

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam sebuah landasan penelitian ini membutuhkan suatu pendekatan penelitian yang sesuai dengan permasalahan yang sedang dihadapi. Sebagaimana hasil dari penelitian nantinya akan dituangkan dalam bentuk angka dan memperoleh suatu pembenaran atau penolakan dalam bentuk dukungan data empiris dari lapangan. Dalam hal ini, jenis pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Bahwasannya pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan data atau datanya dapat dinyatakan dalam bentuk angka maupun jumlah yang dapat dihitung secara sistematis.⁴¹

Oleh karena itu, peneliti mencari sebuah data yang sesuai dengan variabel dengan menggunakan bentuk angka sebagai skala pengukuran dari sebuah keberhasilan dalam penelitian. Pendekatan kuantitatif ini bertujuan untuk menguji teori yang menjelaskan tentang hubungan antara kenyataan dan sosial, sehingga dapat mengetahui apakah teori tersebut didukung oleh kenyataan dan bukti-bukti yang empiris dari lapangan.

⁴¹ H. Timotius, Kris. *Pengantar Metodology Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2017. hlm.6

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *ex post facto*, yang tepatnya termasuk pada jenis *causal compararative research* atau biasanya disebut dengan penelitian kausal komparatif. *Causal compararative research* yaitu pendekatan dasar kausal komparatif melibatkan pada kegiatan peneliti yang diawali dengan mengidentifikasi pengaruh variabel satu terhadap variabel lainnya, yang kemudian peneliti berusaha mencari kemungkinan varibel penyebabnya. Sedangkan penelitian *ex post facto* yaitu suatu penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan kemudian ditelusuri ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut. Penelitian *ex post facto* ini menggunakan logika dasar yang sama dengan penelitian eksperimentan, hanya saja dalam penelitian *ex post facto* tidak ada manipulasi (perlakuan) langsung terhadap variabel independen. Penelitian *ex post facto* ini bertujuan menemukan penyebab yang memungkinkan perubahan, perilaku, gejala atau fenomena yang disebabkan oleh peristiwa, perilaku atau hal-hal yang menyebabkan perubahan pada variabel bebas secara keseluruhan yang sudah terjadi.⁴²

B. Lokasi Penelitian

Lokasi peneliti adalah suatu tempat atau wilayah yang digunakan untuk proses meneliti. Penelitian ini dilaksanakan pada sebagian pengrajin kerajinan

⁴² Anshori, Muslich dan Sri Isawati. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: UNAIR. 2009. hlm. 11

flanel yang di Kabupaten Tulungagung, dengan jangka waktu penelitian yang digunakan untuk peneliti dan pada penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2020/2021.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh objek yang mungkin terpilih atau keseluruhan ciri yang di pelajari.⁴³ Populasi juga merupakan kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji, jadi pengertian populasi dalam statistik tidak terbatas pada sekelompok atau kumpulan orang-orang, namun mengacu pada seluruh ukuran, hitungan atau kualitas yang menjadi fokus perhatian suatu yang dikaji.⁴⁴ Populasi pada penelitian ini terdiri atas seluruh pengrajin kerajinan kain flanel baik secara luring maupun daring yang ada di Kabupaten Tulungagung.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari objek yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi.⁴⁵ Dalam penelitian ini pengambilan sampel tidak mungkin peneliti meneliti seluruh anggota populasi, sehingga sampel adalah bagian dari populasi yang terpilih atau mewakili. Pengambilan sampel yang dimaksudkan

⁴³ Nugroho, *Sigit. Dasar-Dasar Metode Statistika*. Jakarta:PT Grasindo. 2008. hlm.10

⁴⁴ Harinaldi, *Prinsip-Prinsip Statistik Untuk Teknik Dan Sains*. Jakarta: Erlangga. 2005. Hlm.2

⁴⁵ Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia. 2019. hlm.95

untuk mengambil suatu kesimpulan yang akan dapat diberlakukan untuk populasi, karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga dalam menjangkau semua populasi yang ada.

Maka peneliti hanya meneliti sebagian populasi yang dijadikan sebagai sampel atau subyek dalam penelitian. Dimana penelitian ini menggunakan jenis penelitian *expost facto* dengan kurang lebih 30 subyek dengan dua data yang terdiri dari penjualan luring kurang lebih 15 pengrajin dan untuk penjualan daring kurang lebih 15 pengrajin flanel.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif.⁴⁶ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampling, yaitu sampling *purposive*. Sampling *purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. pemilihan sekelompok subyek dalam *purposive sampling* berdasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai hubungan erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Maka dengan kata lain unit sampel yang dihubungi sesuai dengan kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan dalam penelitian.⁴⁷ Bahwasannya dari beberapa pertimbangan yang

⁴⁶ Untari, Dhian Tyas. *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Puwokerto: CV Pena Persada. 2018. hlm. 36

⁴⁷ Payadnya, I Putu Ade Andre, dkk. *Penelitian eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Budi Utama. 2018. hlm.26

dilakukan oleh peneliti dalam memilih pengrajin flanel yang ada di Tulungagung sebagian besar kemungkinan memiliki sistem penjualan yang homogen, sehingga data yang diperoleh akan dapat mewakili dari seluruh keadaan populasi tersebut, selain itu juga menggunakan sistem penjualan baik secara luring maupun daring.

D. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Sumber data yang dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh. Adapun sumber data yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari objek penelitian sesuai dengan masalah dan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini. Dalam penelitian ini sumber data primer adalah responden. Dimana responden merupakan orang yang diminta memberikan keterangan tentang suatu fakta atau pendapat, seperti mengisi kuesioner dengan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan serangkaian pertanyaan langsung kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh pengrajin kerajinan kain flanel yang berada di Tulungagung sesuai dengan sampel yang ditentukan.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini berupa dokumen tertulis dan literatur diperoleh dari perpustakaan (*library research*) dan lapangan (*field research*) diperoleh dari dokumen-dokumen terkait. Oleh karena itu, sumber data yang digunakan meliputi perpustakaan, dokumentasi, dan informasi pada pengrajin kain flanel yang ada di Kabupaten Tulungagung.

2. Variabel

Variabel dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Dimana variabel independen (variabel bebas) diberi simbol X yang mempunyai dimensi yang diberi simbol X_1 , X_2 , X_3 yang meliputi X_1 sebagai promosi, X_2 sebagai variasi dan X_3 sebagai kemasan produk. Sedangkan variabel dependen (variabel terikat) diberi simbol Y yang mempunyai dimensi Y_1 sebagai penjualan luring dan Y_2 sebagai penjualan daring. Dimana penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis variabel independen yang diperkirakan akan mempengaruhi variabel dependen.

3. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala *likert*, dimana skala ini banyak digunakan karena memberi peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan dalam bentuk persetujuan atau

ketidaksetujuan terhadap suatu pernyataan objek. Pertanyaan yang diberikan berjenjang, mulai dari tingkat rendah sampai tinggi.⁴⁸

Selain itu skala *likert* juga digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial yang telah ditetapkan oleh peneliti yang selanjutnya ditetapkan sebagai variabel penelitian. Skala *likert* banyak digunakan dalam penelitian pemasaran. Sebagai keperluan analisis penelitian kuantitatif, maka jawaban akan diberikan skor sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju = 5
- b. Setuju = 4
- c. Netral = 3
- d. Tidak Setuju = 2
- e. Sangat Tidak Setuju = 1

E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder, dalam suatu penelitian pengumpulan data merupakan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

⁴⁸ Simamora, Bilson. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2005. hlm.23

a. Observasi

Observasi pengamatan yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek yang diteliti.⁴⁹ Melalui observasi diharapkan peneliti dapat memahami kondisi yang ada dilapangan, sehingga lebih mudah dalam melakukan kegiatan penelitian. Observasi dilakukan di pengrajin flanel yang ada di Tulungagung.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden terkait dengan pribadinya maupun hal-hal lain yang terkait dengan mteri penelitian yang dirumuskan sebelumnya yang mana responden menjawabnya.⁵⁰ Daftar pertanyaan responden terdiri dari promosi, variasi dan kemasan produk sejauh mana variabel tersebut mempengaruhi peningkatan volume penjualan secara luring dan daring Pedomanan penyusunan kuesioner meliputi penyusunan kata dalam kuesioner, pengukuran terhadap pertanyaan dalam kuesioner, dan tampilan kuesioner secara keseluruhan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kumpulan atau jumlah signifikan dari bahan tertulis atau film (berbeda dari catatan), berupa data

⁴⁹ Rahardjo, Gudnanto Susilo. *Pemahaman Individu Teknik Nont*. Yogyakarta: Kencana. 2015. Hlm.42

⁵⁰ Nugroho, Eko. *Prinsip-Prinsip Menyusun Kuesioner*. Malang: UB Press. 2018. Hlm. 19

yang akan ditulis, dilihat, disimpan dan digulirkan dalam penelitian, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang peneliti yang rinci dan mencakup segala keperluan data yang diteliti dan mudah diakses.⁵¹ Data dokumentasi dalam penelitian ini digunakan sebagai data pelengkap yang tidak terekam dalam instrumen pengumpulan data yang ada. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan dokumentasi berupa foto. Pada dokumentasi foto nantinya akan memuat kegiatan sewaktu melakukan penelitian.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan alat ukur yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dalam memecahkan suatu masalah penelitian.⁵² Dalam penelitian berjudul “Studi Komparatif Penjualan Luring Versus Penjualan Daring Pada Kerajinan Flanel di Kabupaten Tulungagung.” ini terdapat empat instrumen penelitian yang dibuat oleh peneliti, yaitu:

- a. Instrumen yang digunakan untuk mengukur promosi terdiri dari 5 item pernyataan.
- b. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variasi terdiri dari 5 item pernyataan.

⁵¹ Albi, Anggito, dkk. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak (JejakPublisher). 2018. hlm.146

⁵² Alfianika, Ninit. *Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Inndonesia*. Yogyakarta: Deepublish. 2018. Hlm.117

- c. Instrumen yang digunakan untuk mengukur kemasan produk terdiri dari 5 item pernyataan.
- d. Instrumen yang digunakan untuk mengukur penjualan luring terdiri dari 5 item pernyataan.
- e. Instrumen yang digunakan untuk mengukur penjualan daring terdiri dari 5 item pernyataan

Tabel 3.1

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Pernyataan
1	Promosi	<ul style="list-style-type: none"> a. Periklanan b. Promosi penjualan c. Penjualan personal 	Ferddy Rangkuti, <i>Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Marketing Communication,</i> (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama), 2009, hlm. 49

2	Variasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Bentuk b. Warna c. Harga 	<p>Nuryanti dan Rahman, Pengaruh Variasi dan Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian The Kotak Ultra Jaya, <i>Jurnal Strategic</i>. Vol.7. No.14, 2008.hlm. 32</p>
3	Kemasan Produk	<ul style="list-style-type: none"> a. Logo merek dagang b. Bahan c. Ukuran 	<p>I Wirya, <i>Kemasan yang Menjual, Menang Bersaing melalui Kemasan</i>, (Jakarta: PT Gramedia Utama, 1999). hlm.125</p>
4	Penjualan Luring	<ul style="list-style-type: none"> a. Pemasaran tatap muka b. Pemasaran melalui surat langsung 	<p>Nugroho Setiadia, <i>Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada</i></p>

		c. Pemasaran langsung melalui <i>event</i> atau pameran	<i>Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen,</i> (Jakarta:Prenada Media Group), 2018. hlm. 179
5	Penjualan Daring	a. Sistem penjualan <i>ready stock</i> b. Sistem penjualan <i>purchase order</i> c. Sistem <i>dropship</i>	Carolina Ratri, <i>Sukses Membangun Toko Online.</i> (Jogjakarta:CV Diandra Primamitra).hlm. 17

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dapat diartikan sebagai suatu alat yang digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama. Dalam penelitian ini sebelum angket

dan soal diujikan maka perlu diuji cobakan terlebih dahulu kepada responden, sehingga dapat mengetahui tingkat kevaliditasan dan reliabel sebuah butir soal tersebut, maka dapat diartikan sebagai berikut:⁵³

a. Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghazali dapat dipergunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah data dikatakan valid atau tidak apabila mampu mengukur apa yang diinginkan peneliti. Validitas instrumen yang benar apabila dapat mengungkapkan data variabel yang teliti dan tepat. Instrumen dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sedangkan $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka soal tersebut dikatakan tidak valid. Dalam hal ini untuk memudahkan peneliti mengetahui kevalidan suatu item angket dan soal yang sesuai dengan kriteria, maka peneliti menggunakan uji statistika dengan program *SPSS 22.0 for windows*.

Berikut langkah-langkah untuk menguji validitas dengan menggunakan SPSS 22.0 sebagai antara lain:

- 1) Buka program *SPSS 22.0 for windows*
- 2) Klik *Varibel View* pada SPSS data editor
- 3) Pada kolom *Name* ketik semua item soal dan skor total, pada *Decimals* ganti menjadi 0, pada *measure* ganti menjadi *scale*.
- 4) Klik *data view* dan masukkan semua datanya

⁵³ Darma, Dito Aditia. *Monograf*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia. 2019. hlm. 54-64

- 5) Klik *Analyze* kemudian pilih sub menu *Correlate*, lalu pilih *Bivariate*
- 6) Kemudian muncul kotak baru, dari *Bivariate Correlation* masukkan semua data item soal dan skor total yang ada pada kotak *Variables*. Pada bagian *Correlation Coefficient* centang *pearson*, sedangkan pada *Test Of Significance* pilih *Two Tailed*, centang pada *Flag Significant Correlations* lalu klik oke.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menurut Sugiyono merupakan tingkat besarnya suatu pengukur untuk mengukur stabil dan konsisten terhadap situasi apapun. Suatu kuesioner dikatakan handal atau *reliable*, jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pengujian reliabel dengan menggunakan program SPSS. Selain itu untuk memudahkan mengetahui tingkat reliabel tidaknya suatu butir pertanyaan instrumen penelitian, peneliti menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* dengan menggunakan program *SPSS 22.0 for windows*.

Berikut merupakan langkah-langkah untuk menguji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS 22.0 antara lain:

- 1) Buka program *SPSS 22.0 for windows*
- 2) Klik *Variabel View* pada SPSS data editor

- 3) Pada kolom *Name* ketik semua item soal dan skor total, pada *Decimals* ganti dengan angka 0, pada *measure* ganti menjadi *scale*.
- 4) Klik data *View* dan masukkan semua datanya.
- 5) Klik *Analyze > Scale > Reliabel Analysis*
- 6) Masukkan semua data item soal kecuali skor total pada kotak *items*, kemudian pada bagian model pilih *alpha*.
- 7) Klik *Statistics*, maka muncul kotak *Reliability Analysis Statistics*. Pada *Descriptives for* centang *Scale if Item Deletes*, lalu klik *Continue*
- 8) Klik *oke*

2. Uji Prasyarat

Uji prasyarat digunakan untuk mengetahui seberapa jauh analisis data untuk pengujian hipotesis bisa dilanjutkan atau tidak . berikut ini yang termasuk uji prasyarat:⁵⁴

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji prasyarat untuk melakukan tehnik analisis stastistik parametrik. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi yang menjadi syarat untuk menentukan jenis statistik yang digunakan dalam analisis selanjutnya.. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

⁵⁴ Hidayati, Tri, dkk. *Statistik Dasar Panduan Bagi Dosen Dan Mahasiswa*. Jawa Tengah: CV Pena Persada. 2019 .hlm.77-83

Untuk memudahkan mengetahui normal atau tidaknya suatu data yang diuji kenormalitasnya, maka berikut merupakan kriteria pada program SPSS 22.0:

- 1) Jika nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* $> 0,05$, maka data tersebut berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai *Symp.Sig. (2-tailed)* $< 0,05$, maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

Berikut langkah-langkah pengujian data hasil penelitian dengan menggunakan program SPSS 22.0 pada uji kolmogorov-Smirnov:

- 1) Buka program SPSS 22.0 *for windows*
- 2) Klik jendela *Variable View*, kemudian isi *Name* dengan variabel X sampai Y dan label diisi dengan keterangan masing-masing variabel X sampai Y, pada kolom *Type* baris klik *Numeric*. Kolom *Decimal* semua diganti 0. kolom *Measure* klik *scale*.
- 3) Klik *data view* dan masukkan nilai serta label sesuai dengan data
- 4) Klik *Analyze > Nonparametric Test > 1-Sample K-S*, masukkan variabel Y ke kotak *Dependent*, masukkan variabel X ke kotak *Independent*, klik *Save*, pada bagian *Residual* , cetang *Unstandardized*, klik *continue*.
- 5) Kemudian muncul kotak menu *one sample kolmogrov smirnow test*. Lalu masukkan semua variabel *Unstandardized*, pada

kolom *test varibel list*, pada *test distribution* klik normal, setelah itu klik oke.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas merupakan uji prasyarat yang digunakan untuk uji statistik inferensial. Uji ini dilakukan untuk mengetahui jenis data yang akan diuji mempunyai varians yang sama atau tidak. Adapun cara untuk mengetahui homogen atau tidaknya suatu sampel penelitian, maka peneliti menggunakan uji analisis varian satu arah (*one way ANOVA*). Analisis ini digunakan untuk mengukur sampel berpasangan.

Dimana satu sampel yang diberikan suatu perlakuan dan satu sampel tidak diberikan perlakuan. Untuk memudahkan mengetahui keputusan penelitian dalam SPSS, berikut ketentuan kriteria dalam pengujian homogenitas dengan taraf signifikan 0,05 antara lain:

- 1) Jika nilai signifikan atau *sig* > 0,05, maka H_0 diterima, maka kedua kelompok dari populasi yang homogen.
- 2) Jika nilai signifikan atau *sig* < 0,05, maka H_0 ditolak, maka kedua kelompok dari populasi yang tidak homogen.

Berikut merupakan langkah-langkah pengujian data hasil penelitian menggunakan program SPSS 22.0. pada uji analisis varian satu arah (*one way ANOVA*):

- 1) Buka program SPSS 22.0 *for windows*

- 2) Klik jendela *Variabel View*, kemudian isi *Name* baris pertama ketik “penjualan”, baris kedua sampai baris kelima isi dengan volume penjualan. Pada kolom *Decimal* semua ganti 0, pada, pada kolom *value* untuk *name* “penjualan” diisi dengan penjualan luring dan daring setelah itu klik *measure* untuk pilih *scale*.
- 3) Klik *Data View* dan masukkan nilai serta label sesuai dengan data
- 4) Klik *Analyze > Compare Means > One Way Anova*
- 5) Pada jendela *One Way Anova*, variabel penjualan pindahkan ke kolom *Factor* dan variabel volume penjualan ke *Dependent List*
- 6) Klik *Options* centang *Homogeneity of Variance Test*, kemudian klik *Continue* dan klik *Ok*.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini merupakan suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian, serta merupakan pernyataan yang paling spesifik. Peneliti bukannya bertahan dengan hipotesis yang telah disusun, melainkan mengumpulkan data untuk mendukung atau justru menolak hipotesis tersebut. Dengan kata lain, hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti yang kemudian akan diuji

kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan. Uji hipotesis ini meliputi sebagai berikut:⁵⁵

a. Uji *Independent Sample T-Test* (Uji T-Test Sampel Bebas)

Uji *independent sample t- test* digunakan untuk membandingkan rata-rata dari dua grup yang tidak berhubungan satu dengan yang lain, apakah kedua grup tersebut mempunyai rata-rata yang sama. Atau dengan kata apakah terdapat perbedaan rata-rata (*mean*) antara dua populasi dengan melihat rata-rata dua sampelnya. Untuk memudahkan mengetahui keputusan penelitian dalam uji independent sample t-test pada program SPSS 22.0, maka terdapat kriteria dalam menentukan pengujian hipotesis dengan taraf signifikan 0,05, antara lain sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis di tolak

Dalam uji independent sample t-test terdapat langkah-langkah pengujian data hasil penelitian dengan menggunakan SPSS 22.0 sebagai berikut:

- 1) Buka program SPSS 22.0 *for windows*
- 2) Klik jendela *Variabel View*, kemudian isi *Name* baris pertama ketik “penjualan”, baris kedua sampai baris kelima isi dengan volume penjualan. Pada kolom *Decimal* semua ganti 0, pada, pada kolom *value* untuk name “penjualan” diisi dengan

⁵⁵Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga. 2003. hlm.48

penjualan luring dan daring setelah itu klik *measure* untuk pilih *scale*.

- 3) Klik *Analyze > Compare Means > Independent sample t-test*
- 4) Pada jendela *One Way Anova*, variabel penjualan pindahkan ke kolom *Factor* dan variabel volume penjualan *Dependent List*. Selanjutnya masukkan angka 1 dan isi group 1 dan angka 2 pada group 2. Setelah itu klik *continue* dan lalu klik oke.