

BAB III

METODE PENELITIAN

A Desain Penelitian

Menurut Sukardi (2015,h.27) Desain penelitian adalah semua proses (persiapan, pelaksanaan, dan penulisan laporan) yang diperlukan oleh peneliti untuk memecahkan suatu permasalahan. Desain penelitian memberikan prosedur untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyusun atau menyelesaikan masalah dalam penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data *konkrit*), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Penelitian ini juga menekankan pada perhitungan data statistik yang berubah angka-angka tertentu dengan menggunakan metode *kolerasi* kuantitatif yang bertujuan untuk menemukan ada tidaknya pengaruh antara dua variabel atau lebih. jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel yang berupa responden.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka disintesis bahwa penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat perhitungannya. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh inovasi, pengambilan risiko, otonomi, dan proaktif terhadap kapabilitas pemasaran UKM Pasar Payungi di Metro.

B Objek dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil objek pada UKM Payungi kdi Metro yang merupakan salah satu pasar tradisional yang teletak di jalan Kedondong RT 21 RW 07, Yosomulyo, Metro Pusat, Kota Metro, Provinsi Lampung.

C Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan wilayah objek dan subjek penelitian di tetapkan untuk di analisis dan ditarik kesimpulannya oleh peneliti (Banowo 2016). Purwanto (2019) juga mengatakan bahwa populasi “kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda, dan ukuran lain, yang menjadi objek perhatian atau kumpulan seluruh objek yang menjadi perhatian”. Populasi dalam penelitian ini yaitu UKM Pasar Payungi yang berjumlah 60 UKM.

2. Sampel

Sugiyono (2019:127) mengatakan bahwa sampel “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Prosedur pengambilan sampel yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu teknik saturation sampling (sampel jenuh). Sugiyono (2019:143) mengemukakan bahwa teknik sampling merupakan teknik penentu sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan yaitu sampel diambil dari para UKM Pasar Payungi di Metro. Dalam penentuan sampel, Sugiyono (2019:143) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai 500. Arikunto (2017) juga mengatakan bahwa apabila subjek kurang dari 100, maka seluruh populasi menjadi sampel penelitian, tetapi jika subjeknya lebih dari 100 maka dapat diambil 10-15% atau 15-25%. Berdasarkan penjelasan di atas maka dalam penelitian ini dapat diambil sampelnya sebanyak 60 UKM, karena subjeknya kurang dari 100. Dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel dalam penelitian ini sebagai unit observasi disebut sebagai teknik sensus (sampel jenuh).

D Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, (Sugiyono, 2016). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandasan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis

data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

1) Konseptual Variabel

Suatu hubungan yang akan menghubungkan secara teoritis antara berbagai variabel penelitian, di antaranya yaitu variabel terikat atau dependen dengan variabel bebas atau independen yang diukur atau diamati melalui proses penelitian yang akan dilaksanakan (Sugiyono 2017).

- 1) Variabel bebas (independen), merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menyebabkan perubahan pada variabel terikat (dependen). Variabel bebas atau independen (X) dalam penelitian ini yaitu inovasi, risiko, otonomi dan proaktif.
- 2) Variabel terikat (dependen), merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas atau independen. Variabel terikat atau dependen (Y) dalam penelitian ini yaitu kapabilitas pemasaran.

2) Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan penjelasan dari pengertian teoritis variabel sehingga peneliti dapat mengamati dan meneliti variabel-variabel tersebut yang kemudian peneliti ini akan menjadi penelitian ilmiah. Menurut Sugiyono (2018:60) operasional variabel yakni segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun pengertian operasional variabel menurut Nurcahyo dan Khasanah (2016:5) operasional variabel adalah sebuah definisi berdasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa pun yang didefinisikan atau mengubah konsep dengan kata-kata yang menguraikan perilaku yang dapat diamati dan dapat diuji serta ditentukan kebenarannya oleh seseorang. Definisi operasional ini bermanfaat untuk mengarahkan kepada pengukuran variabel-variabel serta pengembangan instrumen (alat ukur).

Operasional variabel dalam berbagai indikator sebagai berikut:

a) Variabel Inovasi (X1)

1. Definisi Konseptual: inovasi merupakan tindakan individu dalam mengembangkan kualitas produk, menciptakan varian produk dan mengembangkan gaya serta desain produk baru ke dalam praktik kerja guna memperoleh keuntungan.
2. Definisi Operasional: merupakan tindakan individu dalam mengembangkan kualitas produk, menciptakan varian produk dan mengembangkan gaya serta desain produk baru ke dalam praktik kerja guna memperoleh keuntungan. Yang diukur menggunakan instrumen skala *likert* melalui penyebaran kuesioner dan diberikan kepada para UKM Pasar Payungi.

b) Variabel Risiko (X2)

- Definisi Konseptual: pengambilan risiko merupakan tindakan seseorang yang mampu mengambil risiko dengan baik, menyukai tantangan, tabah, pantang menyerah, penuh perhitungan serta berani menghadapi dan menanggung yang kemungkinan akan terjadi sesuatu hal yang akan berdampak negatif pada usaha secara tidak terduga atau tidak diharapkan.
- Definisi Operasional: merupakan tindakan seseorang yang mampu mengambil risiko dengan baik, menyukai tantangan, tabah, pantang menyerah, penuh perhitungan serta berani menghadapi dan menanggung yang kemungkinan akan terjadi sesuatu hal yang akan berdampak negatif pada usaha secara tidak terduga atau tidak diharapkan. Dengan diukur menggunakan instrumen skala *likert* dengan menyebarkan kuesioner dan diberikan kepada para UKM Pasar Payungi.

c) Variabel Otonomi (X3)

- Definisi Konseptual: Otonomi adalah individu atau seseorang yang memiliki kebebasan untuk menentukan keputusan yang tepat dan dibarengi dengan tanggung jawab serta melaksanakannya berdasarkan kemampuan sendiri dan sesuai dengan apa yang diyakini.
- Definisi Operasional: Otonomi adalah individu atau seseorang yang memiliki kebebasan untuk menentukan keputusan yang tepat dan dibarengi dengan tanggung jawab serta

melaksanakannya berdasarkan kemampuan sendiri dan sesuai dengan apa yang diyakini. Dengan diukur menggunakan instrumen skala *likert* dengan menyebarkan kuesioner kepada para UKM Pasar Payungi.

d) Variabel Proaktif (X4)

- Definisi Konseptual: Proaktif bahwa sebuah tindakan aktif, berinisiatif, gigih serta berani mengambil tindakan tanpa tekanan dari pihak lain dari dalam individu dengan tujuan memberikan kontribusi perubahan terhadap lingkungan melalui identifikasi peluang.
- Definisi Operasional: bahwa sebuah tindakan aktif, berinisiatif, gigih serta berani mengambil tindakan tanpa tekanan dari pihak lain dari dalam individu dengan tujuan memberikan kontribusi perubahan terhadap lingkungan melalui identifikasi peluang. Yang diukur menggunakan instrumen skala *likert* melalui penyebaran kuesioner dan diberikan kepada para UKM Pasar Payungi.

3) Variabel Terikat (dependent Variabel)

Variabel terikat adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independent (Sugiyono 2016:39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel Y atau variabel terikat adalah Kapabilitas pemasaran (Y).

- Definisi Konseptual: kapabilitas pemasaran yakni pengembangan kemampuan dan pengelolaan pemasaran untuk menciptakan sekumpulan perangkat, sumber daya dan keterampilan.
- Definisi Operasional: yakni pengembangan kemampuan dan pengelolaan pemasaran untuk menciptakan sekumpulan perangkat, sumber daya dan keterampilan. Yang diukur menggunakan instrumen skala *likert* dengan penyebaran kuesioner dan diberikan kepada para UKM Pasar Payungi.

Tabel 5
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	No. Item	Skala
1.	Inovasi	1. Kualitas produk 2. Varian produk 3. Mengembangkan gaya 4. Desain produk baru	1,2,3,4,5,6 7,8,9,10,11 12,13 14,15,16 17,18,19,20	Likert
2.	Risiko	1. Berani mengambil dan menanggung risiko 2. Menyukai tantangan 3. Tabah 4. Pantang menyerah 5. Penuh perhitungan	1,2,3,4,5,6 7,8,9,10, 11,12,13 14,15,16, 17 18,19,20	Likert
3.	Otonomi	1. Kebebasan 2. Menentukan keputusan	1,2,3,4,5,6,7,8 9,10,11,12,13,14 15,16,17,	Likert

No.	Variabel	Indikator	No. Item	Skala
		3. Tanggung jawab	18,19,20	
4.	Proaktif	1. Tindakan aktif 2. Berinisiatif 3. Gigih 4. Berani mengambil tindakan	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20	Likert
5.	Kapabilitas Pemasaran	1. Pengembangan kemampuan 2. Pengelolaan pemasaran 3. menciptakan keterampilan	1,2,3,4,5,6,7 8,9,10 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20	Likert

E Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2017:142) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Di dalam penelitian ini agar dapat

memperoleh data, penulis melakukan pengumpulan data yang digunakan antara lain:

1) Teknik Observasi

Data yang diperoleh di dalam penelitian ini, yaitu dengan cara observasi (pengamatan) yaitu pengamatan atau pencatatan secara sistematis mengenai gejala yang tampak pada objek penelitian. Dengan teknik ini biasanya peneliti terjun langsung ke lokasi untuk memutuskan alat ukur yang tepat untuk digunakan. Menurut Anwar Sanusi (2017:111) "observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.

2) Teknik Kuesioner

Data yang diperoleh di dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner, yakni peneliti terjun langsung untuk mendapatkan data dari pihak yang bersangkutan secara langsung atau primer. Menurut Sugiyono (2018:193) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Selanjutnya peneliti melakukan pengambilan data secara langsung kepada objek penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner diberikan secara langsung kepada responden yang sudah dijadikan sampel, kuesioner yang diberikan kepada responden berisi beberapa pertanyaan yang harus dijawab oleh responden dengan tujuan untuk mengukur pengaruh inovasi, pengambilan risiko, otonomi, dan sikap proaktif terhadap Kapabilitas Pemasaran UKM Pasar Payungi di Metro. Dalam kuesioner yang diberikan kepada responden menggunakan pengukuran skala *likert*, yang digunakan untuk mengukur inovasi, risiko, otonomi, dan proaktif.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur, memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari pada responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama. Instrumen yang digunakan dalam

penelitian ini adalah instrumen yang mengukur kapabilitas pemasaran UKM Pasar Payungi di Metro. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan angket (kuesioner) dengan mengukur skala *likert* dengan alternatif jawaban Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Masing-masing variabel terdapat 20 pertanyaan dan jawaban dari 5 alternatif jawaban yang tersedia diberi bobot nilai (skor) sebagai berikut :

Tabel 6.
Bobot nilai berdasarkan skala likert:

No.	Inovasi, Risiko, Otonomi dan Proaktif	Skala
1.	Sangat Setuju	Skor 5
2.	Setuju	Skor 4
3.	Kurang Setuju	Skor 3
4.	Tidak Setuju	Skor 2
5.	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

G. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018, hlm. 285) teknik analisis data adalah cara yang digunakan berkenaan dengan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Teknik analisis data kuantitatif menurut Sugiyono (2018, hlm. 147) merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden (populasi/sampel) terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang akan diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Di dalam penelitian kuantitatif yang mengandalkan data berupa nilai dan angka, analisis data dilakukan menggunakan statistik. Bagi penelitian kuantitatif (numerical) tentu saja

analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan ukuran-ukuran statistik (Sanjaya, 2015, hlm. 296).

H. Pengujian Persyaratan Instrumen

1. Uji Validitas

Uji *Validitas* digunakan untuk “mengukur sah atau *Valid* tidaknya suatu kuesioner agar data yang diperoleh bisa relevan atau sesuai dengan tujuan uji *Validitas* yang digunakan adalah dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor setiap *konstruknya*. Analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, perlu dilakukan terhadap suatu penelitian untuk memperkuat argumentasi dan logika dalam menjawab dan mengimplementasikan dugaan, analisis ini dilakukan berdasarkan pada data yang diperoleh dari daftar pertanyaan (kuesioner) yang diajukan kepada sampel, dan dihitung menggunakan rumus korelasi *Product Moment* (Sugiyono, 2015:45).

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

Dimana :

- r = koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat.
- n = banyaknya sampel
- X = skor tiap item
- Y = skor total variabel
- $\sum X$ = jumlah skor item
- $\sum Y$ = jumlah skor total

Setelah nilai korelasi (r) diperoleh, kemudian nilai r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dengan dasar pengambilan keputusan adalah valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka alat ukur atau instrument penelitian yang digunakan adalah tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini item atau pernyataan pada kuesioner yang sudah valid, diuji dengan

rumus *Alpha Chronbach* dengan menggunakan program SPSS. Dasar pengambilan keputusan adalah reliabel jika $\alpha > r_{\text{tabel}}$ (0,60).

$$r_{11} = \left(\frac{K}{K-1} \right) 1 \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_b t^2}$$

Dimana :

- r_{11} = reliabilitas instrument / koefisien reliabilitas
 k = banyaknya butir pertanyaan / banyaknya soal
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir
 $\sigma_b t^2$ = varians total

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah teknik membangun persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran, agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang digunakan juga harus tepat. Pengujian terhadap normalitas dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov Smirnov*.

Dasar pengambil keputusan dalam uji normalitas adalah:

- Jika nilai probabilitas ≤ 0.05 , maka distribusi data adalah normal.
- Jika nilai probabilitas > 0.05 , maka distribusi data adalah tidak normal.

2. Uji Linearitas

Setelah data yang diperoleh sudah normal selanjutnya diuji dengan menggunakan *linieritas* yang bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji *linieritas* adalah:

- Jika nilai probabilitas ≤ 0.05 , maka hubungan antar variabel X dengan Y adalah linier.
- Jika nilai probabilitas > 0.05 , maka hubungan antara variabel X dan Y adalah tidak linier.

3. Uji Homogen

Setelah data diperoleh sudah normal, maka selanjutnya diuji dengan homogenitas. Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui

beberapa varian sama atau tidak asumsi yang mendasari dalam analisis varian dari populasi sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

$$F = \frac{\text{varian terbesar}}{\text{varian terkecil}}$$

J. Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji hipotesis digunakan alat analisis regresi berganda (*multiple regression*). Uji hipotesis tersebut dilakukan dengan *software* SPSS karena mampu menghasilkan *output* yang meyakinkan untuk dianalisis lebih lanjut.

Untuk itu diformulasikan model regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

dimana :

Y = Kapabilitas Pemasaran (variabel terikat)

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = koefisien regresi

X1 = Inovasi

X2 = Risiko

X3 = Otonomi

X4 = Proaktif

ε = Standar error

2. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah setiap variabel terikat (Y). Kemudian uji t menguji pengaruh variabel bebas (X) secara *persial* terhadap variabel terikat (Y) yang dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$T_{\text{hitung}} = r = \sqrt{\frac{n-e-2}{t-r^2}}$$

Dimana:

t = statistik t derajat bebas ke n-2

e = jenjang koefisien

n = banyaknya pengamat

setelah dilakukan analisis data dan Hasil uji t dapat dilihat melalui uji regresi dengan menggunakan SPSS yaitu apabila *p-value (sig)* lebih kecil dari nilai signifikan yang ditentukan yaitu 0,05 (5%) maka dapat dikatakan bahwa variabel independen secara individual (parsial) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Selain itu pengujian uji t juga dapat dilihat melalui ketentuan berikut ini:

- a. Jika nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan (jelas) antara rata-rata hitung beberapa kelompok data. Dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika statistik hitung (F- hitung) lebih besar dibanding statistik tabel (F-tabel) maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan dapat memengaruhi variabel dependen. Dirumuskan sebagai berikut :

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

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah Variabel independen

n = Jumlah anggota data atau kasus

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai determinan (R^2) koefisien determinan menurut Sugiyono (2017) yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berada pada rentan angka nol (0) dan satu (1). Jika nilai

koefisien determinasi yang mendekati angka nol (0) berarti kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi variabel mendekati satu (1) berarti kemampuan variabel bebas dalam menimbulkan keberadaan variabel terikat semakin kuat. Maka perhitungan koefisien determinasi dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

R^2 : koefisien determinan

r^2 : koefisien korelasi

5. Hipotesis statistic

Hipotesis statistic adalah salah satu bagian yang sangat penting pada penelitian kuantitatif. Dugaan sementara atau asumsi sementara dapat diartikan sebagai: hipotesis. Berikut rumus hipotesis:

1. $H_0 : \beta_1 \leq 0$: Inovasi (X_1), tidak berpengaruh terhadap Kapabilitas Pemasaran (Y)
 $H_a : \beta_1 > 0$: Inovasi (X_1), berpengaruh terhadap Kapabilitas Pemasaran (Y)
2. $H_0 : \beta_2 \leq 0$: Risiko (X_2), tidak berpengaruh terhadap Kapabilitas Pemasaran (Y)
 $H_a : \beta_1 > 0$: Risiko (X_2), berpengaruh terhadap Kapabilitas Pemasaran (Y)
3. $H_0 : \beta_2 \leq 0$: Otonomi (X_3), tidak berpengaruh terhadap Kapabilitas Pemasaran (Y)
 $H_a : \beta_1 > 0$: Otonomi (X_3), berpengaruh terhadap Kapabilitas Pemasaran (Y)
4. $H_0 : \beta_2 \leq 0$: Proaktif (X_4), tidak berpengaruh terhadap Kapabilitas Pemasaran (Y)
 $H_a : \beta_1 > 0$: Proaktif (X_4), berpengaruh terhadap Kapabilitas Pemasaran (Y)
5. $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \leq 0$: Inovasi (X_1), Risiko (X_2), Otonomi (X_3), dan Proaktif (X_4) secara kebersamaan tidak berpengaruh terhadap Kapabilitas Pemasaran (Y)

$H_a : \beta_1, \beta_2 > 0$: Inovasi (X1), Risiko (X2), Otonomi (X3), dan Proaktif (X4) secara kebersamaan berpengaruh terhadap Kapabilitas Pemasaran (Y)