

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 3. 1 Logo Bijie Kopia

Sumber: Bijie Kopia, 2023

Bijie Kopia merupakan sebuah kedai kopi yang berdiri sejak tahun 2015. Bijie Kopia terletak di Ruko Financial Jl. Gading Serpong Boulevard Blok BA2 No. 55, Pakulonan Barat, Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Banten. Bijie Kopia memiliki konsep yang unik dan menarik. Konsep yang dijalankan Bijie Kopia bertemakan retro dengan nuansa jaman dulu dan untuk mendukung konsep tersebut Bijie Kopia menyediakan dekorasi seperti miniature robot, motor vespa antik, telepon analog, dan berbagai dekorasi dinding berupa jam kuno serta poster lawas yang seakan membawa pengunjung kembali ke masa lalu. Bijie Kopia menyajikan makanan serta minuman yang dimana kopi sebagai menu utamanya. Kopi yang ditawarkan oleh Bijie Kopia adalah *coffee robusta*, *coffee Arabica*, *coffee milk*, *coffee Vietnam*, *coffee ginger milk*, *cappucinno*, *mochaccino*, *coffee late*, dan lainnya. Selain menu kopi, Bijie Kopia juga menyajikan menu non kopi seperti *ice tea*, *thai tea*, *lechee tea*, *lemon tea*, *ginger milk*, *tropical milk*, dan *chocolate*. Adapun menu makanan yang ditawarkan sebagai pelengkap meliputi *toast*, *banana*, kentang goreng, sosis, cireng, singkong, bakso goreng, dan otak-otak.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian memiliki arti sebagai rancangan ataupun kerangka yang digunakan untuk keperluan suatu penelitian. Desain Penelitian pada dasarnya akan menentukan prosedur apa saja yang diperlukan guna mendapatkan sebuah informasi yang dibutuhkan untuk menyusun serta menyelesaikan permasalahan penelitian (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017).

Terdapat dua jenis desain atau rancangan penelitian yang dapat digunakan untuk melakukan sebuah penelitian yaitu sebagai berikut (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017):

1. *Exploratory Research Design*

Desain penelitian yang satu ini memiliki tujuan untuk memberi penjelasan serta pemahaman atas sebuah fenomena yang sedang dihadapi. Ketika subjek penelitian cukup sulit untuk diukur, maka desain penelitian yang akan digunakan adalah yang ini. Desain penelitian ini sifatnya fleksibel, dalam artian tidak ada struktur yang pasti tetapi dapat berkembang.

2. *Conclusive Research Design*

Desain penelitian yang satu ini memiliki tujuan untuk meneliti sebuah fenomena dengan menggunakan uji hipotesis serta mencari hubungan antar variabel dalam penelitian. Desain penelitian ini sifatnya formal, dalam artian memiliki struktur yang jelas. Desain penelitian ini terbagi menjadi dua tipe yaitu sebagai berikut:

a) *Descriptive Research*

Tipe ini merupakan sebuah penelitian yang memiliki tujuan untuk menghasilkan deskripsi mengenai karakteristik dari pasar.

Jenis ini dibagi lagi menjadi 2 yaitu:

- *Cross Sectional Design*

Cross-sectional design adalah suatu metode penelitian yang dilakukan pada satu waktu tertentu dengan mengumpulkan data dari responden yang mewakili populasi

yang ingin diteliti. Data yang dikumpulkan dapat berupa data kuantitatif atau kualitatif, dan peneliti mengambil sampel secara acak untuk memastikan representativitas sampel.

- Longitudinal Design

Longitudinal design merupakan suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mempelajari perubahan yang terjadi pada kelompok subjek dalam jangka waktu yang panjang. Dalam desain ini, subjek penelitian diamati dan diukur pada beberapa waktu yang berbeda untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perubahan tersebut. Hal ini sering digunakan dalam studi tentang perkembangan kognitif anakanak atau dalam studi epidemiologi untuk mempelajari perkembangan penyakit dan efek dari pengobatan atau intervensi dalam jangka waktu yang panjang.

b) *Causal Research*

Tipe ini merupakan sebuah penelitian yang memiliki tujuan untuk menemukan dan membuktikan hubungan sebab akibat yang terjadi antar variabel.

Pada penelitian ini penulis menggunakan *Conclusive Research Design* dengan tipe *Descriptive Research* untuk dapat meneliti dan menjelaskan peran dari variabel independent dan dependent dengan survei menggunakan metode cross sectional design yaitu dengan menyebarkan kuesioner survei menggunakan Google Form kepada konsumen Bijie Kopie di Tangerang. Penulis menggunakan 5 skala likert dalam kuesioner yang disebarkan untuk mengukur jawaban dari responden.

3.2.1 Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan survei dengan pendekatan metode kuantitatif. Survei merupakan penelitian yang dilakukan dengan memberikan angket serta skala pada suatu sampel untuk mendeskripsikan opini responden penelitian sehingga peneliti dapat menyimpulkan sebuah hasil dari populasi tersebut berdasarkan kecendrungan yang ada. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2017) metode kuantitatif merupakan dasar filsafat positivism dalam penelitian dengan menggunakan data angka dari tahapan pengumpulan data, tafsiran perolehan data dan paparan hasil dari data.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variable *market orientation*, *technology orientation*, *entrepreneurial orientation* terhadap *business performance* pada usaha gerai kopi di Bijie Kopie. Responden menjawab beberapa pertanyaan yang dilampirkan dengan menggunakan skala Likert dari poin 1 (sangat tidak setuju) hingga poin 5 (sangat setuju) untuk mengidentifikasi pendapat dari responden.

3.2.2 Data Penelitian

Data penelitian yang dikemukakan oleh (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017) terbagi dua jenis, yaitu Data Primer dan Data Sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan informasi yang diperoleh untuk mendapatkan data yang diperlukan dari sumber aslinya secara langsung. Data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner disebarkan kepada konsumen dari Bijie Kopie secara *online*. Respon dari kuesioner yang sudah diberikan dapat membantu penulis untuk menarik sebuah hasil kesimpulan mengenai permasalahan dari keseluruhan yang di wakili oleh para responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari orang lain dari berbagai sumber yang telah tersedia. Data sekunder ini digunakan untuk keperluan diluar penelitian yang berumber dari publikasi jurnal, website, dan buku.

Penulis menggunakan kedua jenis data yaitu data primer dan data sekunder untuk keperluan penelitian yang dilakukan. Data primer digunakan oleh penulis dengan melakukan survei melalui google form untuk mendapatkan data secara langsung dari responden untuk dapat diolah, sedangkan data sekunder yang digunakan oleh penulis dengan mengutip dari berbagai publikasi jurnal, website, dan buku yang berguna mendukung penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi yang dikemukakan oleh (Sugiyono, 2017) yaitu penggeneralisasian yang terdiri dari objek maupun subjek dengan karakteristik tertentu yang akan dipelajari dan ditarik kesimpulannya dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menentukan populasi yang merujuk kepada konsumen Bijie Kokie yang berdomisili di wilayah Tangerang.

3.3.2 Sampel

Sampel didefinisikan sebagai proses pemungutan sebagian total karakteristik termuat dalam populasi (Sekaran & Bougie, 2017). Penulis menerapkan teknik *Non Probability Sampling* yang diartikan teknik pemilihan anggota sampel dari populasi dengan peluang yang tidak sama (Sugiyono, 2017). Teknik tersebut dilakukan dengan metode Judgmental Sampling berarti sampel akan diambil dengan kriteria yang harus terpenuhi dimana telah ditetapkan oleh penulis yang didapatkan dari populasi (Sekaran & Bougie, 2017). Kriteria untuk sampel yang akan peneliti ambil yaitu masyarakat Tangerang yang pernah mengkonsumsi makanan ataupun minuman di kedai kopi Bijie Kokie.

3.3.3 Ukuran Sampel

Ukuran sampel menurut (Sekaran & Bougie, 2017) merupakan jumlah elemen yang dipakai untuk mewakili sebuah penelitian. Pendoman yang diterapkan oleh penulis untuk menentukan jumlah sampel menggunakan teori (Sugiyono, 2017) memberikan saran mengenai ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel dapat dikatakan layak yaitu sejumlah antara 30 sampai dengan 500.
2. Apabila sampel dibagi ke dalam kategori, maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.

3. Apabila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.

Dikarenakan metode analisis penelitian ini menggunakan regresi berganda, maka sesuai dengan saran tersebut pada poin ke 3 di atas. Berikut perhitungan matematis dalam penentuan jumlah sampel penelitian ini yaitu:

1. Jumlah anggota sampel yang digunakan penelitian sebesar 24 sampel.
2. Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Maka jumlah variabel dalam penelitian sebanyak 4 variabel.

Ukuran sampel mengacu pada jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). Pada penelitian ini, peneliti mengukur sampling size berdasarkan jumlah indikator yang digunakan dalam kuesioner. Dari hasil perhitungan tersebut menunjukkan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 120 yang hasilnya didapatkan dari jumlah sampel sebanyak 24 dikali dengan 5 observasi serta dapat disimpulkan jumlah sampel minimum ditetapkan sudah representatif.



3.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data primer dengan kuesioner disebarkan kepada konsumen Bijie Kopi yang berdomisili di wilayah Tangerang. Respon dari kuesioner yang sudah diberikan dapat membantu penulis untuk menarik sebuah hasil kesimpulan mengenai permasalahan dari keseluruhan yang di wakili oleh para responden. Selain itu, penulis juga menggunakan data sekunder yang dari berbagai publikasi jurnal, website, dan buku untuk mendukung penelitian.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian dari sudut pandang (Sugiyono, 2017) memiliki makna sebagai penarikan kesimpulan atas hasil informasi yang berasal dari pembahasan untuk dipelajari dan diteliti. Berikut penjabaran atas variabel yang termuat dalam tabel ini:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Kode	Pernyataan Penelitian	Skala
1.	<i>Market Orientation</i>	<i>Market orientation</i> adalah upaya perusahaan dalam memahami persaingan dan berkomitmen untuk melakukan kreasi dan menciptakan keunggulan bagi pelanggan dengan cara memuaskan kebutuhan konsumen dengan kesesuaian pada	Orientasi Pelanggan	MO11	Menurut anda Bijie Kopi memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan demi membentuk loyalitas pelanggan.	Likert 1-5
			Orientasi Pelanggan	MO12	Menurut anda Bijie Kopi selalu menawarkan produk yang berkualitas untuk memenuhi kepuasan pelanggan.	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Kode	Pernyataan Penelitian	Skala
		keinginan konsumen pada suatu produk (Nikmah, Sudarmiati, Hermawan, & Soetjipto, 2020).	Orientasi pesaing	MO21	Menurut anda Bijie Kopie menjadikan pesaing sebagai acuan dalam mengelola usaha.	Likert 1-5
			Orientasi pesaing	MO22	Menurut anda Bijie Kopie cepat menyesuaikan jika ada produk baru dari pesaing.	Likert 1-5
			Koordinasi antar fungsi	MO31	Menurut anda Bijie Kopie mempunyai hubungan interfungsi terhadap organisasi maupun pelanggan secara baik.	Likert 1-5
			Koordinasi antar fungsi	MO32	Menurut anda Bijie Kopie mempunyai strategi bisnis yang berjalan efektif.	Likert 1-5
2.	<i>Technology Orientation</i>	<i>Technology Orientation</i> merupakan upaya sebuah bisnis yang berfokus pada pengembangan produk dengan memasukkan unsur teknologi sehingga produk bernilai superior	Intensitas teknologi informasi	TO11	Menurut anda promosi yang dilakukan Bijie Kopie melalui media sosial berjalan dengan efektif.	Likert 1-5
			Intensitas teknologi informasi	TO12	Menurut anda konten promosi melalui media sosial yang	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Kode	Pernyataan Penelitian	Skala
		bagi pelanggan (Masa'deh, Henzab, Tarhini, & Obeidat, 2018).			dijalankan Bijie Kopie menarik perhatian konsumen.	
			Kemudahan bertukar informasi	TO21	Menurut anda media sosial Bijie Kopie selalu memberikan informasi yang <i>up to date</i> .	Likert 1-5
			Kemudahan bertukar informasi	TO22	Menurut anda Bijie Kopie mampu menjelaskan informasi dengan baik melalui konten media sosial.	Likert 1-5
			Kemudahan akses bekerjasama	TO31	Menurut anda media sosial yang dimiliki Bijie Kopie dapat membangun komunikasi yang interaktif dengan para konsumen.	Likert 1-5
			Kemudahan akses bekerjasama	TO32	Saya tertarik untuk mengunjungi Bijie Kopie setelah melihat <i>rating</i> serta <i>review</i> di internet.	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Kode	Pernyataan Penelitian	Skala
3.	<i>Entrepreneurial Orientation</i>	<i>Entrepreneurial Orientation</i> adalah karakteristik seorang wirausaha yang memiliki keyakinan dalam menjalankan suatu bisnis yang berorientasi pada hasil, berani mengambil resiko dan memiliki orientasi pada masa depan (Dewi, 2022).	Inovasi	EO11	Menurut anda Bijie Kopie melakukan pengembangan produk, tidak hanya menjual kopi tetapi juga menjual varian produk lainnya.	Likert 1-5
			Inovasi	EO12	Menurut anda Bijie Kopie membuat inovasi yang unik berkonsep retro dengan nuansa jaman dulu.	Likert 1-5
			Proaktif	EO21	Menurut anda Bijie Kopie aktif mempromosikan produknya melalui media sosial.	Likert 1-5
			Proaktif	EO22	Menurut anda Bijie Kopie memantau tren kedai kopi kekinian lainnya dan mencari cara menghadapi perubahan tersebut.	Likert 1-5
			Pengambilan risiko	EO31	Menurut anda Bijie Kopie memasuki pasar baru yang berbeda dengan menjual varian	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Kode	Pernyataan Penelitian	Skala
					minuman beralkohol.	
			Pengambilan risiko	EO32	Menurut anda Bijie Kopie mengeluarkan dana untuk merenovasi kedainya menjadi lebih baik agar konsumen lebih tertarik dan minat untuk datang.	Likert 1-5
4.	<i>Business Performance</i>	<i>Business performance</i> merupakan kemampuan suatu bisnis yang dapat diukur dengan pertumbuhan keuntungan, pertumbuhan investasi dan pertumbuhan penjualan serta pertumbuhan jumlah pelanggan (Lestari & Warmika, 2019).	Peningkatan penjualan	BP11	Menurut saya Bijie Kopie akan menjadi pilihan utama ketika ingin mengkonsumsi kopi.	Likert 1-5
			Peningkatan penjualan	BP12	Saya tertarik untuk mengunjungi Bijie Kopie karena produk yang ditawarkan berkualitas.	Likert 1-5
			Peningkatan profit	BP21	Menurut saya Bijie Kopie adalah salah satu kedai kopi yang paling menarik perhatian saya.	Likert 1-
			Peningkatan profit	BP22	Menurut anda Bijie Kopie	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Kode	Pernyataan Penelitian	Skala
					mampu menguasai pangsa pasar yang dituju.	
			Pertumbuhan memuaskan	BP31	Menurut anda Bijie Kopie selalu melakukan inovasi terbaru untuk mengembangkan bisnisnya.	Likert 1-5
			Pertumbuhan memuaskan	BP32	Menurut anda Bijie Kopie selalu melakukan pengembangan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen.	Likert 1-5

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas menurut (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017) yaitu uji yang dilakukan untuk mengukur apakah suatu kuesioner atau pernyataan yang diberikan sah atau tidak. Selain itu Uji Validitas digunakan untuk menguji seberapa baik instrumen yang dipakai untuk mengukur suatu konsep tertentu yang akan diukur. Peneliti melakukan pengujian dengan uji faktor / r kritis, jika $r_{hit} > r_{tab}$ dinyatakan valid sedangkan sebaliknya jika $r_{hit} < r_{tab}$ maka dinyatakan tidak valid.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji Reliabilitas didefinisikan sebagai alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang menjadi sebuah indikator variabel atau

model penelitian. Sebuah survei dikatakan reliabel jika tanggapan dari responden konsisten atau stabil. Uji Reliabilitas dapat dilihat hasil nilai Cornbach Alpha sesuai dengan standar yang telah ditentukan yaitu:

- Pengukuran dinyatakan memiliki reliabilitas tinggi jika nilai alpha bernilai 0,70 – 0,90.
- Pengukuran dinyatakan memiliki reliabilitas sedang jika nilai alpha bernilai 0,50 – 0,70.
- Pengukuran dinyatakan memiliki reliabilitas rendah atau tidak reliabel jika nilai alpha bernilai kurang dari 0,50.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan kriteria pengujian Uji Reliabilitas menurut (Ghozali, 2016) yang menyatakan bahwa jika suatu variabel dikatakan reliable apabila memberikan nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$, sedangkan apabila sebaliknya nilai Cronbach's Alpha $< 0,70$ maka data tersebut dikatakan tidak reliable.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

3.6.2.1 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas menurut (Ghozali, 2018) mengatakan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi menemukan hubungan independen antar variabel bebas harus menunjukkan tidak ada korelasi antara variabel bebas. Variabel tidak ortogonal jika variabel bebas berhubungan. Orthogonal adalah variabel independen dengan korelasi nol di antara mereka. Ada dua nilai yang menunjukkan ada tidaknya multikolinieritas: toleransi dan nilai (VIF). Toleransi lebih dari $>0,10$ dan nilai VIF <10 menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas.

3.6.2.2 Uji Normalitas

(Ghozali, 2018) menyatakan bahwa tujuan dari uji normalitas adalah guna mengetahui apakah variabel residual atau pengganggu dari suatu model regresi terdistribusi normal. Uji statistik nonparametrik Kolmogorov-Smirnov ini digunakan dalam Uji normalitas, untuk melihat apakah normalitas ditunjukkan oleh

data yang ada. Peneliti menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat confidence level sebesar 95%. Menurut (Ghozali, 2018) dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov adalah apabila nilai sig > 0,05 maka distribusi dinyatakan normal. Namun jika nilai sig < 0,05 maka bisa dinyatakan tidak terdistribusi normal.

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

(Ghozali, 2018) menyatakan bahwa tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah guna melihat apakah ada atau tidak pertidaksamaan varians terhadap residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Cara yang dapat diambil untuk memperoleh keputusan yaitu menggunakan bantuan program SPSS dimana bisa terlihat penyebaran varians terhadap grafik scatterplot. Heteroskedastisitas sendiri terjadi apabila titik pola teratur, serta sebaliknya jika pola tidak teratur dan menyebar maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selain itu, untuk mendeteksi terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas, peneliti juga melakukan uji Rank Spearman dengan mengkorelasikan semua variabel dengan nilai mutlak residunya menggunakan korelasi Rank Spearman. Adapun kriteria untuk melakukan pengujian Rank Spearman menurut (Ghozali, 2018) ditunjukkan dengan:

1. Apabila nilai signifikansi >0,05 dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Namun apabila nilai signifikansi <0,05 dikatakan terjadi heteroskedastisitas.

3.7 Uji Hipotesis

3.7.1 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut (Ghozali, 2018) mengemukakan bahwa koefisien determinasi (R²) berguna sebagai alat ukur model apakah model tersebut cukup baik untuk menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi (R) berkisar antara 0 sampai dengan 1. Dengan ketentuan apabila nilai R-squared (R²) kecil dapat diartikan bahwa variabel bebas hanya mampu menjelaskan variasi variabel terikat dengan sangat terbatas. Namun, apabila nilai R-squared (R²) lebih besar atau dalam

kata lain poinnya hampir mencapai satu memiliki arti bahwa variabel bebas dapat menyediakan hampir keseluruhan informasi yang digunakan untuk memprediksi variasi variabel bebas.

3.7.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut (Ghozali, 2018) pada dasarnya Uji F dalam penelitian ini berguna untuk mencari tau seberapa besar pengaruh variabel *independen* secara simultan terhadap variabel *dependen*. Terdapat dua cara yang dapat diambil salah satu untuk memperoleh keputusan, antara lain:

1. Melihat suatu perbandingan antara nilai T-statistic dengan T-tabel. Jika hasil $f_{hit} > f_{tab}$, berarti H_0 ditolak ataupun H_1 diterima. Apabila sebaliknya jika hasil $f_{hit} < f_{tab}$, berarti H_0 diterima ataupun H_1 ditolak.
2. Melihat perhitungan angka probabilitas signifikansi. Jika angka hasil probabilitas signifikansi $> 0,05$, berarti H_0 diterima ataupun H_1 ditolak. Namun apabila angka hasil probabilitas signifikansi $< 0,05$ menunjukkan H_0 ditolak ataupun H_1 diterima.

3.7.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)

Menurut (Ghozali, 2018) pada dasarnya Uji T dalam penelitian ini berguna untuk mencari tau seberapa besar pengaruh variabel *independen* secara parsial terhadap variabel *dependen*. Terdapat dua cara yang dapat diambil salah satu untuk memperoleh keputusan, antara lain:

1. Melihat suatu perbandingan antara nilai T-statistic dengan T-tabel. Jika hasil $t_{hit} > t_{tab}$, berarti H_0 ditolak ataupun H_1 diterima. Apabila sebaliknya hasil $t_{hit} < t_{tab}$, berarti H_0 diterima ataupun H_1 ditolak.
2. Melihat perhitungan angka probabilitas signifikansi. Jika angka hasil probabilitas signifikansi $> 0,05$, berarti H_0 diterima ataupun H_1 ditolak. Namun apabila angka hasil probabilitas signifikansi $< 0,05$ menunjukkan H_0 ditolak ataupun H_1 diterima.

3.7.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada dasarnya dipergunakan untuk menganalisis korelasi dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Ketentuan yang diterapkan dalam mengukur model tersebut dengan membandingkan hasil dari p-value dengan signifikansi. Dapat dikatakan variabel independen berpengaruh besar terhadap variabel dependen jika p-value yang dimiliki < dari 0,05. Dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

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

Y: Business Performance

α : Konstanta

β : Koefisien Regresi

X1 : Market Orientation

X2 : Technology Orientation

X3 : Entrepreneurial Orientation

e : Residual

