

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survei, dengan metode penelitian kuantitatif. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan kegiatan dalam pengumpulan data. Seperti, mengedarkan kuesioner skala likert, wawancara terstruktur, dokumentasi dan sebagainya.¹

Metode kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur pengaruh peningkatan VOLUME penjualan produk UMKM melalui website resmi paguyuban Malang Jati Asri (MJA).

B. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.² Populasi yang akan dijadikan obyek dalam penelitian ini adalah data pengusaha mikro, kecil maupun menengah yang tergabung dalam ke-anggotaan paguyuban Malang Jati Asri (MJA) termasuk kedalam website resmi MJA.

¹ Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. (Bandung: Alfabeta, 2010). Hal.11

² Sujarwani, V. Wiratama & Endrayanto, Poly. *Statistika Penelitian. Edisi Pertama*. (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2002). Hal.13

Sampel adalah bagian dari populasi penelitian. Sampel diartikan sebagai suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi yang diambil dan dipergunakan untuk untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah anggota paguyuban Malang Asri (MJA) termasuk kedalam website resmi MJA.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel anggota dengan cara *probability sampling* dengan teknik sampel jenuh. Teknik sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel berdasarkan cara pengambilan sampel dari semua anggota populasi tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut..

C. Variabel penelitian, Sumber Data dan Skala Pengukuran

1. Definisi konseptual

Variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah:

- a) Variabel dependen (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel-variabel independen. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah volume penjualan. Penjualan merupakan proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen(pembeli).³

³ M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal.166

b) Variabel Independen (X), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah iklan sebagai X1 dan promosi sebagai X2.

2. Definisi Operasional

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Tingkat volume penjualan dianggap sebagai ukuran keberhasilan suatu perusahaan dagang. Dalam meningkatkan volume penjualan pada suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang dilakukan termasuk strategi marketing daring yang saat ini dianggap lebih efektif dan efisien.

3. Data dan Sumber Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh dilokasi penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek yang diteliti. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua dari data yang dibutuhkan. Data sekunder diklasifikasikan menjadi dua yaitu data internal dan data eksternal ⁴

⁴ Bungin, B. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta: Kencana.2011) Hal.129-132

Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini nantinya diperoleh secara langsung dengan memberikan kuesioner atau daftar pertanyaan kepada anggota paguyuban MJA. Kuesioner atau daftar pertanyaan yang diajukan disusun berdasarkan variabel yang diteliti. Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti melalui instansi yang terkait berupa informasi tentang keadaan anggota.

4. Skala pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.⁵

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert dimana Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut variabel penelitian.⁶

Untuk pemberian skor skala likert ini sebagai berikut :

- a. Jawaban SS (sangat setuju) diberi skor 5
- b. Jawaban S (setuju) diberi skor 4
- c. Jawaban N (netral) diberi skor 3
- d. Jawaban TS (tidak setuju) diberi skor 2

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, hal. 105.

⁶*Ibid*,.....hal..107.

- e. Jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi skor 1

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Peneliti melakukan observasi terlebih dahulu guna mengumpulkan data secara umum terkait objek penelitian yang akan diteliti. Dalam observasinya, peneliti menggali data-data kepada pengurus paguyuban untuk kelengkapan penelitian. Observasi ini juga dimaksudkan sebagai sarana meminta ijin dalam penelitian terhadap sebuah organisasi.

2. Kuisioner

Kuisioner adalah alat pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan.⁷ metode angket atau kuisioner merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden, setelah diisi angket dikirim kembali kepada peneliti.⁸ Untuk penelitian ini, menggunakan angket dan respon jawaban akan menggunakan 5 poin skala Likert, dengan alternatif pilihan: 1 menunjukkan sangat tidak setuju (STS), 2 menunjukkan tidak setuju (TS), 3 menunjukkan netral (N), 4 menunjukkan setuju (S), dan 5 menunjukkan sangat setuju (SS).

⁷ Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada.2008). hal.150

⁸ Bungin,hal.133

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Metode dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data berupa jumlah anggota paguyuban MJA.

4. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan mendapatkan hasil yang lebih baik, cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen kuesioner dengan menggunakan likert dengan 5 opsi jawaban.

Tabel 3.1

Kisi-kisi Instrumen Penelitian

VARIABEL	INDIKATOR	Referensi
IKLAN X1	PERSUASIF (X1.1)	Freddy Rangkuti, <i>Riset Pemasaran</i> .(Gramedia Pustaka Jakarta: 2003)
	PERBANDINGAN (X1.2)	
	PENGGINGAT (X1.3)	
PROMOSI X2	ATTENTION (X2.1)	Swasta, Bayu dan Irawan, Manajemen Pemasaran Moderen Edisi Kedua Cetakan Keempat, (Yogyakarta : Liberty, 1990)
	INTEREST (X2.2)	
	DESIRE (X2.3)	
	ACTION (X2.4)	
VOLUME PENJUALAN Y	TARGET PENJUALAN (Y1.1)	Basu swatha, <i>Ekonomi Bagi Pemula</i> , (Bandung, 2008 Pustaka Buku)
	PENDAPATAN LABA (Y1.2)	
	PERTUMBUHAN PERUSAHAAN (Y1.3)	

E. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian kuantitatif analisis data kegiatan setelah data dari keseluruhan responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan dan responden, mentabulasi dan berdasarkan variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah di sajikan.⁹ Jadi dalam penelitian ini apabila terdapat variabel bebas lebih dari satu maka yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Data yang telah dikumpulkan (data mentah) kemudian diolah. Pengolahan data dimaksudkan sebagai suatu proses untuk memperoleh data ringkasan dari data mentah dengan menggunakan rumus tertentu. Data ringkasan yang diperoleh dari pengolahan data itu berupa jumlah (*total*), rata-rata (*average*), presentase (*percentage*), sebagainya.¹⁰ Setelah mendapatkan data penelitian berupa jawaban responden atas angka yang dibagikan dikumpulkan, setelah itu dilakukan analisis data menggunakan :

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahan suatu instrument, serta seberapa jauh instrument itu benar-benar mengukur objek yang hendak di ukur Uji validitas

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian bisnis...*, hal. 142.

¹⁰Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), hal. 18.

dilakukan dengan cara mengkolerasikan skor masing-masing butir pertanyaan pada tiap-tiap variabel dengan skor totalnya. Butir-butir pertanyaan penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mencari tahu sampai sejauh mana konsistensi alat ukur yang digunakan, sehingga bila alat ukur tersebut digunakan kembali untuk meneliti objek yang sama dengan teknik yang sama walaupun waktunya berbeda, maka hasilnya akan diperoleh sama.¹¹

Uji reliabilitas ini dapat dilihat dari Cronbach's alpha. Untuk dapat dikatakan suatu konstruk reliable, maka nilai Cronbach's alpha harus lebih besar dari 0,6 dimana pada pengujian reliabilitas ini menggunakan bantuan computer program SPSS versi 20.0.

2. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah analisis dalam model regresi variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika terdapat normalitas, residual akan terdistribusi secara normal dan independen, yaitu perbedaan antara nilai prediksi dengan skor yang sesungguhnya atau error akan terdistribusi secara simetri disekitar nilai

¹¹ Sekaran, U. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. (Jakarta: Salemba Empa, 2006).
Hal.42

means sama dengan nol. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji statistic non-parametik one sample Kolmogorov-smirnov Test.

b. Uji multikolinearitas

Multikolinearitas adalah hubungan adanya linear yang sempurna diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari regresi. Metode ini digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam penelitian menggunakan tolerance dan variance inflation factor (VIF). Uji ini bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas/ independen.¹²

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan dalam menguji apakah dalam regresi terjadi kesamaan varian nilai residual atau pengamatan yang lain. Model regresi yang baik itu adalah yang heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam pendeteksian ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model penguji melakukan dengan melihat scatter plot dengan dasar analisis sebagai berikut :¹³

3. Analisa Regresi Berganda

Metode regresi berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y).

¹² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik*, (Jakarta : Prestasi Pustaka, 2009), hal. 97.

¹³ Imam Ghozali, *aplikasi analisis multivariate dengan progam IBM spss 19*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hal. 91.

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

a. Uji Signifikansi (Uji t)

Uji t pada dasarnya bertujuan untuk menguji secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan uji t $\rho < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Cara lain untuk menguji signifikansi uji t adalah dengan membandingkan t statistik dengan t tabel. Jika t statistik $> t$ tabel, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung.

- 1) Jika F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), artinya variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pada konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung.

Jika F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), dan menerima hipotesis alternatif (H_1), artinya

- 2) Variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pada konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.¹⁴ Koefisien determinasi pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen atau terikat. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah :

$$R^2 = (r^2)$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

¹⁴Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Edisi 7*, (Semarang : Universitas Diponegoro, 2013), hal. 83.