

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan menemui responden dengan tujuan memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang dicari. Adapun pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif ialah sebuah metode di dalam penelitian yang memuat gambar atau deskriptif suatu keadaan menggunakan angka, dimulai dari mengumpulkan data, penafsiran terhadap data, hingga hasil dari penafsiran data tersebut.

Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang datanya berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Pendekatan ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Umumnya teknik pengambilan sampel dilakukan secara random. Instrumen penelitian yang digunakan sebagai pengumpulan data, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di UD. Mie Putra Solo Banjarmasin yang beralamat di Jalan Ahmad Yani KM. 3,5 Komplek Beringin Gang V No. 38 Banjarmasin. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut yaitu karena adanya peningkatan penjualan yang terjadi. Adanya Facebook yang baru digunakan sebagai media pemasaran sejak 2018 oleh pabrik yang sudah berdiri sejak 1998

menjadikan peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti di lokasi tersebut. Selain itu, kualitas produknya juga sudah terjamin oleh para pelanggan yang merupakan penjual mie ayam di Banjamasin karena UD. Mie Putra Solo Banjarmasin terkenal dengan kualitas produknya yang bagus.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang terlibat secara langsung dalam penelitian ini, subjek dalam penelitian ini yaitu konsumen yang menjadi pelanggan di UD. Mie Putra Solo Banjarmasin paling lama sejak tahun 2018.

Objek dalam penelitian ini yaitu Facebook yang digunakan UD. Mie Putra Solo Banjarmasin sebagai sosial media *marketing*, kualitas produk, dan peningkatan penjualan produk.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, ataupun segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu (Indriantoro and Supomo 2018:113). Menurut Husein Umar, populasi adalah kumpulan elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya (Millah 2020:138). Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen di UD. Mie Putra Solo Banjarmasin yang berjumlah 40 orang, mereka menjadi pelanggan paling lama sejak tahun 2018, yaitu sejak digunakannya Facebook sebagai media sosial *marketing*.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Husein Umar, sampel adalah bagian dari populasi (Millah 2020:138).

Pada penelitian ini, penulis menggunakan sampel jenuh sebagai teknik pengambilan sampelnya. Teknik tersebut digunakan apabila jumlah suatu populasi relatif kecil, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan tingkat kesalahan yang sangat kecil, yaitu dengan mengambil sampel dari keseluruhan populasi yang merupakan konsumen di UD. Mie Putra Solo yang menjadi pelanggan paling lama sejak tahun 2018.

Karena jumlah konsumen atau pelanggan UD. Mie Putra Solo Banjarmasin paling lama sejak tahun 2018 berjumlah 40 orang, maka jumlah sampel yang diambil dari penelitian ini ialah keseluruhan dari populasi.

E. Data dan Sumber Data

1. Data

Data merupakan bahan yang diolah sehingga menghasilkan informasi dengan menggunakan kualitatif ataupun kuantitatif yang menunjukkan fakta. Data berupa fakta yang masih mentah, setelah mengalami proses dan diolah maka data tersebut menjadi informasi (Sawitri 2019:5).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti yang didapat dari sumber pertama atau tempat objek penelitian, meliputi persepsi responden terhadap variabel penelitian (Sunyoto 2011:141). Setelah data-data terkumpul, dilakukan analisis data dengan berbagai uji, tujuannya untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah. Data-data primer yang penulis himpun dalam penelitian ini meliputi:

1. Data tentang penggunaan Facebook sebagai media sosial *marketing*. Data tersebut meliputi angket yang berisi jawaban responden mengenai Facebook sebagai media *marketing*.
2. Data tentang kualitas produk meliputi jawaban responden dari angket yang diisi mengenai kualitas produk yang digunakan UD. Mie Putra Solo Banjarmasin.
3. Data tentang penjualan di UD. Mie Putra Solo Banjarmasin meliputi jawaban responden dari angket yang diisi mengenai volume penjualan, laba dan pertumbuhan perusahaan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah memiliki data tersebut. Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber untuk memperoleh data sekunder yaitu pemilik UD. Mie Putra Solo Banjarmasin. Data-data sekunder yang penulis kumpulkan meliputi:

1. Data tentang UD. Mie Putra Solo Banjarmasin, yaitu: Pemilik, sejarah, struktur organisasi, jenis usaha, dan perkembangan usaha.
2. Data tentang jumlah pelanggan tetap UD. Mie Putra Solo Banjarmasin paling lama sejak tahun 2018.

2. Sumber Data

- a. Responden yang ada dalam penelitian ini yaitu konsumen di UD. Mie Putra Solo Banjarmasin yang menjadi pelanggan paling lama sejak tahun 2018.
- b. Dokumentasi berupa seluruh dokumen yang berkaitan dengan penelitian, tujuannya untuk melengkapi data penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan harus “jujur”, kebenarannya harus dapat dipercaya. Teknik pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu melalui penyebaran angket yang disebarkan kepada pelanggan UD. Mie Putra Solo Banjarmasin yang berlangganan paling lama sejak tahun 2018

berjumlah 40 orang. Selain dengan cara penyebaran angket, peneliti juga melakukan studi dokumentasi untuk kelengkapan data penelitian. Data primer dikumpulkan dari angket yang diisi oleh responden, dan data sekunder dikumpulkan menggunakan teknik studi dokumentasi yang didapat dari pemilik UD. Mie Putra Solo Banjarmasin.

G. Skala Pengukuran Variabel

Desain pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert berguna untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang terhadap suatu objek atau fenomena tertentu. Dalam pengukuran skala likert terdapat lima opsi jawaban, yaitu sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) = diberi skor 5
- b. Setuju (S) = diberi skor 4
- c. Netral (N) = diberi skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) = diberi skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) = diberi skor 1

H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan hal yang penting sebagai langkah dalam penelitian. Cara pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket yang isinya berupa sejumlah pertanyaan tertulis mengenai Facebook (X1), kualitas produk (X2), dan Peningkatan Penjualan (Y). Adapun yang menjadi respondennya yaitu konsumen di UD. Mie Putra Solo Banjarmasin paling lama sejak tahun 2018. Kisi-kisi instrumen penelitian yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1 Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Facebook (X1) Chris Heuer (2010)	1. Konteks	<i>Likert</i>
	2. Komunikasi	
	3. Isi Konten Produk	
	4. Fungsi Berbagai Video dan Foto Produk	
Kualitas Produk (X2) Kotler dan Keller (2012)	1. Kinerja	<i>Likert</i>
	2. Keistimewaan	
	3. Keandalan	
	4. Kesesuaian	
	5. Daya Tahan	
	6. Daya Tarik	
	7. Ketepatan Kualitas	
Peningkatan Penjualan (Y) Philip Kotler (2012)	1. Volume Penjualan	<i>Likert</i>
	2. Laba	
	3. Pertumbuhan Perusahaan	

I. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner (Sunyoto 2011:173). Jika kuesioner mampu mengungkapkan

sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut, kuesioner dapat dikatakan valid. Dalam prakteknya, relasinya akan diuji pada setiap item dengan skor total variabel X dan Y. Sebaiknya sebuah item memiliki korelasi (r) dengan skor total masing-masing variabel $> 0,25$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang menjadi indikator dari variabel atau konstruk. Butir pada kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban dari seseorang terhadap kuesioner adalah konsisten (Sunyoto 2011:171). Uji reliabilitas menggunakan uji Alpha Cronbach. Apabila nilai alpha $> 0,7$, artinya reliabilitas mencukupi. Apabila nilai alpha $> 0,8$, ini mensugesti seluruh item reliabel dan seluruh tes konsisten secara internal karena adanya reliabilitas yang kuat. Jika nilai alpha rendah, kemungkinan ada satu atau beberapa item yang tidak reliabel. Dengan item analisis ini, item yang tidak reliabel dapat dibuang sehingga nilai alpha dapat lebih tinggi.

J. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal dalam model regresi. Model regresi yang baik memiliki distribusi yang normal (Jie and Pradana 2021:40). Metode yang digunakan dalam uji normalitas ialah kolmorov-

smirov. Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang dikumpulkan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang berfungsi untuk memastikan bahwa pada suatu model regresi terdapat interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas (Mustikasari 2020:28). Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebasnya. Jika terdapat korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebas, hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya terganggu.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi (Tunnufus and Wulandari 2019:34). Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik yang ada pada model regresi, dan model regresi harus harus terpenuhi syaratnya yaitu tidak ada heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui adanya korelasi antara korelasi residual pada periode t dengan periode sebelumnya ($t-1$) (Jie and Pradana 2021:23). Model regresi yang baik adalah model yang tidak terdapat gejala autokorelasi.

2. Analisis Regresi Berganda

Menurut Narimawati (2010), regresi berganda adalah suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tergantung dengan skala intervalnya (Gonibala, Masinambow, and Maramis 2019:60). Penelitian ini menggunakan persamaan regresi berganda dalam menganalisis pengaruh Facebook dan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan pada UD. Mie Putra Solo Banjarmasin. Tujuannya untuk mengetahui apakah arah hubungan antar variabel tersebut memiliki nilai positif atau negatif, dan apakah nilainya mengalami kenaikan ataupun penurunan. Analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Peningkatan Penjualan

a : Konstanta

β_1 : Koefisien Variabel Facebook

β_2 : Koefisien Variabel Kualitas Produk

X1 : Facebook

X2 : Kualitas Produk

e : error/Variabel Pengganggu.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Teknik ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Simamora and Situmeang 2018:77). Nilainya berada di rentang 0 sampai 1, jika mendekati 1 maka pengaruhnya besar.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji ini berguna untuk melihat apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikatnya (Lawu, Sitorus, and Andriani 2021:128). Yaitu apakah Facebook dan kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada derajat kesalahan 5% dalam artian ($\alpha = 0,05$). Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel bebas secara bersamaan dianggap berpengaruh terhadap variabel terikat.

c. Uji T (Uji Parsial)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat (Darma 2021:41). Cara pengujiannya yaitu dengan membandingkan antara nilai T_{hitung} pada masing-masing variabel bebas dengan membandingkan nilai T_{tabel} dengan derajat kesalahan 5%, dalam artian ($\alpha = 0,5$). Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

