

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

(Duli, 2019:3) kuantitatif adalah “berdasarkan jumlah atau banyaknya”. Penelitian adalah “kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data yang sistematis dan objektif yang ditujukan untuk memecahkan masalah dan menguji hipotesis guna mengembangkan prinsip-prinsip umum”. Jadi penelitian kuantitatif adalah kegiatan mengumpulkan, mengolah, menganalisis, dan menyajikan data berdasarkan kuantitas yang dilakukan secara objektif untuk menyelesaikan masalah atau menguji hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linie berganda. Teknik ini dipakai dengan maksud untuk mengkaji variabel bebas (X) terhadap variabel terikat yaitu (Y). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah orientasi pasar (X_1) dan orientasi kewirausahaan (X_2), sedangkan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kinerja pemasaran (Y).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan yaitu variabel orientasi pasar (X_1) dan orientasi kewirausahaan (X_2). Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yakni kinerja pemasaran (Y).

Penentuan tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah petani jamur di Kecamatan Klakah Lumajang. Dipilihnya tempat penelitian ini dilakukan karena

penghasil produk olahan jamur dengan potensi unggulan berada di Kecamatan Klakah. Sedikit banyak penduduknya sudah memproduksi dan membudidayakan jamur tiram tersebut.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data atau informasi yang peneliti terima langsung dari sumbernya (Waluya, 2007:79). Data Primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh seorang responden petani jamur di Kecamatan Klakah Lumajang. Hasil dari data primer merupakan jawaban dari responden atas pernyataan-pernyataan yang diajukan dalam kuesioner. Pernyataan ini menyangkut tentang orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan kinerja pemasaran petani jamur di Kecamatan Klakah Lumajang.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data untuk penelitian ini menggunakan data internal. Data internal adalah data yang menggambarkan keadaan organisasi (Maryati & Juju Suryawatii, 2008:121). Data internal penelitian ini diperoleh dari para petani jamur di Kecamatan Klakah Lumajang.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik *Sampling*

3.4.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang diteliti (Harinaldi, 2005:2). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 37 petani jamur di Kecamatan Klakah Lumajang.

3.4.2 Sampel dan Teknik *Sampling*

Sampel penelitian adalah bagian yang memberikan gambaran umum tentang populasi (Slamet & Andhita, 2020:12) Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah petani jamur di Kecamatan Klakah Lumajang.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan sampel jenuh. Menurut (Sugiyono, 2015:124) “Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 10 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain dari sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel”.

Alasan penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh karena jumlah populasi kecil, maka sampel dalam penelitian ini menggunakan seluruh jumlah populasi untuk digunakan sebagai responden sejumlah 37 responden.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut (Waluya, 2007:21) variabel merupakan objek peneliti yang bervariasi. Arti lain yang diberikan pada istilah variabel adalah konsep yang diberi dari satu konsep. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen.

a. Variabel Bebas (Independen)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus. Variabel independen adalah variabel yang diduga berpengaruh terhadap variabel dependen. Variabel independen disebut juga sebagai variabel prediktor (Supriadi, 2020:120).

Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Orientasi Pasar (X_1)
- 2) Orientasi Kewirausahaan (X_2)

b. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel ini merupakan variabel utama yang menjadi daya tarik atau fokus peneliti (Supriadi, 2020:121). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja Pemasaran (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah konsep yang diartikan oleh konsep lain untuk menciptakan logika dalam proses pembuatan hipotesis (Sholihah, 2020: 91). Definisi konseptual dari masing-masing variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Orientasi Pasar

Orientasi pasar sebagai budaya bisnis dapat secara efektif dan efisien menciptakan perilaku karyawan yang memungkinkan terciptanya dan mendukung produk yang bernilai besar di mata konsumen (Fandy Tjiptono, 2017:37), Orientasi pasar efektif dalam mempertahankan keunggulan bersaing, dimulai dengan perencanaan dan koordinasi dengan seluruh bagian organisasi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

b. Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan adalah organisasi yang memiliki kombinasi sumber daya yang menciptakan nilai lebih besar dari sebelumnya, berupa tenaga kerja,

material, dan aset lainnya (Suryaningsih & Nurawalin, 2019:75). Orientasi kewirausahaan digunakan sebagai strategi bisnis untuk menciptakan hal-hal baru yang berbeda dengan perusahaan lain agar dapat bersaing secara efektif dalam market place yang sama dan mendapatkan keunggulan kompetitif.

c. Kinerja Pemasaran

Menurut (Hidayatullah et al., 2019:36) menyatakan bahwa kinerja pemasaran adalah ukuran prestasi yang dihasilkan dari aktivitas pemasaran suatu perusahaan atau organisasi. Selain itu, kinerja pemasaran dapat dipandang sebagai konsep yang digunakan untuk mengukur sejauh mana prestasi pasar yang telah dicapai oleh suatu produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan.

3.5.3 Definisi Operasional

Menurut (Sholihah, 2020:91) menjelaskan definisi operasional sebagai definisi yang didasarkan pada sifat-sifat yang dapat diobservasi.

a. Orientasi Pasar

Adapun indikator variabel independen orientasi pasar dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Tresyanto & Panjaitan, 2017:8):

- 1) Orientasi produksi
- 2) Orientasi produk
- 3) Orientasi penjualan
- 4) Orientasi konsumen

Berdasarkan indikator mengenai orientasi pasar diatas dapat disusun kuesioner serta jawaban dan skala pengukuran sebagai berikut:

- 1) Secara periodik meninjau perkembangan produksi untuk memastikan produk jamur sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.
- 2) Selalu berinovasi terhadap produk jamur agar lebih dikenal masyarakat luas.
- 3) Selalu berusaha meningkatkan volume penjualan untuk meningkatkan keuntungan.
- 4) Selalu berusaha memenuhi permintaan konsumen atas produk jamur.

b. Orientasi Kewirausahaan

Adapun indikator variabel independen orientasi kewirausahaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Suryaningsih & Nurawalin, 2019:76):

- 1) Bersifat flexible
- 2) Mampu merencanakan
- 3) Berani mengambil resiko
- 4) Pengalaman berusaha

Berdasarkan indikator mengenai orientasi kewirausahaan diatas dapat disusun kuesioner serta jawaban dan skala pengukuran sebagai berikut:

- 1) Mampu mengikuti perubahan permintaan masyarakat atas produk jamur yang dihasilkan.
- 2) Dapat menyusun strategi usaha jamur untuk mencapai laba dan menjadi produk unggulan.
- 3) Berani mengambil resiko untuk bertanggung jawab atas semua keputusan produk jamur yang di operasikan.
- 4) Memiliki pengalaman yang cukup untuk bersaing dengan usaha sejenis dalam bisnis jamur ini.

c. Kinerja Pemasaran

Adapun indikator variabel kinerja pemasaran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Hidayatullah et al., 2019:36):

- 1) Volume Penjualan
- 2) Pertumbuhan Pelanggan
- 3) Kemampulabaan

Berdasarkan indikator mengenai keunggulan bersaing diatas dapat disusun kuesioner serta jawaban dan skala pengukuran sebagai berikut:

- 1) Berusaha meningkatkan jumlah produksi produk untuk memenuhi permintaan konsumen.
- 2) Memberikan produk dan layanan berkualitas kepada pelanggan sehingga pelanggan tetap setia membeli produk jamur.
- 3) Mengelola biaya seefisien mungkin dalam meningkatkan produksi dan penjualan untuk mencapai keuntungan yang optimal.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sebuah alat yang dipakai untuk mengukur keadaan alam atau sosial yang diteliti, sehingga variabel dapat dinyatakan sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2015:178).

- a. Instrumen untuk mengukur orientasi pasar.
- b. Instrumen untuk mengukur orientasi kewirausahaan.
- c. Instrumen untuk mengukur keunggulan bersaing.

Skala pengukuran merupakan acuan pengukuran yang akan digunakan peneliti untuk mengukur variabel penelitian (Slamet & Andhita, 2020:23). Skala

pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert yang merupakan model skala yang banyak digunakan oleh peneliti untuk mengukur sikap, persepsi atau fenomena sosial lainnya (Slamet & Andhita, 2020:24). Dalam penelitian ini dapat disusun tabel instrumen penelitian dan skala pengukuran sebagai berikut:

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Orientasi Pasar	1. Orientasi produksi (production orientation). 2. Orientasi produk (product orientation). 3. Orientasi penjualan (selling orientation). 4. Orientasi konsumen (customer orientation).	1. Secara periodik meninjau perkembangan produksi untuk memastikan produk jamur sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. 2. Selalu berinovasi terhadap produk jamur agar lebih dikenal masyarakat luas. 3. Selalu berusaha meningkatkan volume penjualan untuk meningkatkan keuntungan. 4. Selalu berusaha memenuhi permintaan konsumen atas produk jamur.	Ordinal	(Tresyanto, Citra. Anggraini., & Panjaitan, Thyophoid a. W. S., 2017: 8).
2.	Orientasi Kewirausahaan	1. Bersifat flexible 2. Mampu merencanakan 3. Berani mengambil resiko 4. Pengalaman berusaha	1. Mampu mengikuti perubahan permintaan masyarakat atas produk jamur yang dihasilkan. 2. Dapat menyusun strategi usaha jamur untuk mencapai laba	Ordinal	Suryaningsih, T., & Nurawalin, T. (2019:76)

			dan menjadi produk unggulan.		
			3. Berani mengambil resiko untuk bertanggung jawab atas semua keputusan produk jamur yang di operasikan.		
			4. Memiliki pengalaman yang cukup untuk bersaing dengan usaha sejenis dalam bisnis jamur ini.		
3.	Kinerja Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Volume penjualan 2. Pertumbuhan pelanggan 3. kemampulaban 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berusaha meningkatkan jumlah produksi produk untuk memenuhi permintaan konsumen. 2. Memberikan produk dan layanan berkualitas kepada pelanggan sehingga pelanggan tetap setia membeli produk jamur. 3. Mengelola biaya seefisien mungkin dalam meningkatkan produksi dan penjualan untuk mencapai keuntungan yang optimal. 	Ordinal	Hidayatullah, S., Firidiansjah, A., Patalo, R. G., & Waris, A. (2019:36)

3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data secara langsung pada objek yang diteliti (Slamet & Andhita, 2020:28). Teknik observasi dalam penelitian ini yaitu dengan cara melakukan observasi terhadap objek penelitian dan melakukan komunikasi langsung dengan 37 responden yaitu para petani jamur di Kecamatan Klakah Lumajang yang telah mendirikan usaha dan menjadi populasi penelitian. Sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui tatap muka atau tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan narasumber (Slamet & Andhita, 2020:28). Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan para petani jamur di Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang dan pemerintah setempat. Peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden dengan cara berkomunikasi secara langsung, tetapi apabila tidak memungkinkan maka, pertanyaan tersebut dapat diberikan melalui alat komunikasi lain. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada responden tentang persepsi orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran.

c. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan dalam bentuk konvensional

(cetak) atau online (*google form*) kepada responden untuk dijawab (Slamet & Andhita, 2020:28). Kuesioner disebarikan kepada 37 responden petani jamur di Kecamatan Klakah Lumajang dengan tujuan untuk memperoleh bahan atau data yang nantinya akan digunakan didalam penelitian dengan penyebaran kuesioer. Hasil data tersebut membuat peneliti mengetahui pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran pada petani jamur di Kecamatan Klakah Lumajang. Pengukuran data mengenai variabel orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran dilakukan dengan cara memberikan skor pada setiap jawaban dari pernyataan atau pertanyaan yang telah dicantumkan dalam kuesioner tersebut. Skor yang diberikan pada penelitian ini menggunakan skala *likert*.

(Slamet & Andhita, 2020:24) menyatakan bahwa bentuk-bentuk skor berdasarkan skala *likert* antara lain:

- | | |
|---|---|
| 1) Sangat setuju atau sangat positif (SS/SP) dengan skor | 5 |
| 2) Setuju atau positif (ST/PS) dengan skor | 4 |
| 3) Ragu-ragu atau netral (RG/NT) dengan skor | 3 |
| 4) Tidak setuju atau negatif (TS/NG) dengan skor | 2 |
| 5) Sangat tidak setuju atau sangat negatif (STS/SN) dengan skor | 1 |

d. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah suatu karangan ilmiah yang berisi pendapat berbagai pakar tentang suatu masalah, yang kemudian memeriksa dan membandingkannya, serta menarik kesimpulan (Haryanto et,al, 2000:78). Studi pustaka yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan membaca buku-buku, literatur, jurnal maupun

artikel yang berhubungan dengan masalah didalam penelitian. Adapun buku-buku, literatur, jurnal maupun artikel yang dibaca berupa bebrapa teori yang yang dinyatakan para ahli jurnal serta artikel yang berhubungan dengan orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan kinerja pemasaran.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan meringkas data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan bahan lainnya sehingga dapat dengan mudah dipahami dan diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2013:88). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. (Slamet & Andhita, 2020:137) menerangkan bahwa uji regresi linier berganda dapat digunakan apabila jumlah variabel bebas (independen) yang digunakan lebih dari satu dengan satu variabel terikat (dependen). Selain itu, uji regresi linier berganda tidak berdiri sendiri, melainkan diikuti dengan uji lainnya yang saling mendukung dan berhubungan. Sebelum melakukan uji regresi linier berganda, peneliti harus melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu dalam mengolah data penelitian.

Penelitian ini melakukan analisis data dengan dibantu program SPSS. Metode data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.8.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang bertujuan menilai apakah seperangkat alat ukur telah tepat mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan analisis korelasi *product moment* dengan cara mengkorelasikan

skor tiap-tiap *item* dengan skor sebagai jumlah skor *item* (Yusuf & Daris, 2018:51).

Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat (Sugiyono, 2012:178). Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2012:178).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji instrumen yang dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana ketahanan (kehandalan) suatu instrumen dalam pengumpulan data (Yusuf & Daris, 2018:57). Uji reliabilitas dapat menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Menurut (Nugroho, 2011:33) uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Cronbach Alpha* dengan indeks kriteria dibedakan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Cronbach Alpha</i> (α)	Tingkat Reliabilitas
1.	0,000 – 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3.	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601 – 0,80	Reliabel
5.	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Nugroho, Y, A. (2011:33)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Duli N., (2019:114) uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Tujuan uji asumsi klasik adalah memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bisa konsisten (Gunawan, C., 2020:108). Terdapat empat jenis pengujian asumsi klasik

yang wajib dilakukan dalam model regresi linear berganda yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

(Slamet & Andhita, 2020:81) menjelaskan uji normalitas data merupakan uji yang mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak normal, sehingga pemilihan statistik dapat dilakukan dengan tepat. Pengujian normalitas dapat dikatakan tidak sulit dalam uji asumsi klasik karena, data yang lebih dari 30 angka maka dapat dianggap berdistribusi normal dan dapat dinyatakan sebagai sampel dengan jumlah besar. Namun, dalam penelitian ini diperlukan pembuktian dengan uji normalitas agar data yang berjumlah lebih dari 30 atau kurang dari 30 dapat dibuktikan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Apabila titik-titik yang tersebar pada garis dan mengikuti garis diagonal maka, nilai residual dapat dikatakan normal.

b. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan pendapat (Albert Kurniawan, 2014:102) menyatakan bahwa uji multikolinearitas ialah syarat seluruh uji hipotesis regresi atau kausalitas. Multikolinearitas dapat diketahui dengan mengukur koefisien korelasi ganda serta membandingkan dengan koefisien korelasi antarvariabel independen atau variabel bebas. Uji multikolinearitas dipakai untuk memahami kesalahan standar estimasi model pada suatu penelitian. (Albert Kurniawan, 2014:157) menyatakan bahwa terdapat beberapa tolak ukur untuk mengidentifikasi multikolinearitas terhadap suatu model yakni sebagai berikut:

Apabila nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dibawah 10 ($VIF < 10$) maka menandakan bahwa terjadi multikolinearitas yang serius pada model regresi. Jika nilai *tolerance* mendekati 1 maka menandakan model terbebas dari multikolinearitas, sedangkan jika semakin menjauhi 1 maka menandakan model regresi tidak terbebas multikolinearitas atau terjadi gejala multikolinearitas.

Apabila nilai koefisien korelasi antar tiap-tiap variabel bebas lebih kecil dari 0,70, maka model dapat dinyatakan terbebas dari multikolinearitas. Jika nilai lebih besar dari 0,70 maka dianggap terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel bebas sehingga terbentuk multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

(Duli, 2019:122) menjelaskan uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual). Model dikatakan baik jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti berkumpul ditengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *Scatter Plot*.

3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah model regresi linier dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau predictor (Ghodang & Hantono, 2020:90). Persamaan analisis regresi linier berganda merupakan model persamaan

regresi linier dengan variabel bebas lebih dari satu. Bentuk umum persamaan analisis regresi linier berganda dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Keunggulan bersaing

a = Koefisien konstanta

b_1 = Koefisien regresi orientasi pasar

b_2 = Koefisien regresi orientasi kewirausahaan

X_1 = Orientasi pasar

X_2 = Orientasi kewirausahaan

e = Error

3.8.4 Uji Hipotesis

Menurut (Mufarrikoh, 2019:71) uji hipotesis merupakan suatu proses melakukan perbandingan antara nilai sampel (dari data penelitian) dengan nilai hipotesis pada data populasi. Peneliti harus memilih dan menentukan sampel, menilai instrumen, desain serta mengikuti langkah-langkah yang mengarahkan pada penelusuran data yang dibutuhkan. Terdapat dua kemungkinan dalam hasil uji hipotesis yaitu, diterima atau ditolak. Jenis pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Uji t (uji parsial)

Uji t merupakan pengujian pada satu populasi apakah rata-rata populasi sama dengan suatu harga tertentu. Sedangkan uji t pada dua sampel akan menguji apakah rata-rata pada dua populasi sama atautkah berbeda secara nyata (Payadnya

& Jayantika, 2018). Uji t (uji parsial) dalam penelitian ini menguji tentang pengaruh signifikan antara variabel bebas (independen) yaitu orientasi pasar (X_1) dan orientasi kewirausahaan (X_2) terhadap variabel terikat (dependen) yaitu kinerja pemasaran (Y). Adapun langkah-langkah dalam uji t (uji parsial) menurut (Prayitno, D., 2018:121) sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

H1 : Terdapat pengaruh orientasi pasar yang signifikan terhadap kinerja pemasaran pada sentra petani jamur di Kecamatan Klakah Lumajang.

H2 : Terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan yang signifikan terhadap kinerja pemasaran pada petani jamur di Kecamatan Klakah Lumajang.

2) Menentukan *level of significant* dengan $\alpha = 5\%$.

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan α sebesar 5% atau 0,05.

3) Menentukan kriteria pengujian:

Apabila $t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka hipotesis diterima.

Apabila $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak.

4) Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus:

$$T_{hitung} = \frac{\text{koefisien } \beta}{\text{standart error}}$$

5) Menarik kesimpulan berdasarkan perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} dengan kriteria dan signifikan yang telah ditentukan.

b. Uji f (uji simultan)

Uji F adalah alat uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) dapat berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y) (Sunyoto, S., 2011:103). Pengujian digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (Y) yaitu orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap variabel dependen (X) yaitu kinerja pemasaran secara simultan, sehingga dilakukan uji signifikansi sebagai berikut :

Prayitno, D. (2018:121) menjelaskan langkah-langkah dalam uji F sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

H_3 : Terdapat pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan yang signifikan secara simultan terhadap kinerja pemasaran pada petani jamur di Kecamatan Klakah Lumajang.

2) Kriteria pengujiannya :

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $sig \leq 0,05$ maka hipotesis diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka hipotesis ditolak.

3) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil F_{hitung} dengan F_{tabel} .

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan persen variasi dalam variabel terikat yang dijelaskan, yang disebabkan oleh variabel bebas (Lind et al., 2018:130). Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0-1. Nilai kecil dalam koefisien determinasi menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Semakin mendekatnya nilai

determinasi terhadap nilai 1 maka variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi atau meramalkan variabel dependen dan model dikatakan semakin tepat.

Jadi koefisien determinasi dalam penelitian ini untuk mengukur kemampuan variabel orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dalam menjelaskan kinerja pemasaran pada petani jamur di Kecamatan Klakah Lumajang.

