

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2017:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan “Cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan metode survei”. Penggunaan metode survei yaitu untuk mempermudah penelitian dalam melaksanakan penelitian dan untuk memperoleh data diolah dengan tujuan untuk memecahkan masalah yang menjadi tujuan akhir penelitian. Metode penelitian juga merupakan cara kerja untuk memahami dan mendalami suatu objek yang menjadi sasaran, dengan demikian metode ini membantu memahami dan menyelesaikan masalah yang ada. Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2017:54) menyatakan bahwa:

Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian dalam meneliti status kelompok manusia, suatu kondisi, suatu penelitian maupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan untuk memberikan gambaran mengenai perusahaan atau organisasi yang khusus mengenai aspek-aspek yang sedang diteliti dan melakukan hubungan terhadap variabel yang diteliti.

Dengan demikian maka penelitian deskriptif adalah metode yang menggambarkan objek yang diteliti, untuk kemudian diolah menjadi suatu data dan akan dilakukan suatu analisis sehingga pada akhirnya akan menghasilkan suatu kesimpulan. Menurut Sugiyono (2019:65) menjelaskan bahwa “Metode

penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih”.

Selanjutnya Sugiyono (2016:6) mendefinisikan metode verifikatif sebagai berikut: “Metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga mendapatkan hasil akhir pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima”.

Kemudian pendekatan pada penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8), metode penelitian kuantitatif adalah:

Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini dikarenakan data yang menjadi obj penelitian ini merupakan data-data kuantitatif seperti Orientasi Pasar, Inovasi Produk dan terhadap kepuasan pelanggan.

3.2 Definisi Variabel dan operasional variabel

3.2.1 Definisi Variabel

Menurut Sugiyono (2019:38) bahwa: “Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian yang dikemukakan yaitu Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Fitri Jaya Lestari, maka dalam penelitian ini dengan menghubungkan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Variabel-variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2017:39) mendefinisikan bahwa “Variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat)”. Dalam penelitian ini variabel independent yang diteliti adalah orientasi pasar (X1) dan inovasi produk (X2).

a. Orientasi Pasar

Menurut Tjiptono dan Chandra (2017:72) mendefinisikan bahwa : “Orientasi pasar merupakan merupakan sesuatu yang penting bagi perusahaan sejalan dengan meningkatnya persaingan global dan perubahan dalam kebutuhan pelanggan dimana perusahaan menyadari bahwa mereka harus selalu dekat dengan pasarnya”.

b. Inovasi Produk

Menurut Prasetyo, (2020:37) menyatakan bahwa:

Inovasi produk adalah inspirasi baru yang menarik sehingga dapat dikembangkan. Inovasi digunakan secara sengaja di buat untuk tujuan pengembangan dan strategi yang menarik. Agar mampu bersaing dengan perusahaan lain, inovasi harus terus dilakukan dan dikembangkan.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Menurut Sugiyono (2017:39) menyatakan bahwa “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Dalam penelitian ini variabel dependent yang diteliti adalah kepuasan pelanggan. Keller dalam Daga (2017:80) mendefinisikan bahwa: “Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan(kinerja atau hasil) yang dirasakan dan dibandingkan dengan harapannya”.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dilakukan untuk mengetahui/mengidentifikasi hubungan antar variabel melalui pengukuran variabel penelitian yang disertakan dengan indikatornya. Menurut Sugiyono (2018:38) “Operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Secara lebih rinci operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut ini

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
1. Variabel Independen (X_1): Orientasi pasar	Yaitu merupakan sesuatu yang penting bagi perusahaan sejalan dengan meningkatnya persaingan global dan perubahan dalam kebutuhan pelanggan dimana perusahaan	1. Orientasi pelanggan 2. Orientasi pesaing 3. Koordinasi antar fungsi (Tjiptono dan Candra, 2017)	Interval

	menyadari bahwa mereka harus selalu dekat dengan pasarnya. (Tjiptono dan Chandra, 2017:72)		
2. Variabel Independen (X ₂): Inovasi produk	Yaitu inspirasi baru yang menarik sehingga dapat dikembangkan. Inovasi digunakan secara sengaja di buat untuk tujuan pengembangan dan strategi yang menarik. Agar mampu bersaing dengan perusahaan lain, inovasi harus terus dilakukan dan dikembangkan (Prasetyo,2020:34))	1. Fitur produk 2. Desain produk 3. Kualitas produk (Prasetyo, 2020:35)	Interval
3. Variabel Dependen: kepuasan pelanggan (Y)	Yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang disarankan dan dibandingkan dengan harapannya. (Kotler dan Keller dalam Daga, 2017: 80)	1. Membeli kembali (<i>Re-purchase</i>) 2. Menciptakan <i>word-of-mouth</i> 3. Menciptakan citra merek 4. Membuat keputusan untuk membeli produk lain dari perusahaan yang sama. (Kotler dan Keller dalam Daga, 2017:81)	Interval

3.3. Populasi dan sampel penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2023:126) “populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti”. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam lain yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi selalu karakteristik/sifat yang

dimiliki oleh subjek atau objek itu. Adapun jumlah populasi yang akan dijadikan objek penelitian adalah konsumen UMKM Fitri Jaya Lestari pada bulan Mei – Oktober 2025 yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2
Data pelanggan UMKM Fitri Jaya Lestari

No	Bulan	Jumlah Pelanggan
1	Mei	208
2	Juni	196
3	Juli	352
4	Agustus	288
5	September	252
6	Oktober	228
Jumlah		1.524

Sumber: UMKM Fitri Jaya Lestari, 2025

Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari 1.524 responden pelanggan UMKM Fitri Jaya Lestari yang melakukan pembelian selama bulan Mei – Oktober 2025.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016:117): bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Adapun jumlah populasi telah diketahui, yakni jumlah konsumen UMKM Fitri Jaya Lestari yang berjumlah 1.524 orang. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk

populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Menurut Sugiyono (2015:150) bahwa: “Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel”. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling yang digunakan yaitu *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Karena jumlah populasi telah diketahui, yakni jumlah konsumen UMKM Fitri Jaya Lestari yang berjumlah 1.524 orang, maka untuk menentukan besarnya ukuran sampel dalam penelitian ini digunakan metode *probability sampling* dan teknik sampling yang dipakai adalah *random sampling* yaitu pengambilan sampel dari sebagian anggota populasi secara acak. Adapun besarnya ukuran sampel yang diambil adalah menggunakan rumus Slovin (Umar dalam Darna et al., 2023: 113), yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana : n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketelitian (10%)

Jumlah konsumen UMKM Fitri Jaya Lestari adalah sebanyak 1.524 orang. Dengan tingkat eror (kesalahan) yang ditolerir adalah sebesar 10%, maka dengan rumus di atas dapat diperoleh sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{1524}{1 + 1524(0.1)^2}$$

$$n = \frac{1524}{1 + 1524(0.01)}$$

$$n = \frac{1524}{1 + 15,24}$$

$$n = \frac{1524}{16,24}$$

$n = 93,84$ atau dibulatkan menjadi 94 orang.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka dapat ditentukan jumlah sampel yang dijadikan responden adalah 94 orang. Untuk pengambilan sampel akan digunakan teknik sampel dengan *simple random sampling*. Menurut Singh dalam Nana Darna et. al (2023: 112) bahwa: “*Simple random sampling* adalah *sampling* acak sederhana, setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang diketahui dan setara untuk dipilih sebagai subjek”.

3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data Primer dan sumber data sekunder. Menurut Sugiyono (2017:224) “sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan data sekunder”. Dalam hal ini jenis data yang digunakan penulis berdasarkan sumbernya yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017: 224) bahwa: “Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data observasi secara langsung”. Data

primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil ke lapangan melalui wawancara, observasi, dan kuesioner yang diberikan kepada pelanggan UMKM Fitri Jaya Lestari mengenai orientasi pasar, inovasi produk dan kepuasan pelanggan. Data ini diperoleh secara langsung dari responden berupa keterangan-keterangan atas jawaban melalui kuesioner yang diberikan kepada pelanggan maupun wawancara terhadap pelaku UMKM.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017: 224) bahwa: “Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data sekunder ini merupakan data yang bersifat mendukung keperluan data primer. Data dalam penelitian ini diperoleh dari UMKM Fitri Jaya Lestari.

3.4.2 Teknik pengumpulan data

Menurut Sugiyono (2017:224) “teknik pengumpulan data merupakan Langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan lewat penelitian langsung terhadap kondisi langsung objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga dapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu yang sesuai dengan data. Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seseorang atau beberapa orang yang diwawancara.

c. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Dalam hal ini peneliti membuat beberapa pertanyaan tertulis yang akan diberikan kepada responden untuk dijawab sesuai dengan pertanyaan yang telah peneliti ajukan. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarkan kepada pelanggan yang pernah membeli produk UMKM Fitri Jaya lestari sebagai responden, dibuat dalam bentuk pertanyaan skala *likert* dan diukur dengan menggunakan skala dengan interval 1-5 yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

Tabel 3.3
Pembobotan Skor Jawaban

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber:Sugiyono(2017:94)

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dimaksudkan untuk mengolah data mentah yang diperoleh dari lapangan (hasil kuesioner) ke dalam bentuk angka-angka yang dapat diukur dan dihitung dengan bantuan alat analisis statistik guna menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019). Adapun tahapan analisis data yang digunakan oleh penulis meliputi:

3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019), analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara sistematis mengenai karakteristik responden serta distribusi tanggapan para sampel (94 responden) terhadap butir-butir pernyataan pada variabel Orientasi Pasar (1), Inovasi Produk (2) dan Kepuasan Pelanggan (Y).

a. Frekuensi

Untuk mengetahui frekuensi dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut.

$$F = \text{countlf}(\text{range:creteria})$$

Frekuensi (F) = jumlah tingkat persetujuan responden mengenai pernyataan yang telah diisi.

b. Jumlah skor

Untuk mengetahui jumlah skor dalam perhitungan tanggapan responden adalah sebagai berikut:

$$\sum \text{skor} = \text{fx bobot nilai}$$

$\sum \text{skor}$ = jumlah keseluruhan persetujuan responden mengenai pernyataan yang telah diisi.

c. Persentase

Untuk jumlah persentase dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$p = \frac{f}{n} \times 100$$

Keterangan:

p = Persentase

f = Frekuensi dari setiap jawaban kuesioner

n = Jumlah total responden

d. Rata-rata

Untuk mendapatkan hasil rata-rata data penyebaran kuesioner menggunakan rumusan sebagai berikut:

$$\text{Rata-rata} = \frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah frekuensi}}$$

e. Data Interval

Untuk mengetahui kriteria:

Nilai tertinggi : Bobot terbesar x jumlah pernyataan x n

Nilai terendah : Bobot terendah x jumlah pernyataan x n

Untuk menentukan nilai klasifikasi

$$\text{Panjang kelas interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kriteria pernyataan}}$$

Sumber: Sugiyono (2017:95)

3.5.2 Analisis Asosiatif

Menurut Sugiyono (2023:65) menjelaskan penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini strategi penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri atas Orientasi Pasar (X1), Inovasi Produk (X2) terhadap variabel Y yaitu kepuasan pelanggan (variabel terikat), baik secara parsial maupun simultan. Adapun Langkah-langkah teknik analisis data asosiatif adalah sebagai berikut.

a. Pengaruh Orientasi Pasar (X₁) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Sugiyono (2023:245) memaparkan Bahwa korelasi merupakan angka yang menyatakan derajat hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen, untuk mengetahui kuat atau lemahnya dari hubungan variabel tersebut. Menurut Sugiyono (2023:246) penentuan koefisien korelasi dengan menggunakan metode analisis korelasi *pearson product moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$r_{x_1y} = \frac{n \sum x_1y - (\sum x_1)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2\} - \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2023:246)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi sederhana

x = Variabel Independen

y = Variabel Dependen

n = Banyaknya sampel

Sebagai bahan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini:

Tabel 3.4
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber Sugiyono (2023:248)

3.5.3 Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2019:241) menyatakan bahwa “koefisien determinasi adalah kemampuan variabel X (variabel independen) memengaruhi variabel Y (variabel dependen), semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y”.

Rumus Koefisien Determinasi adalah sebagai berikut;

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan

Kd = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Pada hakikatnya nilai r berkisar antara -1 dan 1, bila r mendekati -1 atau 1 maka dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang erat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Bila r mendekati 0, maka dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat sangat lemah atau bahkan tidak ada.

2) Uji Signifikan (Uji t)

Untuk menemukan signifikan maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2} \quad \text{Sugiyono (2017:215)}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah responden

t = Nilai hitung

1 = angka tetap (konstanta)

Kemudian menentukan model keputusan dengan menggunakan statistik uji t, dengan asumsi sebagai berikut:

- Interval keyakinan $\alpha = 0,5$
- Derajat kebebasan = $n-2$
- Dilihat hasil t_{tabel}

Dari hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} ketentuan uji kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)
- b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh)

3) Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2021:260) “Analisis regresi digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel *dependent*, bila nilai variabel *independent* di manipulasi/diubah-ubah atau dinaik-turunkan”. Analisis regresi bermanfaat untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel *dependent* dapat dilakukan melalui peningkatan variabel *independent* atau tidak. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel *independent* dengan satu variabel *dependent*.

Persamaan umum regresi linier sederhana menurut Sugiyono (2021:261) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b X_1$$

Keterangan :

Y = Nilai yang diprediksikan

a = Harga Y ketika harga X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel *dependent* yang didasarkan pada perubahan variabel *independent*. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

X = Nilai variabel *independent*

Untuk mendapatkan nilai a dan b digunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x_1^2) - (\sum x_1)(\sum x_1 y)}{n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum x_1 y) - (\sum x_1)(\sum y)}{n \sum x_2^2 - (\sum x_1)^2}$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksi

X = Nilai variabel X1

N = Jumlah sampel

a = Konstanta

b = koefisien X1

b. Pengaruh Inovasi Produk (X₂) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk (X₂) Terhadap kepuasan pelanggan (Y) maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Analisis koefisien korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Sugiyono (2017:184) memaparkan bahwa korelasi merupakan angka yang menyatakan derajat hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen, untuk mengetahui kuat atau lemahnya dari hubungan tersebut. Menurut Sugiyono (2019:183) penentuan koefisien korelasi dengan menggunakan

metode analisis korelasi *pearson product moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_2 y - (\sum x_2)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x_2^2 - (\sum x_2)^2\} - \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2023:246)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi Sederhana

x = Variabel Independen

y = Variabel Dependen

n = Banyaknya Sampel

2) Analisis Koefisien Determinasi

Sugiyono (2019:241) menyatakan bahwa “koefisien determinasi adalah kemampuan variabel X (variabel independent) mempengaruhi variabel Y (variabel dependen). Semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y”.

Rumus Koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Pada hakikatnya nilai r berkisar antara -1 dan 1, bila r mendekati -1 atau 1 maka dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang erat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Bila r mendekati 0, maka dapat dikatakan

bahwa hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat sangat lemah atau bahkan tidak ada.

3) Uji signifikan (Uji t)

Untuk menemukan signifikan maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Sugiyono (2017:215)}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

t = Nilai hitung

i = Angka tetap (konstanta)

Kemudian menentukan model keputusan dengan menggunakan statistik uji

t. dengan melihat asumsi sebagai berikut:

- Interval keyakinan $\alpha = 0,5$
- Interval kebebasan = $n-2$
- Dilihat hasil t_{tabel}

Dari hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan ketentuan uji kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)
- b. Jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh).

4) Analisis regresi linier sederhana

Menurut Sugiyono (2021:260) “Analisis regresi digunakan untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel *depenen*, bila nilai

Variabel *independen* dimanipulasikan/diubah-rubah atau dinaik-turunkan”. Analisis regresi bermanfaat untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel *dependen* dapat dilakukan melalui peningkatan variabel *independen* atau tidak. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel *independen* dengan satu variabel *dependen*.

Persamaan umum regresi linier sederhana menurut Sugiyono (2021:261) adalah sebagai berikut:

$$Y=a +bX$$

Keterangan:

Y = nilai yang dipredisikan

a = Harga Y ketika X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependent yang didasarkan pada perubahan variabel independent, bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

X = Nilai variabel *independen*

Untuk mendapatkan nilai a dan b digunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x_2^2) - (\sum x_2)(\sum x_2 y)}{n \sum x_2^2 - (\sum x_2)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum x_2 y) - (\sum x_2)(\sum y)}{n \sum x_2^2 - (\sum x_2)^2}$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksikan

X = Nilai variabel *independen*

n = Jumlah populasi

b = Koefisien X

c. Pengaruh orientasi pasar (X1) dan inovasi produk (X2) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)

Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar (X₁) dan Inovasi produk (X₂) terhadap kepuasan pelanggan (Y) maka dilakukan Langkah Langkah sebagai berikut :

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterim), bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor preditor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Bila dijabarkan secara matematis bentuk persamaan dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2$$

Sumber : Sugiyono (2019:277)

Dimana:

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b_1 \frac{\sum X_1}{n} - b_2 \frac{\sum X_2}{n}$$

$$b_1 = \frac{(\sum X_2^2)(\sum X_1 Y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_2 Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum X_2 Y) - (\sum X_2 X_2)(\sum X_2 Y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum X_1 X_2)}$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

X = Variabel independent

a = Konstanta

b1,b2 = Koefisien regresi

X1X2 = Variabel terikat / variabel yang mempengaruhi

2) Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda untuk digunakan untuk mengetahui besarnya atau kekuatan hubungan antara seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan. Menurut Sugiyono (2019:191) koefisien korelasi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$R_{x_1x_2.y} = \sqrt{\frac{r^2x_1y + r^2x_2y - 2(rx_1y) \cdot (rx_2y) \cdot (rx_1x_2)}{1 - r^2x_1x_2}}$$

Keterangan:

$R_{x_1x_2y}$ = Nilai koefisien Korelasi berganda

$R^2_{x_1.y}$ = Koefisien determinasi X1 terhadap Y

$R^2_{x_2.y}$ = Koefisien determinasi X2 terhadap Y

$R_{x_1.y}$ = Koefisien korelasi sederhana X1 terhadap Y

$R_{x_2.y}$ = Koefisien korelasi sederhana X2 terhadap Y

$R^2_{x_1x_2.y}$ = Koefisien korelasi sederhana X1 terhadap X2

$R_{x_1x_2}$ = Koefisien determinasi X1 terhadap X2

3) Koefisien determinasi (KD)

Sugiyono (2019:241) menyatakan bahwa “koefisien determinasi adalah kemampuan variabel X (variabel independent) mempengaruhi variabel Y (variabel dependen), semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y”.

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi

4) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya merujuk apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Maka pengujian tingkat signifikannya menggunakan rumus:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

$(n-k-1)$ = Derajat kebebasan

Berdasarkan perhitungan yang telah dijelaskan di atas maka akan diperoleh distribusi F dengan pengambilan (K) dan penyebut (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel Orientasi Pasar (X1) dan Inovasi Produk (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, variabel Orientasi Pasar (X1) dan Inovasi Produk (X2) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

3.6 Tempat dan Waktu Penelitian

3.6.1 Tempat Penelitian

Tempat penelitian merupakan objek dimana kegiatan penelitian dilakukan. Menentukan tempat penelitian dimaksudkan untuk memperjelas tempat yang menjadi sasaran dalam penelitian. Penulis melakukan penelitian di UMKM Fitri Jaya Lestari yang beralamat di Desa Karanganyar Cijeungjing.

3.6.2 Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan, yaitu dari bulan November hingga Januari. Alasan pemilihan rentang waktu ini adalah:

1. Dapat memungkinkan pengumpulan data melalui kuesioner dan observasi terhadap pelanggan yang melakukan pembelian minimal 1 kali pembelian.

[illegible]