

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian kuantitatif digunakan apabila masalah yang merupakan titik tolak penelitian sudah jelas. Dalam menyusun proposal penelitian, masalah harus ditunjukkan dengan data, baik data hasil penelitian sendiri maupun dokumentasi.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif *action research* (penelitian tindakan). Menurut Creswell dalam Yaumi dan Damopolii (2014) penelitian tindakan menekankan pada praktik sosial, bertujuan ke arah peningkatan, suatu proses siklus, diikuti penemuan yang sistematis, proses reflektif, bersifat partisipatif, dan ditentukan oleh pelaksana.

3.2 Jenis Data dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif yang didapatkan dari berbagai sumber baik secara kuesioner, wawancara langsung, maupun dari artikel-artikel dan jurnal-jurnal ilmiah yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.2.2 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2017), Pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.

Sumber data yang digunakan adalah data primer dari kuesioner kepada beberapa konsumen SHI-DA cabang Semarang. Data sekunder didapatkan dari jurnal-jurnal ilmiah yang terkait dengan penelitian ini.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017) Pengumpulan data dilihat dari cara atau teknik pengumpulannya maka dapat dilakukan dengan kuesioner, *interview* (wawancara), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.

Berikut metode - metode yang digunakan dalam pengumpulan data:

a. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila variabel yang hendak diukur sudah pasti.

Melalui kuesioner diharapkan. mengetahui adanya niat membeli dari calon pembeli dan pelanggan. Kuesioner berisi mengenai tanggapan pelanggan terhadap

produk yang dijual, metode pembayaran, pertanyaan mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang selama ini diterima, dan jenis promosi mana yang menarik bagi pembeli.

b. Wawancara

Menurut Sugiyono (2017) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit.

Wawancara dilakukan terhadap calon pembeli dan pelanggan serta ahli / pelaku bisnis di industri terkait. Adapun tujuan dari wawancara untuk mengumpulkan informasi pada analisis industri maupun analisis permintaan dan penawaran.

c. Observasi

Menurut Hadi dalam Sugiyono (2017) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis yang melibatkan proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek alam yang lain. Teknik ini digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini akan berhubungan secara langsung dengan sasaran pasar ataupun pengguna produk (konsumen) melalui penyebaran kuesioner dan wawancara sebagai data primer.

Penggalian data melalui studi pustaka mengenai industri terkait dilakukan sebagai data sekunder seperti data Badan Pusat Statistik.

Menurut Schmuck dalam Yaumi dan Damopolii (2014), penelitian tindakan dapat dibagi ke dalam dua bagian dari segi pengumpulan datanya, yaitu penelitian tindakan proaktif dan penelitian tindakan responsive. Penelitian tindakan proaktif adalah jenis penelitian yang pengumpulan data dan analisisnya dilakukan sebelum dilakukan tindakan. Penelitian tindakan responsif adalah jenis penelitian yang pengumpulan data dan analisisnya dilakukan setelah dilakukan tindakan sebelumnya. Dalam penelitian ini termasuk dalam penelitian tindakan responsif karena tindakan akan dilakukan terlebih dahulu baru dilakukan pengumpulan data untuk dianalisis dan akan dibandingkan dengan keadaan pada saat belum dilakukan tindakan sebelumnya.

Metode pengumpulan data yang dipakai pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang disebar pada konsumen SHI-DA Cabang Semarang yang menggunakan metode pembayaran digital pada transaksi yang dilakukan di SHI-DA Cabang Semarang.

3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah SHI-DA cabang Semarang. Lokasi ini dipilih dan dijadikan sebagai fokus penelitian di mana hasil penelitian tersebut dapat direplikasi untuk seluruh cabang SHI-DA di Indonesia dengan menggunakan variabel yang sama.

Setiap cabang di seluruh Indonesia memiliki standar penjualan yang sama sehingga penelitian yang dilakukan di salah satu cabang dapat dikatakan bisa mewakili dari seluruh cabang di Indonesia. Tentu akan perlu adanya penyesuaian untuk setiap cabang, namun secara garis besar hasil dari penelitian ini akan dapat mewakili seluruh cabang SHI-DA di seluruh Indonesia.

3.5 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen SHI-DA Indonesia.

Menurut Sugiyono (2017) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pemilihan sampel dapat dibagi menjadi dua yaitu teknik *probability sampling* dan *non probability sampling*. Pada penelitian ini akan menggunakan *teknik non probability sampling* yaitu dengan *purposive sampling*. Sugiyono (2017) mengatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang dipilih sudah disesuaikan dengan kriteria yang diperlukan dalam penelitian. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen dari SHI-DA Cabang Semarang.

Ada beberapa teori yang dapat digunakan untuk menentukan jumlah sampel, diantaranya yaitu teori yang dikemukakan oleh Roscoe (1982) dalam Sugiyono (2017) yaitu antara lain :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Berdasarkan teori tersebut maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 40 responden yang jumlahnya sudah memenuhi syarat minimal untuk dijadikan sampel yang layak dan cukup untuk digunakan dalam penelitian

3.6 Variabel Penelitian

Pada penelitian ini ada dua variabel penelitian yang digunakan, yaitu variabel bebas/independen dan variabel terikat/dependen. Variabel independen adalah variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel - variabel lain melainkan variabel yang memengaruhi variabel terikat / dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah biaya promosi yang dikeluarkan melalui Promo *Offline (On-site)* (X1), Pembayaran Digital (X2), Instagram (X3), Gofood/Grabfood (X4). Variabel terikat / dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah angka penjualan SHI-DA Cabang Semarang.

3.7 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah.

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Dalam penelitian ini menggunakan Statistik Inferensial. Menurut Sugiyono (2017)

statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi.

Metode analisis yang digunakan adalah berdasarkan penelitian tindakan (*action research*). Berdasarkan Model Kemmis dan Taggart dalam Yaumi dan Damopolii (2014), tahapan penelitian yang dilakukan yaitu dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan penyusunan hasil penelitian.

a) Perencanaan

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Peneliti memilih lokasi tempat akan diadakan penelitian
2. Peneliti membuat daftar aspek-aspek yang digunakan untuk menilai

b) Pelaksanaan

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Peneliti mengambil hasil rekap penjualan selama 1 bulan di lokasi yang outlet yang telah dipilih.
2. Peneliti membaca hasil penjualan.

c) Evaluasi

Pada tahap evaluasi , peneliti menganalisis dan mengolah data-data yang ada dari yang telah dikumpulkan dengan menggunakan metode regresi linear yang diolah menggunakan SPSS.

d) Penyusunan Hasil Penelitian

Pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan adalah menyusun dan melaporkan hasil-hasil penelitian.

Analisis data yang dilakukan untuk menjawab rumusan masalah yang pertama yaitu apakah aplikasi pembayaran digital (e-wallet) berpengaruh terhadap peningkatan kesadaran merek SHI-DA adalah dengan mengumpulkan kuesioner yang disebar ke konsumen di mana kemudian data yang terkumpul akan diolah menggunakan SPSS untuk mengetahui hasilnya sehingga dapat diketahui apakah pembayaran digital berpengaruh terhadap peningkatan kesadaran merek SHI-DA.

Analisis data yang dilakukan untuk menjawab rumusan masalah yang kedua yaitu apakah media pemasaran melalui aplikasi pembayaran digital berpengaruh terhadap peningkatan penjualan SHI-DA adalah dengan menggunakan data penjualan outlet SHI-DA per bulan yang dikumpulkan selama beberapa bulan. Dari data tersebut akan diolah dengan menggunakan SPSS untuk mengetahui apakah media pemasaran pembayaran digital berpengaruh terhadap peningkatan penjualan SHI-DA.

Analisis data yang dilakukan untuk menjawab rumusan masalah yang ketiga yaitu apakah media pemasaran melalui pemanfaatan Promo *Offline* (on-site) , Gofood/Grabfood, dan Instagram berpengaruh terhadap peningkatan penjualan SHI-DA ? adalah dengan mengumpulkan data penjualan SHI-DA per bulan selama periode tertentu dengan adanya variabel penelitian yaitu adanya biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan Promo *Offline* (on-site) , Gofood/Grabfood, dan iklan melalui instagram. Dari data penjualan tersebut akan diketahui bagaimana dampaknya masing-masing terhadap penjualan SHI-DA dan apakah berpengaruh terhadap peningkatan penjualan SHI-DA.

3.7.1 Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda yaitu suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Menurut Sugiyono (2017) persamaan analisis regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+\dots+b_nX_n$$

Keterangan :

Y : variabel terikat (*dependent*)

X (1,2,3,...) : variabel bebas (*independent*)

a : nilai konstanta

b (1,2,3,...) : nilai koefisien regresi

Pengujian regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan *software Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 25. Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan untuk melakukan pengujian regresi linear berganda :

1. Klik menu *analyze*.
2. Pilih submenu *regression*, klik *linear*.
3. *Box dependent* isikan: variabel terikat (Y).
4. *Box independent* isikan: variabel bebas (X) isikan X2,... untuk berganda.
5. Klik OK (muncul *output SPSS*).

3.7.2 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara parsial (uji-t) dan menyajikan secara simultan (uji-F). Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan dengan variabel-variabel bebas yaitu *Promo Offline (on-site)*, Pembayaran Digital, Instagram, Gofood/Grabfood.

Menurut Sugiyono (2017) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

3.7.2.1 Uji signifikansi (uji-t)

Pengujian dilakukan adalah pengujian parameter (uji korelasi) dengan menggunakan uji t-statistik. Hal ini membuktikan apakah terdapat pengaruh antara masing-masing variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Menurut Sugiyono (2017) menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

t = nilai koefisien korelasi dengan derajat bebas (dk) = n-k-1

n = jumlah sampel

Kemudian menggunakan model keputusan dengan menggunakan statistik uji t, dengan melihat asumsi sebagai berikut :

- Tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$
- Derajat kebebasan = $n-k-1$
- Dilihat dari hasil t tabel

Dari hasil hipotesis t hitung dibandingkan dengan ttabel dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika t hitung $>$ t tabel pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)
- Jika t hitung $<$ t tabel pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh)

Bila pada hasil pengujian statistik menunjukkan H_0 ditolak, berarti variabel-variabel independen *Promo Offline (on-site)*, Pembayaran Digital, Instagram, Gofood/Grabfood mempunyai pengaruh signifikan terhadap penjualan SHI-DA Cabang Semarang tetapi apabila H_0 diterima, berarti variabel-variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penjualan SHI-DA Cabang Semarang.

3.7.2.2 Uji Signifikansi Simultan (uji-F)

Uji statistik F adalah Uji F atau koefisien regresi secara bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2017) Uji F didefinisikan dengan rumus sebagai berikut :

$$F_n = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/n-k-1}$$

Keterangan :

F_n = Nilai uji f

r = Koefisien korelasi berganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Kriteria uji sebagai berikut:

- Jika F hitung $>$ F tabel pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)
- Jika F hitung $<$ F tabel pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh)

Dalam uji F tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,95 atau 95% dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Kriteria yang dipakai sebagai berikut :

- H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$
- H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Apabila H_0 diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dinyatakan tidak signifikan, dan sebaliknya apabila H_0 ditolak menunjukkan bahwa adanya

pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dinyatakan signifikan.

