

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bermaksud menggambarkan dan menguji hipotesis hubungan dua variabel atau lebih. Data kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang berbasis positivistik (data konkrit), data penelitian dengan model matematis yang akan dinilai dengan statistik sebagai instrumen tes perhitungan, yang dihubungkan dengan topik yang sedang diselidiki untuk dijadikan kesimpulan (Sugiyono, 2018).

Metode penelitian adalah cara-cara yang digunakan untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaanya. Tujuan dari metode ilmiah adalah untuk memastikan bahwa upaya penelitian didasarkan pada prinsip-prinsip ilmiah, yakni logis, teratur, dan *heuristis*. Logis mengacu pada operasi penelitian yang dilakukan dengan cara yang wajar, memungkinkan pikiran manusia untuk mencapai suatu kesimpulan. *Heuristis* merupakan metode yang digunakan dapat diperhatikan dengan menggunakan indera manusia, memungkinkan orang lain untuk menyaksikan dan memahaminya. Teratur mengacu pada fakta bahwa proses penelitian mengikuti serangkaian proses logis.

Sumber data primer dan sekunder digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. *Purposive sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, kuesioner, dan wawancara awal. *Purposive sampling* merupakan strategi untuk memperoleh sumber data dengan mengidentifikasi sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan (Sugiyono, 2010). Pelaku UMKM di Kecamatan Dayeuhluhur adalah target atau informan dalam penelitian ini.

B. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer menurut Husein Umar (2013) adalah informasi yang dikumpulkan langsung dari sumber pertama, seperti hasil wawancara atau survei kuesioner yang mungkin peneliti berikan. Sumber data primer merupakan sumber data yang memberikan informasi kepada pengumpul data secara langsung (Sugiyono, 2015).

Data primer penelitian ini berasal dari wawancara dan kuesioner yang disebarkan kepada UMKM di Kecamatan Dayeuhluhur. Kuesioner ini merupakan metode pengumpulan data dimana responden diberikan atau disiapkan pernyataan untuk dijawab (Sugiyono, 2018).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data asli yang telah diolah lebih lanjut dan disediakan dalam bentuk tabel atau grafik oleh pengumpul data primer atau

pihak lain (Husein Umar, 2013). Data sekunder dikumpulkan dari buku, jurnal, dan bahan bacaan lain yang relevan dengan topic penelitian penulis.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah area keseluruhan yang terdiri dari individu atau kelompok dengan atribut dan karakteristik tertentu dari mana kesimpulan dicapai. Populasi adalah keseluruhan dari subyek penelitian. Populasi adalah generalisasi dari suatu wilayah yang terdiri dari orang-orang atau hal-hal dengan ciri-ciri dan atribut-atribut tertentu yang dipilih oleh seorang peneliti untuk diteliti dan darinya diambil suatu kesimpulan (Sugiyono, 2008)

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM yang berada di Kecamatan Dayeuhluhur yang terdaftar di situs plazadayeuhluhur.com yang berjumlah 660 orang

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi. Menurut Sugiyono (2008) sampel adalah bagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki populasi. Peneliti tidak mengambil seluruh karakteristik dari pelaku UMKM di Kecamatan Dayeuhluhur saat melakukan penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *basic random sampling*, yaitu sampel acak dari semua populasi

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus yang dikutip dari Solvin. Rumus Solvin adalah untuk menghitung jumlah sampel

minimum apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti (Slovin, 1960).

Rumus Solvin :

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

n = jumlah *sample* minimal

N = populasi

E = *error* (%) ini sebagai toleransi akibat kesalahan ketidaktepatan penggunaan sampel sebagai pengganti populasi yaitu 10%.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil tingkat *error* sebesar 10% dengan jumlah populasi sebanyak 660 orang pelaku UMKM di Kecamatan Dayeuhluhur. Maka dari itu jumlah sampel yang dapat diambil sebanyak

$$n = \frac{660}{1+660(0,1)^2}$$

$$n = \frac{660}{661(0,1)^2}$$

$$n = \frac{660}{661(0,01)}$$

$$n = \frac{660}{6,61}$$

$$n = 99,84$$

Jadi jumlah sampel yang dapat diambil jika dibulatkan sebanyak sebanyak 100 orang pelaku UMKM di Kecamatan Dayeuhluhur dari total keseluruhan populasi sebanyak 660 orang. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu :

1. Responden yang terdaftar di situs plazadayeuhluhur.com
2. Responden yang memiliki usaha dan terdaftar di plazadayeuhluhur.com.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut (Sugiyono, 2016) adalah atribut, sifat, atau nilai seseorang, barang, atau kegiatan yang memiliki variasi yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulan.

Variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu :

- 1 Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebas (Independent Variables) meliputi pemasaran digital (X1) dan harga (X2).
- 2 Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Variabel terikat pada penelitian ini yaitu penjualan (Y).

Secara lebih rinci operasionalisasi variabel-variabel tersebut :

Tabel 3.1

Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Digital Marketing</i> (X1) Ryan (2009)	Layanan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i> • <i>Email</i> • <i>Social Media</i> 	Interval
Harga (X2) Kotler dan Armstrong (2012)	Keterjangkauan harga	<ul style="list-style-type: none"> • Harga produk yang terjangkau 	Interval
	Kesesuaian Harga dengan kualitas produk	<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk 	Interval
	Kesesuain harga dengan manfaat	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian manfaat produk 	Interval
	Daya saing harga	<ul style="list-style-type: none"> • Harga lebih murah dari pesaing 	Interval
Tingkat Penjualan (Y) Kotler (2008)	<i>Marketing mix</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk • Harga • Distribusi • promoosi 	Interval

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Literature (kepustakaan)

Merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan tindakan seperti mengumpulkan data perpustakaan, membaca dan mencatat, dan mengorganisasikan sumber-sumber penelitian (Zed, 2008).

2. Studi lapangan

Peneliti melakukan survey langsung terhadap objek penelitian. Metode penelitian ini sifatnya hanya membantu peneliti untuk memperoleh data dengan menggunakan angket atau kuesioner.

a. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Sebelum mengirimkan kuesioner kepada responden, kuesioner harus divalidasi untuk melihat apakah pertanyaan tersebut sah dan dapat dipercaya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan terbuka, dan dapat dibagikan secara langsung atau melalui email dan media sosial lainnya. Peneliti menyebarkan kuesioner dan menilai setiap jawaban responden dengan jawaban sangat setuju, setuju, netral, dan tidak setuju.

F. Analisis Instrument Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statisik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistic deskriptif dapat digunakan apabila peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel, dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel tersebut diambil.

2. Uji Validitas

Validitas suatu kuesioner ditentukan dengan uji validitas. Apabila pertanyaan-pertanyaan dalam angket tersebut berkompeten untuk mengungkapkan apa saja yang akan dinilai oleh angket tersebut, maka dinyatakan sah. Akibatnya, validitas dapat didefinisikan sebagai tingkat kesesuaian antara data yang ditemukan dalam objek penelitian dan kekuatan yang bisa dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2018). Menguji ketelitian alat ukur dengan pengertian yang diukur untuk memastikan bahwa itu mengukur apa yang seharusnya diukur (Nurhasanah, 2017).

Dasar Pengambilan Keputusan Uji Validitas *Product Momen*

Setiap uji statistik harus memiliki landasan untuk membuat penilaian yang berfungsi sebagai pedoman atau titik acuan untuk menggambar temuan. Hal yang sama dapat dikatakan untuk uji validitas *product moment* ini. Proses pengambilan

keputusan dalam ujian ini dilakukan dengan berbagai cara, yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} dan membandingkan nilai Sig (2-tailed) dengan probabilitas 0,5.

3. Uji Reliabilitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengukur suatu kuesioner yang menjadi variabel indikator. Reliabilitas di ukur dengan uji statistic Cronbach Alpha (α). Jika suatu variabel memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,6$, maka variabel tersebut dianggap reliabel. Untuk menghitung reliabilitas menggunakan rumus *alpha*, sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right)$$

Indikator pengukuran reliabilitas yang membagi tingkatan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut :


Tabel 3.2
Tabel Kriteria Reliabilitas

Interval	Kriteria
0,8-1,0	Reabilitas baik
0,6-0,799	Reabilitas diterima
<0,6	Reabilitas kurang baik

Sumber : Sekaran (2000)

G. Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan Regresi Linier Multiple adalah model persamaan regresi linier dengan variabel bebas lebih dari satu. Bentuk umum persamaan ini antara lain :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Nilai dari variabel dependen (variabel terikat/variabel bebas)

a = Koefisien konstanta

X₁ = Nilai variabel independen pertama

X₂ = Nilai variabel independen kedua

e = Error

H. Uji Hipotesis

a. Uji-t (parsial)

Hipotesis mengenai pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel yang diberikan di uji dengan menggunakan uji statistik T (parsial).

Nilai signifikansi dalam tabel koefisien digunakan untuk mengambil keputusan. Temuan regresi diuji dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95 % atau taraf signifikansi 5% = ($\alpha = 0,05$).

Cara menafsirkan data Nilai r-hit dengan r-tab :



- Jika $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat.
- Jika $T\text{-hitung} < T\text{-tabel}$, maka H_0 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

b. Uji F (Simultan)

Uji statistik F (simultan) digunakan untuk melihat apakah semua variabel independen atau variabel bebas dalam suatu model memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel independen atau variabel terikat.

Cara menafsirkan hipotesis ditolak atau diterima yaitu :

- Jika $F\text{hitung} < F\text{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika $F\text{hitung} > F\text{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Untuk nilai signifikasinya yaitu apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka x signifikan terhadap y , dan apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka x signifikan terhadap y .

I. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis R^2 (Koefisien Determinasi) digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan secara komprehensif terhadap variabel dependen (Y).

Koefisien determinasi merupakan pengukuran seberapa baik suatu variabel bebas dapat menjelaskan suatu variabel terikat (Sugiyono, 2010). R adalah bilangan yang terbentang dari 0 sampai 1. Semakin besar R mendekati angka 1, semakin besar pula variabel (X) dapat menjelaskan variabel (Y).

Tabel 3.3
Interpretasi Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
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 (2010)