,587 | 0,300 | valid |
| Y1.20 | 0,797 | 0,300 | valid |
| Y1.21 | 0,710 | 0,300 | valid |

Sumber : Data diolah, 2019

4. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Implementasi Kerelasiaan Stratejik

Hasil uji terhadap 30 unit industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat dalam menguji validitas dari variabel implementasi kerelasiaan stratejik dapat diterangkan dalam Tabel 3.8. Berdasarkan Tabel tersebut menunjukkan bahwa tidak semua indikator pada variabel implementasi kerelasiaan stratejik dikatakan valid karena terdapat tiga item pertanyaan yang dinyatakan tidak valid, yaitu item Y2.3, Y2.11 dan Y2.23 dikarenakan tidak memenuhi persyaratan validitas skor item korelasi dikoreksi lebih besar dari 0,300 dan berarti tidak semua indikator dari implementasi kerelasiaan stratejik dikatakan valid. Untuk itu penulis membuang indikator Y2.3, Y2.11 dan Y2.23 dalam instrumen dan selanjutnya melakukan pengujian ulang terhadap validitas variabel implementasi kerelasiaan stratejik. Perolehan dari hasil pengujian instrumen yang direvisi memiliki validitas yang mencukupi dikarenakan nilai item yang dikoreksi lebih besar dari 0,300 sehingga disimpulkan bahwa seluruh indikator hasil perbaikan tersebut dinyatakan valid serta dapat dilanjutkan pada tahap berikutnya.

Tabel 3.8
Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Implementasi Kerelasiaan Stratejik

| No. Item | <i>Corrected Item - Total Correlation</i> | Batas minimum | Keterangan |
|----------|---|---------------|-------------|
| Y2.1 | 0,662 | 0,300 | valid |
| Y2.2 | 0,618 | 0,300 | valid |
| Y2.3 | 0,177 | 0,300 | tidak valid |
| Y2.4 | 0,641 | 0,300 | valid |

Fansuri Munawar, 2020

PROGRAM PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLEMENTASI KERELASIAN STRATEJIK DALAM MENINGKATKAN KINERJA PADA INDUSTRI KERAJINAN TANGAN EKSPORTIR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

| | | | |
|-------|--------|-------|-------------|
| Y2.5 | 0,778 | 0,300 | valid |
| Y2.6 | 0,692 | 0,300 | valid |
| Y2.7 | 0,736 | 0,300 | valid |
| Y2.8 | 0,696 | 0,300 | valid |
| Y2.9 | 0,362 | 0,300 | valid |
| Y2.10 | 0,832 | 0,300 | valid |
| Y2.11 | 0,144 | 0,300 | tidak valid |
| Y2.12 | 0,708 | 0,300 | valid |
| Y2.13 | 0,793 | 0,300 | valid |
| Y2.14 | 0,776 | 0,300 | valid |
| Y2.15 | 0,695 | 0,300 | valid |
| Y2.16 | 0,782 | 0,300 | valid |
| Y2.17 | 0,306 | 0,300 | valid |
| Y2.18 | 0,740 | 0,300 | valid |
| Y2.19 | 0,697 | 0,300 | valid |
| Y2.20 | 0,776 | 0,300 | valid |
| Y2.21 | 0,752 | 0,300 | valid |
| Y2.22 | 0,746 | 0,300 | valid |
| Y2.23 | -0,092 | 0,300 | tidak valid |

Sumber : Data diolah, 2019

5. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Kinerja

Hasil uji terhadap 30 unit industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat dalam menguji validitas dari variabel kinerja dapat diterangkan dalam Tabel 3.9. Tabel tersebut menunjukkan bahwa pernyataan yang berhubungan dengan kinerja yang terdiri dari 10 item pertanyaan dinilai memiliki skor item total dikoreksi lebih besar dari 0,300 dengan nilai terkecil adalah Y3.2 dengan nilai 0,655. Dengan demikian maka secara keseluruhan dari ke-10 item pertanyaan dari variabel kinerja dinyatakan valid dan dapat dipergunakan lebih lanjut.

Tabel 3.9
Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Kinerja

| No. Item | <i>Corrected Item - Total Correlation</i> | Batas minimum | Keterangan |
|----------|---|---------------|------------|
| Y3.1 | 0,686 | 0,300 | valid |
| Y3.2 | 0,655 | 0,300 | valid |
| Y3.3 | 0,757 | 0,300 | valid |
| Y3.4 | 0,739 | 0,300 | valid |
| Y3.5 | 0,876 | 0,300 | valid |
| Y3.6 | 0,839 | 0,300 | valid |

Fansuri Munawar, 2020

PROGRAM PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLEMENTASI KERELASIAN STRATEJIK DALAM MENINGKATKAN KINERJA PADA INDUSTRI KERAJINAN TANGAN EKSPORTIR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

| | | | |
|-------|-------|-------|-------|
| Y3.7 | 0,853 | 0,300 | valid |
| Y3.8 | 0,854 | 0,300 | valid |
| Y3.9 | 0,704 | 0,300 | valid |
| Y3.10 | 0,679 | 0,300 | valid |

Sumber : Data diolah, 2019

3.7.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas sebagai tingkat pengukuran apabila dilaksanakan berulang atau pengujian diambil pada keadaan yang serupa akan memberikan hasil yang serupa pula. Artinya reliabilitas sebagai derajat konsistensi dari hasil pengukuran terhadap gejala yang serupa pada alat ukur yang sama. Level konsistensi hasil pengujian apabila dilakukan pengukuran kembali mengenai gejala yang serupa, yaitu apakah instrumen pengukuran yang dipakai menunjukkan tingkat keakuratan, kestabilan, ketepatan dan konsistensi, maka dapat dilaksanakan pengujian reliabilitas mengenai instrumen pengukuran dalam sampel yang serupa pada pengujian validitas (Silalahi, 2012).

Terdapat dua konsep dalam dalam reliabilitas, yaitu konsep stabilitas dan konsep konsistensi (Sekaran & Bougie, 2013) :

A. Konsep stabilitas

Konsep stabilitas merujuk pada kemampuan instrumen melakukan pengukuran dengan hasil yang sama untuk periode waktu yang berbeda

1. *Test-retest reliability*

Prosedur ini diterapkan untuk mengamati stabilitas hasil pengujian yang dijalani untuk responden yang serupa pada tempo yang tidak sama.

2. *Pararell-form reliability*

Prosedur ini dikerjakan dengan menerapkan dua pasang instrumen berbeda, pengujian konstruk yang serupa diberikan untuk responden yang serupa. Jika kedua instrumen berkorelasi tinggi maka disimpulkan instrumen memiliki reliabilitas yang tinggi.

B. Konsep konsistensi internal

Pengukuran reliabilitas item didasarkan pada kehomogenan antara item dalam mengukur konstruk yang diteliti.

1. *Split-half reliability*

Cara ini melihat reliabilitas dari tingginya korelasi dari dua bagian instrumen. Instrumen dibagi pada dua bagian yakni membagi item genap serta item ganjil.

2. *Interm consistency reliability*

Metode ini melihat konsistensi jawaban dari responden dalam menjawab setiap item penelitian. Teknik yang umumnya digunakan adalah *Reliabilitas Aplha Cronbahch's* dengan formulasi :

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right] \dots\dots\dots (3.2)$$

Dimana α menyatakan koefisien reliabilitas, K menyatakan banyak item, $\sum S_i^2$ adalah total dari varians item serta S_T^2 adalah varians dari skor total.

Pada penelitian ini, metode pengukuran reliabilitas yang digunakan adalah konsistensi internal, dalam proses pengukurannya menggunakan *cronbach's alpha* yang dapat dihitung dengan data awal sebanyak 30 responden. Instrumen dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih tinggi dari 0,60 (Birks & Malhotra, 2006). Prosedur ini ditentukan karena perhitungan koefisien reliabilitas memperhatikan variasi dari tiap jawaban responden untuk setiap item.

Hasil perhitungan menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 24.00. Adapun hasil pengukuran reliabilitas instrumen pada variabel penelitian dapat disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 3.10
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

| Variabel | Jumlah Indikator | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|-----------------------------------|------------------|------------------|------------|
| Orientasi Pasar | 13 | 0,928 | reliabel |
| Komitmen Manajemen | 13 | 0,874 | reliabel |
| Program Pemasaran Kewirausahaan | 21 | 0,906 | reliabel |
| Implementasi kerelasian stratejik | 23 | 0,934 | reliabel |
| Kinerja | 10 | 0,943 | reliabel |

Sumber : Data diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.10 tampak bahwa semua variabel yang diteliti mempunyai hasil *Cronbach's Alpha* lebih tinggi dari skor 0,6. Hasil ini menunjukkan item pertanyaan dalam kuesioner pada variabel Orientasi Pasar, Komitmen Manajemen, Program Pemasaran Kewirausahaan, Implementasi kerelasian stratejik, dan Kinerja adalah konsisten untuk mengukur variabelnya masing-masing, serta dapat dikatakan memiliki ketepatan yang tinggi untuk dijadikan

variabel pada suatu penelitian sehingga seluruh variabel memiliki reliabilitas yang baik dan dapat dipergunakan lebih lanjut.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis data yang dipergunakan pada studi ini ialah analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Analisis deskriptif dimanfaatkan untuk memahami secara umum perusahaan pada industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat. Analisis deskriptif juga dimanfaatkan untuk memahami tingkat kinerja pada perusahaan industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat, serta untuk memahami kondisi empiris variabel: orientasi pasar, komitmen manajemen, program pemasaran kewirausahaan, implementasi kereliasian stratejik dan kinerja (sebagaimana tujuan penelitian pada yang berada pada Bab I Pendahuluan).

Langkah-langkah untuk menganalisis secara deskriptif pada masing-masing variabel dalam penelitian ini ialah sebagai berikut (Arikunto, 2013) :

1. Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasi ke dalam skala interval dengan lima level, dari level (1) sangat tidak setuju/ rendah/ jarang/ lemah sampai dengan level (5) Sangat setuju/ tinggi/ sering/ kuat.
2. Masing-masing variabel dikalkulasikan jumlah skor dari masing-masing indikatornya.
3. Menghitung rata-rata skor masing-masing variabel.
4. Untuk menentukan variabel dalam tujuh peringkat, maka rentang interval secara kontinum dihitung melalui metode sebagai berikut ini:

$$\text{Rentang Interval} = \frac{\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}}{\text{Jumlah Interval}} \dots\dots\dots (3.3)$$

5. Dengan memakai rentang interval di atas, maka dapat ditetapkan kelas interval secara kontinum mulai dari terendah sampai tertinggi dengan memberikan nilai rentang interval pada tiap level kelas interval selanjutnya.

1. Dengan teknik tersebut maka skor maksimum yang digunakan 5 (lima), skor minimum 1 (satu), dan jumlah interval 5 (lima), maka diperoleh Rentang Interval = $(5-1) / 5 = 0,8$. Maka diperoleh rentang skor baru sebagai berikut :
 - a. Rentang skor 1,00 – 1,8 masuk predikat sangat tidak setuju/ sangat rendah/ sangat jarang/ sangat lemah
 - b. Rentang skor > 1,8 – 2,6 masuk predikat tidak setuju/ rendah/ jarang/ lemah
 - c. Rentang skor > 2,6 – 3,4 masuk predikat cukup/ sedang
 - d. Rentang skor > 3,4 – 4,2 masuk predikat setuju/ tinggi/ sering/ kuat
 - e. Rentang skor > 4,2 – 5,00 masuk predikat sangat setuju/ sangat tinggi/ sangat sering/ sangat kuat
2. Selanjutnya skor masing-masing variabel dapat dikategorikan ke dalam predikat atau kategori, sesuai dengan rentang skor yang baru sesuai dengan rentang intervalnya.

Analisis deskriptif juga dilakukan dengan mengacu kepada formula statistik deskriptif, yakni: frekuensi, rata-rata, standar deviasi, simpangan baku, modus, dan lain-lain.

3.7.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif dipergunakan untuk memahami model dan hubungan antar variabel dalam penelitian ini, yakni bagaimana pola hubungan antar variabel serta seberapa besar pengaruh antar variabel-variabel: orientasi pasar, komitmen manajemen, program pemasaran kewirausahaan, implementasi kereliasian strategik dan kinerja secara parsial (sebagaimana tujuan penelitian butir 1 sampai dengan butir 9 pada Bab I Pendahuluan). Analisis verifikatif diawali dengan memanfaatkan statistik aplikasi SmartPLS 3.0 untuk menganalisis model persamaan struktural berdasarkan PLS dengan lingkup analisis kelayakan pengukuran model dan kelayakan model struktural.

Analisis kelayakan pengukuran model bertujuan untuk mengukur validitas, yakni seberapa *fit* (sesuai) indikator (variabel *manifest*) menjelaskan konstruk (variabel latennya). Sedangkan pengukuran reliabilitas adalah untuk mengukur konsistensi data indikator-indikator terhadap variabel latennya (konstruknya). Konstruk dalam penelitian merupakan konstruk yang multi dimensi, maka dalam mengukur validitas dan reliabilitasnya menggunakan *Second Order Confirmatory Factor Analysis* (SCFA), dimana pertama mengukur *first order* berupa pengukuran

dimensi-dimensi yang membentuk konstruk dan *second order* mengukur indikator-indikator (*observed*) yang membentuk konstruk laten (Kusnendi, 2008).

Uji kelayakan model adalah dengan mengukur besar korelasi dan signifikansi antar variabel eksogen dan variabel endogen, serta seberapa besar pengaruh antar variabel dengan variabel lainnya. Uji kelayakan model ini menggambarkan seberapa baik data empiris mendukung teori atau konsep tertentu, sehingga dapat diputuskan apakah teori atau konsep tersebut terkonfirmasi secara empirik (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010).

Selanjutnya untuk mengkonfirmasi dan meyakinkan bahwa hasil pengujian hipotesis dan model yang diusulkan sesuai atau *fit* dengan kondisi empiris, maka dilakukan pula wawancara kepada pelaku bisnis dan regulator pada industri kerajinan tangan eksportir di Jawa Barat untuk mengetahui lebih jelas bagaimana penerapan masing-masing variabel penelitian yang dilakukan pelaku usaha dapat mempengaruhi kinerja pada industri kerajinan tangan eksportir.

3.8 Metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM)

Metode Partial Least Square (PLS) yang pertama dikembangkan oleh Herman Wold pada tahun 1966 sebagai prosedur lazim dalam memprediksi model jalur memakai konstruk laten dengan banyak indikator. Metode PLS merupakan distribusi yang tidak memperhitungkan data yang berdistribusi khusus, yaitu dapat berupa nominal, kategori, ordinal, interval, dan rasio. PLS memiliki faktor yang bukan ditetapkan dari metode analisis yang kuat, oleh karena itu tidak memandang data sebagai skala tertentu dengan ukuran sampel yang sedikit.

Tabel 3.11
Karakteristik PLS-SEM

| Faktor | Karakteristik |
|---------------|---|
| Ukuran Sampel | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tidak ada identifikasi pada pengukuran sampel kecil ▪ Umumnya mencapai tingkat kekuatan statistik tinggi pada pengukuran sampel yang kecil ▪ Ukuran sampel yang lebih besar meningkatkan ketepatan (yaitu konsistensi) estimasi PLS-SEM |
| Distribusi | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tidak ada asumsi distribusi; PLS-SEM adalah metode non-parametrik |

| Faktor | Karakteristik |
|---|---|
| Jumlah item model pengukuran | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bekerja dengan data metrik, data skala kuasi-metrik (ordinal), dan kode biner variabel (dengan batasan tertentu) ▪ Beberapa keterbatasan saat menggunakan data kategoris untuk mengukur variabel laten endogen |
| Hubungan antara konstruk dan indikatornya | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Konstruk yang dinilai dengan ukuran dan setiap langkah multi-item ▪ Dapat menggabungkan model pengukuran reflektif dan formatif |
| Kompleksitas model | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Menangani model kompleks dengan banyak hubungan model struktural ▪ Sejumlah besar indikator membantu dalam mengurangi bias PLS-SEM |
| Objektif | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Meminimalkan jumlah varians yang tidak dapat dijelaskan (seperti; memaksimalkan nilai R^2) |
| Skor konstruk | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diperkirakan sebagai kombinasi linear indikator mereka ▪ Digunakan untuk tujuan prediktif ▪ Dapat digunakan sebagai masukan untuk analisis selanjutnya ▪ Tidak terpengaruh oleh ketidakmampuan data |
| Estimasi parameter | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Hubungan model struktural secara umumnya dipandang terlalu rendah (bias PLS-SEM) ▪ Hubungan model pengukuran umumnya dipandang terlalu tinggi (bias PLS-SEM) ▪ Konsistensi pada umumnya ▪ Tingkat kekuatan statistik yang tinggi |
| Evaluasi model keseluruhan | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Secara global tidak ada kriteria <i>goodness-of-fit</i> |
| Evaluasi model pengukuran | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Model pengukuran reflektif: penilaian reliabilitas dan validitas dengan beberapa kriteria ▪ Model pengukuran formatif: penilaian validitas, signifikansi dan relevansi |
| Evaluasi model struktural | <ul style="list-style-type: none"> ▪ indikator bobot, indikator <i>collinearity</i> ▪ <i>Collinearity</i> antara rangkaian konstruksi, signifikansi koefisien jalur, koefisien ▪ Penentuan (R^2), ukuran efek (f^2), relevansi prediktif (Ukuran efek Q^2 dan q^2) |

Sumber : Hair et al. (2014)

Fansuri Munawar, 2020

PROGRAM PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLEMENTASI KERELASIAN STRATEJIK DALAM MENINGKATKAN KINERJA PADA INDUSTRI KERAJINAN TANGAN EKSPORTIR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Terdapat dua tipe SEM (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2014), pertama SEM berbasis *Covariance* (CB-SEM) terutama digunakan untuk mengkonfirmasi (atau menolak) teori (yaitu, satu set hubungan sistematis antara beberapa variabel yang dapat diukur secara empiris). Konfirmasi ini dikerjakan dengan menentukan seberapa baik model teoritis yang diusulkan dapat memperkirakan matriks kovariansi untuk kumpulan data sampel. Kedua, PLS-SEM (juga disebut pemodelan jalur PLS) terutama digunakan untuk mengembangkan teori dalam penelitian eksplorasi. Pengembangan ini dilaksanakan dengan berfokus untuk menerangkan varian dalam variabel dependen saat memeriksa model penelitian.

Tabel 3.11 menunjukkan beberapa karakteristik yang dimiliki pada metode PLS-SEM dari ukuran sampel, distribusi, skala pengukuran, jumlah item model pengukuran, hubungan antar konstruk dan indikator, kompleksitas model, estimasi parameter sampai evaluasi model.

3.9 Langkah-Langkah Analisis dengan Metode *Partial Least Square* (PLS)

Berdasarkan referensi Ghozali (2014), berikut ini adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis menggunakan metode PLS adalah : 1) mendesain model pengukuran; 2) mendesain model struktural; 3) konstruksi diagram jalur; 4) konversi diagram jalur ke model persamaan; 5) evaluasi model penelitian; 6) analisis mediasi; 7) interpretasi hasil dan penarikan kesimpulan.

3.9.1 Mendesain Model Pengukuran (*Outer Model*)

Validitas konvergen bertolak pada model pengukuran menggunakan jenis refleksif yang diukur melalui korelasi antara nilai item/ nilai bagian dan nilai konstruk yang diuji dengan PLS. Tolok ukur jenis refleksif dapat dikatakan valid apabila berkorelasi lebih besar daripada 0,70 dengan konstruk yang akan diukur. Akan tetapi, untuk langkah awal penelitian tingkat pengujian nilai loading 0,5 hingga 0,6 dapat dikatakan mencukupi.

Validitas diskriminatif pada desain pengujian dengan penilaian refleksif indikator berdasarkan pengukuran *crossloading* dengan konstruk. Apabila menimbang konstruk dengan item yang hasilnya lebih tinggi dari ukuran konstruk yang lain, maka hal itu menunjukkan konstruk laten dapat memprediksi ukuran pada blok itu yang lebih baik dari ukuran pada blok lainnya. Prosedur lain untuk mengukur validitas diskriminan adalah dengan membandingkan perhitungan akar

kuadrat dari rata-rata varian diekstraksi (AVE) pada setiap konstruk dengan membandingkan antara suatu konstruk dengan konstruk yang lain dalam desain penelitian. Jika hasil dari akar kuadrat AVE pada konstruk lebih tinggi dari konstruk lainnya dalam model, maka dapat diambil kesimpulan hasil itu memiliki nilai validitas diskriminan yang baik. Berikut rumus AVE

$$AVE = \frac{\sum_i \lambda_{ij}^2}{\sum_i \lambda_{ij}^2 + \sum_i Var(\epsilon_i)}$$

Dimana λ_{ij} merupakan *component loading* indikator dan $Var(\epsilon_i) = \lambda_i^2$. Jika semua indikator distandarisasi, maka ukuran ini sama dengan komunitas rata-rata di dalam blok. Pengujian ini dapat digunakan dalam mengukur kehandalan bagian nilai variabel laten dan dampak yang lebih umum dibanding dengan kehandalan komposit (ρ_c). Untuk diperhatikan nilai AVE seharusnya lebih tinggi dari 0,5.

Blok indikator keandalan komposit yang mengukur konstruksi dapat dievaluasi dengan dua jenis pengukuran, yaitu konsistensi internal dan *Cronbach alpha*. Dengan menggunakan output PLS, reliabilitas komposit dapat dihitung menggunakan rumus :

$$\rho_c = \frac{(\sum \lambda_1)^2}{(\sum \lambda_1)^2 + \sum_i var(\epsilon_i)}$$

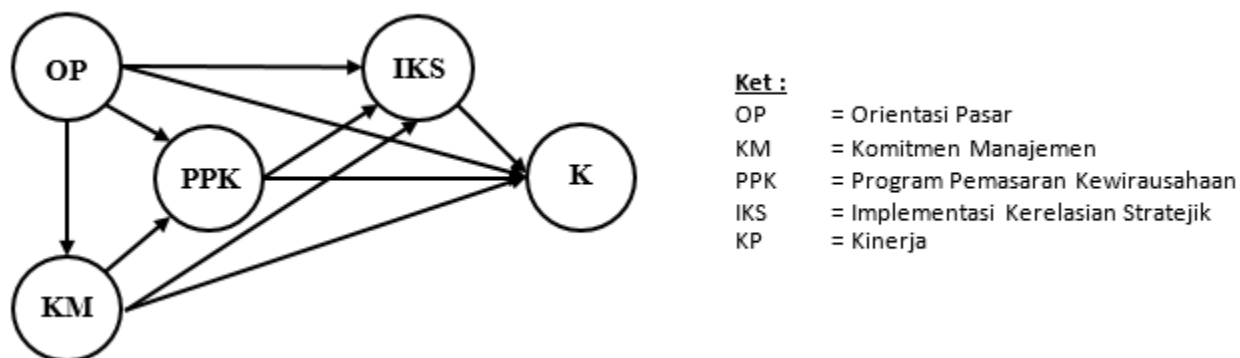
Dimana λ_1 ialah komponen loading indikator dan $var(\epsilon_i) = 1 - \lambda_i^2$. Bila dipadankan dengan *cronbach alpha*, ukuran ini tidak dipandang sama antara pengujian dengan anggapan bahwa seluruh indikator dapat dikalkulasikan secara merata, oleh karena itu cronbach alpha memerlukan estimasi yang lebih kecil, adapun ρ_c merupakan pendekatan yang lebih dekat dengan parameter yang diperkirakan dengan jelas. Nilai ρ_c sebagai tolok ukur konsistensi internal hanya dimanfaatkan untuk konstruksi pada indikator refleksif.

3.9.2. Mendesain Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural diukur melalui R-square untuk konstruk endogen, tes Stone-Geisser Q-square untuk utilitas prediktif dan tes-t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Untuk menilai model penelitian dengan PLS dapat diawali dengan menemukan R-square untuk tiap variabel laten terikat. Maksudnya sama dengan interpretasi dalam analisis regresi. Perubahan perhitungan R-squares dapat dimanfaatkan untuk menghitung pengaruh variabel laten bebas tertentu pada variabel laten terikat apakah hal tersebut mempunyai konsekuensi terhadap sub-variabel. Jumlah f^2 dapat dihitung menggunakan rumus :

$$f^2 = \frac{R^2_{\text{Included}} - R^2_{\text{Excluded}}}{1 - R^2_{\text{Included}}}$$

Dimana R^2_{include} dan R^2_{exclude} adalah R-square dari variabel laten dependen ketika prediktor variabel laten digunakan atau dikeluarkan didalam persamaan struktural. Nilai f^2 sama dengan 0.02, 0.15 dan 0.35 dapat diinterpretasikan bahwa prediktor variabel laten memiliki pengaruh kecil, menengah dan besar pada level struktural. Model ini ditampilkan pada Gambar 3.1 sehingga bisa diartikan bahwa prediktor variabel laten mempunyai dampak yang sedikit, sedang dan banyak di tingkatan struktural.



Gambar 3.1
Model Konseptual Penelitian

Selain memperhatikan nilai R-square, perhitungan pada PLS juga dinilai dengan menemukan relevansi Q-square prediktif untuk model konstruk. Q-square mengevaluasi seberapa tinggi nilai observasi yang didapatkan oleh model penelitian dan juga penilaian parameternya. Ukuran Q-square yang lebih besar dari nol menjelaskan bahwa model tersebut memiliki nilai prediksi

Fansuri Munawar, 2020

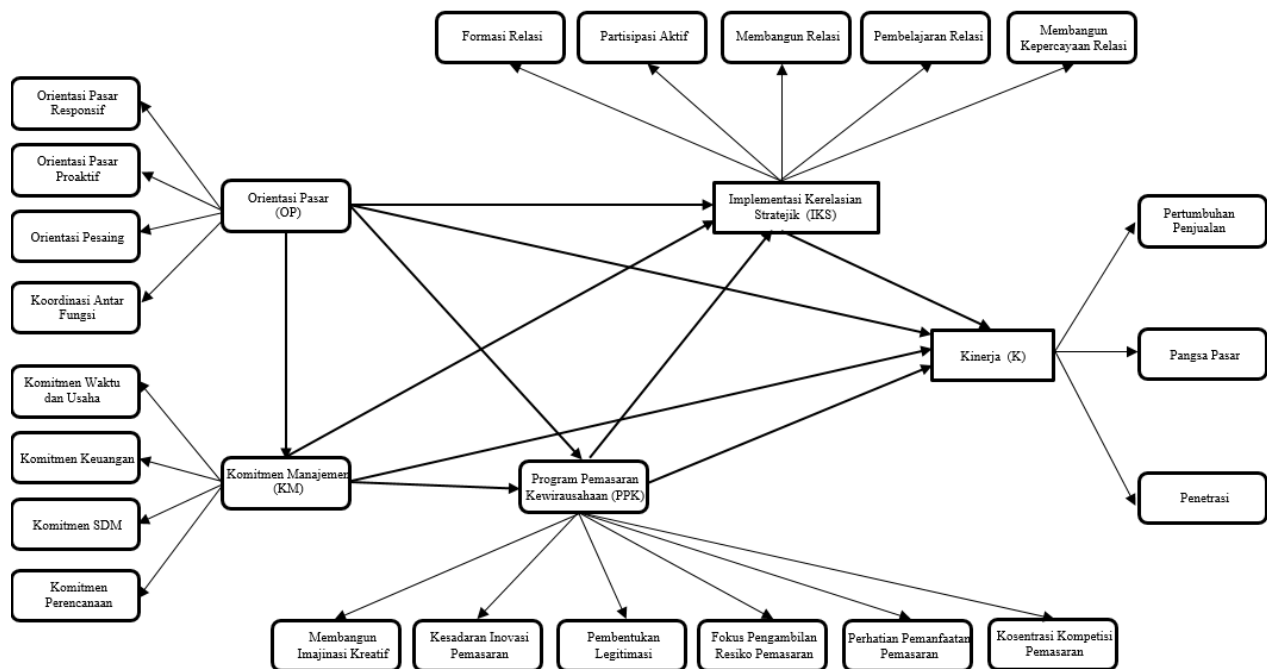
PROGRAM PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLEMENTASI KERELIASAN STRATEJIK DALAM MENINGKATKAN KINERJA PADA INDUSTRI KERAJINAN TANGAN EKSPORTIR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

relevansi, sedangkan ukuran Q-square yang lebih kecil dari nol menjelaskan bahwa model tersebut kurang memiliki relevansi prediktif.

3.9.3 Konstruksi Diagram Jalur

Konstruksi diagram jalur untuk menggambarkan model struktural penelitian berdasarkan variabel eksogen sarta varibel endogen. Studi ini terdiri dari 5 variabel dan 22 dimensi dari terdiri dari orientasi pasar (4 dimensi), komitmen manajemen (4 dimensi), program pemasaran kewirausahaan (6 dimensi), implementasi kerelasian stratejik (5 dimensi) & kinerja (3 dimensi). Gambar 3.2 menunjukkan model struktural penelitian.



Gambar 3.2
Model Struktural Penelitian

Fansuri Munawar, 2020

PROGRAM PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLEMENTASI KERELASIAN STRATEJIK DALAM MENINGKATKAN KINERJA PADA INDUSTRI KERAJINAN TANGAN EKSPORTIR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.9.4 Konversi Diagram Jalur ke Model Persamaan

a) Inner model

Inner model mencirikan kaitan antar variabel laten yang berbasis pada teori substantif. Model persamaannya dapat dirumuskan sebagaimana formula berikut ini

$$\eta = \beta_0 + \beta\eta + \Gamma\xi + \zeta \quad (1)$$

Dimana η menjelaskan vektor endogen (terikat) variabel laten, ξ merupakan vektor variabel laten eksogen (bebas), dan ζ merupakan vektor variabel residual (varian yang tidak dijelaskan). Oleh karena itu, PLS didesain untuk model rekursif maka relasi antara variabel laten, tiap variabel laten terikat η atau sering disebut sistem rantai sebab akibat dari variabel laten yang dapat diuraikan sebagai berikut:

$$\eta_j = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_i \gamma_{jb} \xi_b + \zeta_j \quad (2)$$

Dimana β_{ji} dan γ_{jb} merupakan koefisien jalur yang mengaitkan variabel endogen (terikat) dan variabel laten eksogen (bebas) ξ dan η sepanjang jarak indeks i dan b , dan ζ_j adalah *inner residual variable*.

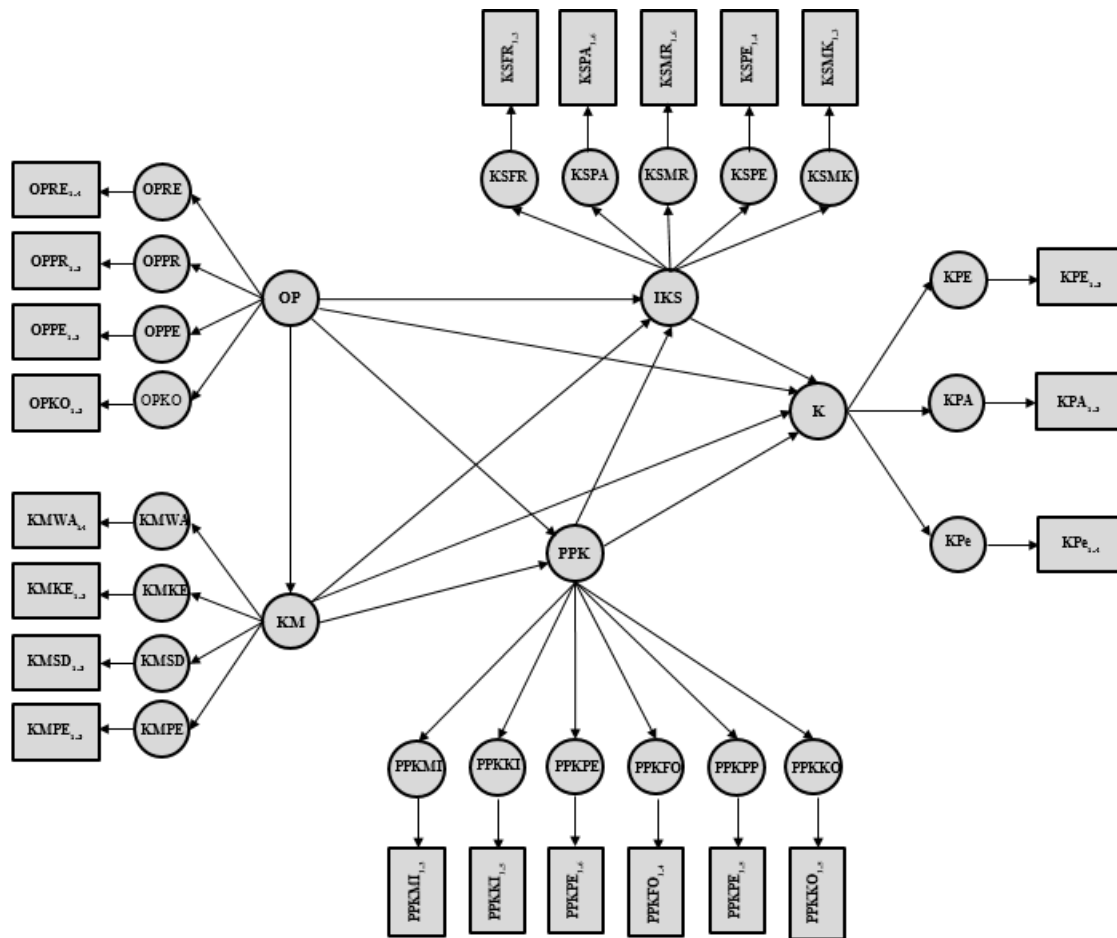
Berikut ini adalah model persamaan struktural dari diagram jalur penelitian ini

$$EMP = f(MO, MC)$$

$$PRM = f(MO, MC, EMS)$$

$$MP = f(MO, MC, EMS, PRM)$$

b) Outer Model



Gambar 3.3
Model Pengukuran Penelitian

Outer model menjelaskan bagaimana masing-masing blok indikator berkaitan dengan variabel latennya. Keberadaan blok di dalam indikator reflektif dirumuskan sebagai berikut :

$$x = \Lambda_x \xi + \varepsilon_x$$

$$y = \Lambda_y \eta + \varepsilon_y$$

Simbol x dan y merupakan indikator atau variabel manifest bagi variabel laten eksogen (bebas) dan endogen (terikat) ξ dan η , sedangkan Λ_x dan Λ_y ialah matrik loading yang

menginterpretasikan koefisien regresi sederhana yang mengaitkan variabel laten bersama indikatornya. Residual yang dinilai dengan ϵ_x dan ϵ_y dapat diartikan sebagai kesalahan pengukuran. Gambar 3.3 menunjukkan model pengukuran penelitian.

3.9.5 Evaluasi Model

Estimasi model pada PLS-SEM memberikan hasil empirik dari hubungan diantara indikator dan konstraknya (model pengukuran) sebagaimana diantara konstruk (model struktural). Tidak seperti pada SEM berbasis kovarian (CB-SEM) yang memiliki ukuran *goodness-of-fit* sehingga perlu dipahami bahwa konsep *fit* pada PLS-SEM berbeda. Pada Tabel 3.12 ditampilkan sistematika evaluasi model dari referensi Ghozali (2014).

Tabel 3.12
Sistematika Evaluasi Model

| Kriteria | Penjelasan |
|---|--|
| Evaluasi Model Struktural | |
| R ² variabel laten endogen | Skor R ² senilai 0.67, 0.33 dan 0.19 bagi variabel laten terikat (endogen) pada model struktural dapat dikatakan bahwa model tersebut “baik”, “moderat”, dan “lemah” |
| Perkiraan koefisien jalur | Nilai perkiraan harus signifikan untuk koefisien jalur dalam model struktural. Nilai signifikansi ini dapat dihasilkan dengan metode <i>bootstrapping</i> . |
| f ² untuk efek pengukuran | Hasil f ² senilai 0.02, 0.15 dan 0.35 dapat diartikan apakah prediktor variabel laten mempunyai dampak yang tinggi, sedang atau rendah pada tingkat struktural |
| Relevansi Prediksi (Q ² dan q ²) | Prosedur <i>blindfolding</i> menggunakan rumus berikut ini: $Q^2 = 1 - \frac{\sum_D E_D}{\sum_D O_D}$ O merupakan <i>sum of squares of observation</i> , E merupakan <i>sum of squares of prediction errors</i> , dan D merupakan <i>omission distance</i> . Nilai Q ² lebih tinggi dari nol menjelaskan bahwa model mempunyai relevansi prediksi, sedangkan Q ² di bawah nol mengindikasikan |

model kurang mempunyai relevansi prediksi. Dampak relatif model struktural terhadap pengukuran variabel dependen laten dapat dinilai dengan rumus :

$$q^2 = \frac{Q^2_{Included} - Q^2_{Excluded}}{1 - Q^2_{Included}}$$

Evaluasi Model Pengukuran Refleksif

Loading faktor

Nilai loading faktor harus di atas 0.70

Composite Reliability

Reliabilitas komposit menilai konsistensi internal dan nilainya harus di atas 0.60

Average Variance Extracted

Nilai varian rata-rata diekstraksi (AVE) harus di atas 0.50

Validitas Diskriminan

Hasil akar kuadrat AVE agar lebih tinggi dibandingkan skor korelasi antar variabel laten. Sebagai standar lain dari validitas diskriminan. Diharapkan masing-masing blok indikator mempunyai nilai loading lebih besar untuk tiap konstruk laten yang diuji apabila dibandingkan dengan indikator konstruk laten lainnya.

Cross Loading

Penilaian Model Formatif

Bobot nilai signifikan

Nilai estimasi untuk model pengukuran formatif harus signifikan. Tingkat signifikansi ini dinilai dengan prosedur *bootstrapping*

Multikolinearitas

Variabel manifest pada blok harus dites apakah terdapat multikolinearitas. Nilai faktor inflasi varian (VIF) dapat dipakai untuk menguji hal ini. Nilai VIF di atas 10 mengindikasikan terdapat multikolinearitas.

Sumber : Ghozali (2014)

3.9.6 Analisis Mediasi

Pengujian pengaruh tidak langsung seperti mediasi dan moderasi oleh variabel laten pada model regresi dipopulerkan oleh Baron & Kenny (1986) yang membedakan antara sifat-sifat variabel mediator dan moderator di sejumlah level. Pada perkembangan model ini dikritisi bahwa pada perhitungan mediasi dengan metode ini dan metode Sobel Test tidak stabil pada berbagai kondisi, salah satunya adalah untuk data non-normal. Sehingga Preacher & Hayes (2008) mengajukan metode perhitungan mediasi dengan *bootstrapping*.

Prosedur perhitungan analisis mediasi dengan menggunakan metode Preacher & Hayes (2008) atas model struktural PLS adalah dengan menghitung statistik-t dengan mencari standar deviasi dari bootstrap perkalian path yang memediasi variabel independen ke variabel dependen.

Fansuri Munawar, 2020

PROGRAM PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLEMENTASI KERELASIAN STRATEGIS DALAM MENINGKATKAN KINERJA PADA INDUSTRI KERAJINAN TANGAN EKSPORTIR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Selanjutnya dihitung p-value untuk signifikansi pengujian hipotesis. Pengujian analisis mediasi ini dilakukan untuk path :

1. Program pemasaran kewirausahaan dan kinerja
2. Program pemasaran kewirausahaan dan implementasi kerelasian stratejik
3. Implementasi kerelasian stratejik dan kinerja

3.9.7. Interpretasi Hasil dan Kesimpulan

Keluaran dari PLS untuk model jalur penelitian, kemudian dilakukan *resampling bootstrapping* sehingga nilai loading divalidasi dengan nilai distribusi-t dengan *p-value* nya. Adapun tingkat kepercayaan yang diterapkan dalam studi ini ialah sebesar 95% ($1-\alpha$) atau dikatakan dengan $\alpha = 0,05$ yang menunjukkan kemungkinan error type 1 atau kemungkinan menolak hipotesis null yang benar. Sehingga *t-value* kritis untuk nilai α ini diperoleh sebesar 1,672. Berdasarkan keluaran ini, selanjutnya diuji t pada $\alpha = 0,05$, dan untuk setiap jalur yang dihipotesiskan diambil kesimpulan.