

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. "Pengumpulan data menggunakan Instrumen, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis" yang telah ditetapkan Sugiyono (2016) jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan memperoleh data yang terbentuk angka ataupun data kuantitatif yang diangkakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh promosi konsumen dan media social *instagram* terhadap omzet penjualan makanan dan minuman.

#### **B. Obyek dan lokasi penelitian**

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh promosi konsumen dan media sosial *Instagram* terhadap omzet penjualan Kedai Sikok Lampung metro yang beralamatkan : Jl. A.H. Nasution No 43 Metro. Sedangkan waktu penelitian yang dijadwalkan hingga selesai hasil penelitian ini.

#### **C. Definisi Operasional variabel**

Variabel merupakan gejala atau peristiwa yang mengandung nilai. Menurut Sugiyono (2010: 58) menyatakan bahwa "operasional variabel adalah segala sesuatu yang terbentuk apa yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari sehingga diperoleh Informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya". Adapun variabel dalam penelitian ini dikelompokkan sebagai berikut:

##### **a. Variabel bebas (*Independent variable*)**

Variabel bebas adalah variabel yang mempunyai atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependent (terkait). Menurut Sugiyono (2010: 39) menyatakan bahwa variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain dan yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Promosi konsumen (X1) :

a) Definisi konseptual : promosi konsumen adalah upaya mendorong pembelian konsumen untuk membeli barang lebih besar, menciptakan pengujian produk antara konsumen satu dan konsumen lainnya Promosi konsumen terdapat 3 aspek yaitu Kemauan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif tentang kualitas pelayanan perusahaan kepada orang lain, Rekomendasi jasa perusahaan kepada orang lain, dan dorongan terhadap teman untuk melakukan pembelian terhadap jasa perusahaan.

b) Definisi operasional : promosi konsumen adalah upaya mendorong pembelian konsumen untuk membeli barang lebih besar, menciptakan pengujian produk antara konsumen satu dan konsumen lainnya. Diukur menggunakan skala likert. Melalui kuesioner yang diberikan kepada pelanggan kedai sate lampung serta terdapat 3 aspek dalam promosi konsumen yaitu Kemauan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif tentang kualitas pelayanan perusahaan kepada orang lain, Rekomendasi jasa perusahaan kepada orang lain, dan Dorongan terhadap teman untuk melakukan pembelian terhadap jasa perusahaan.

## 2) Media social instagram (X2)

a) Definisi konseptual: Media social adalah konten berisi Informasi dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan semua dan khalak umum yaitu Isi konten produk, Fungsi berbagai video dan foto produk, dan Mampu menekan biaya promosi produk agar produk barang & jasa mudah dikenal.

b) Definisi Operasional: media social adalah konten berisi Informasi dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan Interaksi dengan semua dan khalak umum yaitu Isi konten produk, Fungsi berbagai video dan foto [produk, dan Mampu menekan biaya promosi [produk agar produk barang & jasa mudah dikenal yang dapat diukur menggunakan

skala likert melalui kuesioner dan diberikan kepada pelanggan kedai sikok lampung.

**b. Variabel terkait (*Dependent variable*)**

Variabel terkait merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu :

- 1) Omzet penjualan (Y)
  - a) Definisi konseptual; Omzet penjualan merupakan keseluruhan jumlah pendapatan yang di dapat dari hasil pendapatan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Terdapat 2 aspek dalam omzet penjualannya itu harga jual dan produk.
  - b) Definisi operasional; Omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh. Untuk mengukur variabel omzet penjualan, dalam penelitian ini, digunakan skala likert dan diberikan kepada pelanggan kedai sikok lampung Terdapat 2 aspek dalam omzet penjualannya itu harga jual dan produk.

**Table 4 kisi-kisi instrument**

No	Variabel	Indikator	No Item
1	Promosi konsumen	1. Kemauan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif tentang kualitas pelayanan perusahaan kepada orang lain	1,2,3,4,5,6,7
		2. Rekomendasi jasa perusahaan kepada orang lain.	8,9,10,11,12,13,14
		3. Dorongan terhadap teman untuk melakukan pembelian terhadap jasa perusahaan.	15,16,17,18,19,20
2	Media sosial Instagram	1. Isi konten produk	1,2,3,4,5,6,7
		2. Fungsi berbagai video dan foto	8,9,10,11,12,13,14,15

		poduk	
		3. Mampu menekan biaya promosi produk agar mudah dikenal	16,17,18,19,20
3	Omzet penjualan	1. Harga	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
		2. Produk	11,12,13,14,15,16,17,18,19,20

---

(Widiyanasari,2021)

## 1. Populasi dan sampel

### a) Populasi

Menurut Sugiyono (2010: 61) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah *generalisasi* terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah yang membeli makanan di Kedai Sikok Lampung yang tidak diketahui jumlah populasinya.

### b) sampel

Sampel adalah Sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, pengambilan sampel menggunakan metode tertentu agar sampel mempersentasikan populasi. Menurut Prasetyo dan Lina (2010: 119) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang ingin diteliti. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah konsumen Kedai Sikok Lampung. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *Accidental Sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Sehingga dengan teknik ini penelitian mengambill responden pada konsumen yang saat itu berada di Kedai Sikok Lampung.

Dalam menentukan besarnya sample dalam penelitian ini, maka dapat digunakan rumus Lemeshow sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang dicari

Z = nilai table normal dengan alpha tertentu

P = focus kasus

d = alpha (0,05) atau 5% dari tingkat kepercayaan 95% yang umum dalam penelitian

Alasan menggunakan rumus tersebut adalah karena jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% (signifikansi 0,05), Z = 1,96 dan d = 5% (0,005). Maka jumlah penelitian sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2(1 - 0,5)}{0,005^2} \\ &= \frac{3,8416 \times 0,5}{0,000025} \\ &= 76,832 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh, maka jumlah sampel sebagai syarat penelitian ini adalah sebesar 76,832. Untuk lebih menambah akurasi data dalam penelitian ini maka penulis mengambil sampel sebesar 80 responden.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Jenis dari sumber data yang digunakan dalam peneliitian ini adlah data preimer dan data skunder.

##### **a) Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari penelitian dengan menggunakan instrument yang telah ditentukan. Data primer berasal dari kuesioner yang telah diisi oleh konsumen.

##### **b) Data skunder**

Data skunder adalah data yang diperoleh dari suatu Instansi atau organisasi tertentu. Data skunder digunakan dalam penelitian ini berasal dari Kedai Sikok Lampung mengenia hal-hal yang berlaitan tentang penelitian ini. Dalam penelitian ini metode pengunpulan data yang digunakan yaitu:

### a. *Library Research* (Kepustakaan)

Penelitian Pustaka adalah metode penelitian yang digunakan dalam mempelajari literatur-literatur dan tulisan-tulisan yang mempunyai kaitan erat dengan permasalahan yang diajukan dalam suatu penelitian.

### b. *Field Research* (Riset Lapangan)

Riset lapangan adalah metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang tidak memerlukan pengetahuan mendalam akan literatur yang digunakan dan kemampuan tertentu dari pihak peneliti.

## 1. Wawancara

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan wawancara dengan pihak-pihak dalam organisasi untuk memperoleh data yang berhubungan dengan materi pembahasan.

## 2. Pembagian Kuesioner

Pembagian kuesioner dilakukan dengan menyiapkan daftar pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian. Jenis pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner adalah *close ended question*, yaitu bentuk pertanyaan dengan beberapa alternative jawaban bagi responden. Konsumen bagi responden akan memilih jawaban yang tersedia dengan memberikan tanda silang pada jawaban yang dianggap sesuai. Setiap pertanyaan dalam kuesioner diberikan bobot dengan skala likert. Cara ini dilakukan dengan cara menghadapkan seseorang responden dengan beberapa pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban. Data yang berhasil dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya diberikan kode agar memudahkan perhitungan sebagai berikut:

**Tabel 5 Nilai dan Jawaban Kuesioner**

<b>Alternatif</b>	<b>Kategori</b>	<b>Keterangan</b>
A	Sangat Setuju (SS)	5
B	Setuju (S)	4
C	Kurang Setuju (KS)	3
D	Tidak Setuju (TS)	2
E	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3. *Corespondensi*

Menurut Matiji dan sumertajaya (2011), metode korespondensif adalah suatu ilmu yang mempelajari hubungan antara dua atau lebih perubahan kualitatif, yaitu dengan Teknik multivariat secara grafik yang digunakan untuk eksplorasi data dari sebuah tabel kontigensi.

### 4. **Observasi (Pegamatan)**

Observasi adalah Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan tentang keadaan yang ada dilapangan. Observasi memudahkan dalam memahami subyek dan obyek yang sedang diteliti.

## **E. Instrument Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis melakukan beberapa analisis data dan pengujian hipotesis, sebagai berikut :

Analisis secara kuantitatif adalah analisis yang digunakan dengan cara mengolah data yang berupa angka-angka kemudian di analisis dengan statistik. Penelitian ini menggunakan analisis dengan menggunakan program SPSS23.

### **a) Uji Validitas**

Gozali (dalam ahmad, 2014: 801) “uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya kuesioner dalam suatu penelitian. Suatu kuesioner dikatakan tidak valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Korelasi *product moment* dilakukan dengan bantuan SPSS versi 23.

Hasil dari perhitungan yang diperolehakan dibandingkan dengan angka kritis table korelasi pada taraf signifikan 0,05. Apabila hasil perhitungan korelasi *product moment* sama dengan atau lebih nilai R pada angka kritis, maka pertanyaan tersebut dikatakan tidak”valid.

Untuk semua indikator valid akan dianalisa dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{N\sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : koefisien korelasi

$x''$  : Skor Item

$y''$  : Skor Total

$n$  : Banyaknya Subjek

## b) Uji Reliabilitas

“Reliabilitas adalah Indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu dapat di andalkan. Reliabilitas dianggap reliabel bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  jika rumus yang digunakan adalah rumus *Cronbach Alpha Coefficient*”.

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left[ 1 - \frac{\sum \alpha_b^2}{\alpha_{bt^2}} \right]$$

(Sumber: Arikunto, 2010: 239)

Dimana :

$r_{11}$  : Reliabilitas Instrumen atau koefisien reabilitas

$k$  : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \alpha_b^2$  : Jumlah varians butir

$\alpha_{bt^2}$  : Varians total

## F. TEKNIK ANALISIS DATA

### a) Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel tersebut (Sugiyono 2016: 192).”Model regresi merupakan suatu model matematis yang dapat digunakan untuk mengetahui pola pengaruh antara

dua variable atau lebih". Persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen yang diprediksikan (Omzet Penjualan)

X<sub>1</sub> = Variabel independen (Promosi Konsumen)

X<sub>2</sub> = Variabel Independen (Media Sosial *Instagram*)

a = Konstanta( Nilai Y apabila X<sub>1</sub>X<sub>2</sub>X<sub>n</sub> = 0)

e = error

b<sub>1</sub>b<sub>2</sub>b<sub>n</sub> = Koefesien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

## b) Uji Normalitas

Merupakan teknik membangun persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran, agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat. Pengujian terhadap normalitas dapat dilakukan dengan uji chi-square goodness of fit

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{O_i - E_i}{E_i}$$

(Sumber: Arikunto, 2010: 239)

Dengan :

O<sub>i</sub> : Frekuensi observasi pada kelas atau interval i

E<sub>i</sub> : Frekuensi yang diharapkan pada kelas idasarkan pada distribusihi potesis, yaitu distribusi normal.

Kesimpulan mengenai distrlbusi dapat dilakukan dengan membandingkan nilai x<sup>2</sup>- statistik dengan x<sup>2</sup>- tabel. Jika nilai x<sup>2</sup> statistik lebih

kecil dari satu atau sama dengan  $\chi^2$ - tabel, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

### c) Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah kedua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan pada taraf 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan besar dari 0,05.

### d) Uji Homogenitas

Jika data sudah normal maka akan diuji apakah data tersebut homogen atau tidak. Uji yang digunakan adalah pengujian Homogenitas. Menurut Arikunto (2010: 364-365) "pengujian homogenitas adalah pengujian mengenai seragam tidaknya variansi sampel-sampel yang diambil dari populasi yang sama". Uji homogenitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji barlett. Teknis pengujian homogenitas menurut Budiyono (2013: 176) yaitu sebagai berikut :

#### 1) Hipotesis

$H_0$  : kedua populasi mempunyai variansi yang homogen.

$H_1$  : kedua populasi mempunyai variansi yang tidak homogen.

#### 2) Statistik Uji

$$\chi^2 = \frac{K}{c} \left( f \log RKG - \sum f_j \log S_j^2 \right)$$

Dengan :

K = banyaknya populasi = banyaknya sampel

$f$  =  $N - k = \sum_{j=1}^k f_j$  = derajat kebebasan untuk RKG

N = banyaknya seluruh nilai (ukuran)

$f_{j=n_j} - 1 =$  derajat kebebasan untuk  $s_{j^2:j} = 1, 2, \dots \dots k$

$N_j$  = banyaknya nilai (ukuran) sampel ke-j = ukuran sampel ke j

$$\text{RKG} = \frac{\sum SS_j}{\sum f_j}$$

$$SS_j = \sum X^2_j - \frac{(\sum x^1)^2}{n_j} = (n_j - 1)s^2_j$$

$$c = 1 + \frac{1}{3(k-1)} \left[ \sum \frac{1}{f_j} - \frac{1}{f} \right]$$

3) Taraf Signifikansi

$$\alpha = 0,05$$

4) Daerah Kritik

$DK = \{X^2 > X^2_{\alpha, k-1}\}$ , dengan k adalah banyaknya kelompok.

Dimana  $X^2_{\alpha, k-1}$  diperoleh dari tabel *chi square*.

5) Keputusan Uji

$H_0$  ditolak jika harga statistik uji berada di daerah kritik

6) Kesimpulan

a. Populasi- populasi homogen jika  $H_0$  diterima

b. Populasi- populasi tidak homogen jika  $H_0$  ditolak

#### e) Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui variabel x yang mana berpengaruh terhadap variabel dependent Y. Uji t menguji signifikan pengaruh variabel bebas (x) secara parsial terhadap variabel terkait (Y) yang dapat dihitung :

i. Uji T untuk variabel  $X_1$  terhadap Y

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\beta_1}{s_{\beta_1}}$$

Keterangan :

$\beta$  = Koefisien Regresi

$S_{\beta_1}$  = Simpanan Baku  $S_{\beta_1}$

ii. Uji T untuk variabel  $X_2$  terhadap Y

$$T_{\text{hitung}} = \frac{\beta_2}{s_{\beta_2}}$$

Keterangan :

$\beta$  = Koefisien Regresi

$s_{\beta_2}$  = Simpanan Baku  $S_{\beta_2}$  (Sumber. Sigit,2010)

#### f) Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel – variabel x secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tergantung [depenen]. Uji F membuktikan apakah terdapat minimal satu variabel Y, Uji tersebut dirumuskan dengan

$$F_h = \frac{R^2/K}{1-\frac{R^2}{n}-k-1}$$

Keterangan :

Y = Nilai pengamatan

$Y_1$  = Nilai Y yang ditaksir

$\bar{Y}_1$  = Nilai rata rata pengamatan

N = Jumlah sampel

K = jumlahvariabelindependent

#### g) $R^2$ Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas Sigit (2010). Nilai yang dapat mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi varias ivariabel dependen.

$$R^2 = \frac{JK_{\text{Regresi}}}{JK_{\text{total}}} = \frac{\sum_{i=1}^n [Y_1 - \bar{Y}]^2}{\sum_{i=1}^n [Y_1 - Y]^2}$$

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

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien Determinasi

$r$  = Koefisien Korelasi

(Sumber: Sigit, 2010)

#### H) Hipotesis Statistik

“Hipotesis Statistik merupakan dugaan atau pernyataan yang perlu diuji kebenarannya” Sugiyono (2016). Berdasarkan hal tersebut hipotesis penelitian ini adalah :

- a)  $H_0 = \beta_1 \leq 0$  : Promosi konsumen ( $X_1$ ) Tidak berpengaruh terhadap omzet penjualan pada kedai sikok lampung(Y)  
 $H_a : \beta_1 > 0$  : Promosi konsumen ( $X_1$ ) Berpengaruh terhadap omzet penjualan pada kedaisikoklampung(Y)
- b)  $H_0 = \beta_2 \leq 0$  : Media sosial *instagram*( $X_2$ ) Tidak Bepengaruh terhadap omzet penjualan pada kedai sikok lampung(Y)  
 $H_a = \beta_2 > 0$  : Media sosial *instagram* ( $X_2$ ) Berpengaruh terhadap omzet penjualan pada kedai sikok lampung(Y)
- c)  $H_0 = \beta_{12} \leq 0$  : Promosikonsumen ( $X_1$ ) dan Media sosial *instagram*( $X_2$ ) secara bersama – sama tidak berpengaruh terhadap omzet penjualan pada kedai sikok lampung(Y)  
 $H_a = \beta_{12} > 0$  : Promosi konsumen( $X_1$ ) dan Media sosial *instagram*( $X_2$ ) secara bersama – sama berpengaruh terhadap omzet penjualan pada kedai sikok lampung(Y).