

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian survei. Menurut Sugiyono (2018:47) penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi ada yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut untuk menemukan kejadian-kejadian relative, diatribusi dan hubungan-hubungan antar variabel serta informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner dan wawancara. Penelitian pada dasarnya untuk menunjukkan kebenaran dan pemecahan masalah atas apa yang diteliti. Untuk mencapai tujuan tersebut, dilakukan suatu metode penelitian yang tepat dan relevan.

Menurut Sugiyono (2018:2) Metode penelitian merupakan proses kegiatan secara ilmiah dalam bentuk pengumpulan data, analisis, dan memberikan inteerprestasi yang terkait dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah berarti suatu kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional ialah suatu kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga bisa terjangkau oleh nalar manusia. Serta empiris berarti cara-cara yang dapat dilakukan dan dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sehingga sistematis ialah proses yang digunakan dalam penelitian dapat menggunakan langkah-langkah yang bersifat logis. Serta penelitian ini dapat menggunakan penelitian yaitu metode kuantitatif dengan penelitian survei.

Menurut Sugiyono (2018:23) Metode Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel yang digunakan, pengumpulan data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan. Sedangkan penelitian survei yaitu penelitian yang digunakan untuk

menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesis. Menurut Sugiyono (2016:12) Pengertian penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut untuk menemukann kejadian-kejadian relatif,distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis dan psikologis. Dalam penelitian survei ini melakukan penelitian langsung kepada wirausaha makanan dan minuman yang terdaftar di UMKM Walikota Bekasi untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan uji statistik agar ditemukan fakta dari masing-masing variabel yang diteliti sehingga dapat diketahui pengaruhnya antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Arikunto (2013:108) Populasi adalah keseluruhan sebuah objek penelitian atau penelitian juga disebut studi populasi atau studi sensus. Populasi yang dimaksud ialah mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajar dan kemudian ditarik kesimpulannya mak populasinya adalah 75 pelaku usaha yang terdaftar.

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:137) Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan dengan teknik sampling. Menurut Sugiyono (2018:139) Teknik Sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel mana yang digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai macam teknik sampling yang digunakan untuk karya tulis ilmiah. Dan penelitian ini menggunakan Nonprobability Sampling. Menurut Sugiyono (2018:140) Nonprobability Sampling ialah teknik pengambilan yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur(anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan sampel jenuh. Sehingga penentuan teknik penentuan sampel bila semua anggota digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2016)

Dalam Penelitian ini Sampel yang akan diambil adalah seluruh umkm makanan dan minuman yang terdaftar di UMKM Walikota Kota Bekasi sebanyak 75 UMKM. Penulis melakukan penelitian ini dengan harapan responden yang dituju adalah pihak-pihak yang dapat memberikan informasi yang sesungguhnya dan memiliki keterkaitan yang sesuai.

3.3 Data Dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data Penelitian

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017:137) Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara observasi dan kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah sampel responden yang sesuai dengan target sasaran yang dianggap mewakili seluruh populasi dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017:137) Data sekunder merupakan data yang diperoleh pihak lain secara tidak langsung, memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan berupa sejarah perusahaan, ruang lingkup perusahaan, struktur organisasi, buku, literature, artikel, serta situs di internet.

3.3.2 Metoda Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017:224) Pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ialah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan Sugiyono (2017). Sedangkan Nazir (2016:179) mengatakan bahwa pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dalam standar untuk memperoleh data yang diperlukan.

Metode Pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan

Menurut Sugiyono (2016:291). Studi kepustakaan ini berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi yang lainnya berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada keadaan sosial yang akan diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting untuk melakukan penelitian. Hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah. Data yang diperoleh dari data relevan terhadap permasalahan yang akan diteliti dengan melakukan studi pustaka lainnya seperti buku, jurnal dan artikel.

2. Observasi

Observasi ialah sebuah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap suatu keadaan yang diteliti. Observasi menjadi salah satu metode pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitiannya, direncanakan dan dicatat secara sistematis, serta dapat dikontrol reliabilitas dan validitasnya (Usman dan Akbar, 2014:52)

3. Kuesioner

Kuesioner salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono 2017:142) Kuesioner tersebut ditunjukkan untuk memperoleh fakta dan informasi dari para responden sebagai sampel penelitian. Dari penjelasan tersebut maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner.

Menurut Sugiyono (2015:165) *skala likert* merupakan alat yang digunakan untuk mengembangkan instrument yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan sebuah objek, rancangan suatu produk, proses membuat produk dan produk yang telah dikembangkan atau diciptakan. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran yang akan menghasilkan data kuantitatif,

Tipe Skala Pengukuran untuk penelitian ini menggunakan Skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018:158).

Skala Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan Skala *Likert* dengan interval 1-4 dengan nilai skor:

4 = Sangat Setuju

3 = Setuju

2 = Tidak Setuju

1 = Sangat Tidak Setuju

3.4 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini terdiri dari 3 Variabel yang akan diteliti, yaitu Orientasi Kewirausahaan (X1), Inovasi Produk (X2), dan Dukungan Partner (X3) Sebagai variabel bebas, serta Keunggulan Bersaing (Y) sebagai variabel terikat. Berikut ini disajikan dalam table mengenai konsep dan indikator penelitian yang dicantumkan pada tabel 3.2

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Sub-Indikator	No items
Orientasi Kewirausahaan (X1) <i>Sumber : Cynthia dan Tawas 2014</i>	Inovatif	a. Keinginan untuk terlibat dalam kreatifitas	1
		b. Eksperimen melalui pengenalan sebuah produk dan jasa baru	2
	Pengambilan risiko	a. sikap yang berani untuk menciptakan ide	3
		b. peluang yang baru untuk usaha dengan hasil yang tidak pasti	4
	Proaktif	a. Pencarian peluang	5
		b. Perspektif memadang ke depan untuk melibatkan pengenalan produk	6
		c. Bertindak aktif untuk mengantisipasi perubahan permintaan	7
	Keagresifan Bersaing	a. Mengacu kepada intensitas dari perusahaan untuk memberikan tanggapan	8
		b. Sikap terhadap pesaing untuk mengantisipasi perubahan permintaan dimasa depan	9
	Otonom	a. Menciptakan sebuah ide dan visi baru serta upaya untuk melaksanakannya	10

<p>Inovasi Produk (X2)</p> <p><i>Sumber</i></p> <p><i>Hubeis dalam Sya'roni dan Sudirhan (2012:4)</i></p>	<p>Penemuan Produk</p>	<p>a. Adanya kreasi suatu produk dengan sebuah proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya</p>	11
	<p>Pengembangan Produk</p>	<p>a. Suatu Pengembangan produk dari produk sebelumnya menjadi berbeda</p>	12
	<p>Duplikasi Produk</p>	<p>a. Melakukan sesuatu peniruan sehingga suatu produk hanya untuk memperbaiki konsep agar lebih mampu memenangi persaingan</p>	13
	<p>Sintesis produk</p>	<p>a. Pengambilan sejumlah produk yang telah ditemukan dan di bentuk sehingga menjadi produk baru</p>	14
<p>Dukungan Partner (X3)</p> <p><i>Sumber:</i></p> <p><i>Agung Sofani et al. (2017:207)</i></p>	<p>Penekanan Pada Kualitas Tinggi</p>	<p>a. Kualitas terhadap seluruh proses dalam bentuk jasa dan produk yang dilakukan melalui kelompok dan individu</p>	15
	<p>Hubungan Jangka Panjang</p>	<p>a. Membangun sebuah kepercayaan dalam menjalankan sebuah usaha untuk terbentuknya sebuah kepercayaan yang akhirnya menjadikan konsumen menjadi mitra dalam jangka Panjang</p>	16

	Pemecahan Masalah Bersama	a. Suatu kesadaran bagi pelaku usaha untuk menciptakan suatu yang lebih baik yaitu dengan cara memfokuskan penyelesaian yang disesuaikan dengan keadaan mitra usaha untuk tercapainya pemecahan masalah	17
	Perbaikan Berkelanjutan	a. sebuah kewajiban bagi sebuah pelaku usaha untuk memperbaiki dan mengembangkan produk, layanan atau proses.	18
	Perencanaan Penetapan Tujuan Bersama	a. Kesadaran bagi pelaku usahan dan mitra untuk mencapai suatu tujuan bermitra untuk mencapai keuntungan bersama.	19
Keunggulan Bersaing (Y)	Cost Leadership	a. Sebuah perusahaan akan berusaha untuk sebuah pengeluaran dalam kegiatan suatu perusahaan untuk memperoleh sebuah keuntungan	20

<i>Sumber:</i> <i>Lucky Radi et al,</i> <i>(2016:107)</i>	Differentiation	a. Menciptakan suatu produk atau jasa yang berbeda dari yang lain untuk memaksimalkan secara keseluruhan	21
	Focus	a. Mengoptimalkan tujuan suatu perusahaan dengan tepat dan selesai apa yang di taetekan untuk perusahaan sehingga menciptakan suatu produk dan jasa	22

3.5 Metoda Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS v24. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan memberikan sejumlah pernyataan tertulis tertuju kepada para responden dan akan kemudian dijawab.

3.6 Pengujian Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu derajat ketepatan/kelayakan instrument yang digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur (Zainal Arifin.2012). Menurut Sukardi (2013) Validitas adalah suatu derajat yang menunjukkan dimana suatu tes mengukur apa yang hendak diukur. Sedangkan Menurut Saifuddin Azwar (2014) bahwa validitas mengacu sejauh mana akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Serta Validasi merupakan suatu proses yang dilakukan oleh penyusun atau pengguna instrument untuk mengumpulkan data secara empiris guna mendukung kesimpulan yang dihasilkan oleh skor tersebut. Sedangkan validitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur sasaran yang dituju. Kuesioner atau penelitian dilakukan valid untuk penelitian jika memiliki nilai validitas sebesar 0,2272 atau lebih, sehingga factor tersebut merupakan konstruk yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik, dan

sebaiknya jika nilai validitas lebih kecil dari 0,2272 instrumen penelitian dikatakan tidak valid.

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

(Sumber : Sugiyono, 2016:241)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi

$\sum X_i$ = Jumlah Skor Item (setiap item)

$\sum Y_i$ = Jumlah Skor total (seluruh item)

n = Jumlah Responden

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan hasil jawaban suatu pertanyaan dengan pertanyaan yang lain untuk mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali 2016:47)

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Pendapat Ghozali, uji asumsi klasik terhadap model regresi linier yang digunakan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut baik atau tidak. Tujuan dari asumsi klasik ini untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan dalam estimasi, serta tidak biasa dan konsisten. Sebelum melakukan analisis regresi terlebih dahulu dilakukan

pengujian asumsi. Asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam analisis regresi antara lain : Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Sehingga dalam model regresi linier mampu untuk ditunjukkan oleh nilai *error* (e) yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kalmogorov-Smirnov* dalam program SPSS. Menurut Santoso (2012:393) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan residual dapat dinyatakan berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0.05

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan hubungan linier sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang bersifat independen dari model regresi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji pada sebuah model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. sehingga kalau terbukti multikolinearitas, sebaiknya salah satu dari variabel independen yang ada dikeluarkan dari model lalu pembuatan model regresi diulang kembali (Santoso, 2012:234) Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas, dapat dilihat dari besaran *variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Jika batas VIF yaitu 10 , maka nilai VIF tidak dibawah 10, maka tidak terjadi Multikolinearitas. (Gujarati, 2012:432).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian atau residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Menurut Gujarati (2012:406) untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dengan uji rank-spearman yaitu dengan mengkorelasi variabel

independen terhadap nilai absolut dari residual (error). Jika *variance* dan *residual* dari satu pengamatan ke lainnya tetap maka disebut homokedastistas dan jika *variance* berbeda disebut hetorekedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk melihat adanya hetorekedastisitas, dilakukan dengan menggunakan uji statistik. Uji statistik yang dipilih adalah uji glejser, yang meliputi <0.05 terjadi heteroskedastisitas dan >0.05 tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (time series), karena sampel atau observasi tertentu cenderung dipengaruhi oleh observasi sebelumnya. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dengan cara melakukan uji Durbin-Watson (Ghozali,2018)

Tabel 3.3 Kriteria Uji Autokorelasi (Uji-Durbin-Watson)

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 \leq d \leq dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No Decision	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - dl \leq d \leq 4$
Tidak ada autokorelasi negative	No Decision	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negative	Tidak ditolak	$du \leq d \leq 4 - du$

3.7 Metoda Analisis Data

3.7.1 Analisis Regresi Berganda

Dalam Penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linear berganda karena dapat menerangkan ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih bebas. Dalam analisis ini dapat diukur dengan hubungan antara satu variabel terikat dengan satu variabel bebas. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh variabel orientasi kewirausahaan (X1), inovasi produk (X2), dan dukungan partner (X3) terhadap keunggulan bersaing (Y). Model analisis regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Y = Keunggulan bersaing

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien Regresi

X₁ = Orientasi Kewirausahaan

X₂ = Inovasi Produk

X₃ = Dukungan Partner

e = Error

3.7.2 Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien korelasi parsial dimaksud untuk mencari tahu seberapa kuat, hubungan dari salah satu atau beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, tidak simultan atau bersama-sama. Nilai r^2 yang besar menunjukkan variabel independen yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen. Tujuan menghitung koefisien determinasi parsial (r^2) adalah untuk mengetahui variabel bebas mana yang paling dominan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016:83). Determinasi parsial yang digunakan untuk

menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independen dimana : Orientasi Kewirausahaan (X_1), Inovasi Produk (X_2) dan Dukungan Partner (X_3) terhadap variabel dependen : Keunggulan Bersaing (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu:

- a. Pengaruh X_1 Orientasi Kewirausahaan terhadap Y Keunggulan Bersaing, dimana X_2 dan X_3 Konstan.

$$KD_{y1.23} = (r_{y1.23})^2 \times 100\%$$

- b. Pengaruh X_2 Inovasi Produk terhadap Y Keunggulan Bersaing, dimana X_1 dan X_3 Konstan.

$$KD_{y2.13} = (r_{y2.23})^2 \times 100\%$$

- c. Pengaruh X_3 Dukungan Partner terhadap Y Keunggulan Bersaing, dimana X_1 dan X_2 Konstan.

$$KD_{y3.12} = (r_{y3.12})^2 \times 100\%$$

3.7.3 Koefisien Determinasi Simultan

Koefisien determinasi dengan simbol r^2 merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung didasarkan pada model statistik. Determinasi simultan ialah untuk digunakan dengan mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan dukungan partner terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Kota Bekasi. Menurut Sugiyono (2018:292), Adapun rumus mencari Koefisien Determinasi sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

R_j^2 = Koefisien Korelasi Rank Spearman

3.7.4 Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Secara Parsial (Uji T)

Uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian yang dilakukan dengan melihat nilai signifikan 0,05 (Ghozali 2014:98) . penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Ini yang berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini yang berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan dependen.

Hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut:

- a. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y)
 - $H_{01} : \beta_1 = 0$, artinya Orientasi Kewirausahaan (X1) tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing (Y)
 - $H_{01} : \beta_1 \neq 0$, artinya Orientasi Kewirausahaan (X1) berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing (Y)
- b. Pengaruh Inovasi Produk (X2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y)
 - $H_{02} : \beta_2 = 0$, artinya Inovasi Produk (X2) tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing (Y)
 - $H_{02} : \beta_2 \neq 0$, artinya Inovasi Produk (X2) berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing (Y)
- c. Pengaruh Dukungan Partner (X3) terhadap Keunggulan Bersaing (Y)
 - $H_{03} : \beta_3 = 0$, artinya Dukungan Partner (X3) tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing (Y)
 - $H_{03} : \beta_3 \neq 0$, artinya Dukungan Partner (X3) berpengaruh Keunggulan Bersaing (Y)

2. Pengujian hipotesis secara simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan kelayakan model yang dihasilkan dengan menggunakan uji kelayakan model pada tingkat α sebesar 5% jika nilai signifikansi uji F > 0.05 dipergunakan untuk analisis berikutnya, begitupun sebaliknya (Ghozali, 2018:179) Uji F menguji apakah variabel bebas secara simultan sama dengan nol, atau :

$H_0 : \beta_1 = 0$ Seluruh variabel bebas yang terdiri dari Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Dukungan Partner tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keunggulan Bersaing

$H_a : \beta_1 \neq 0$ Paling tidak satu variabel bebas yang terdiri dari Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Dukungan Partner berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keunggulan Bersaing.