

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif (*ex-post-facto*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mencari, mempelajari, atau menguji hubungan sebab-akibat yang mungkin terjadi diantara dua variabel atau lebih. Melalui pengamatan sebagian dari akibat-akibat yang ada dan mempelajari faktor-faktor yang menjadi penyebabnya. Pengujian ada atau tidaknya pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya dilakukan dengan uji perbedaan secara statistika, dengan catatan untuk mengambil kesimpulan tentang adanya hubungan sebab-akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya.¹

Berdasarkan hubungan antar variabel (eksplanasi), jenis penelitian ini adalah asosiatif yaitu bermaksud untuk mengetahui dan mengidentifikasi antara dua variabel atau lebih.²

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk meneliti sebuah populasi atau sampel. Metode pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak dan analisis datanya bersifat kuantitatif (statistik) dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³ Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melakukan pengolahan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pengusaha Tenun Ikat di Desa Troso dengan hasil penyajian dalam bentuk angka dan interpretasinya.

B. Setting Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana suatu penelitian dilakukan. Adapun lokasi penelitian yang digunakan

¹ H.Djaali, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*”, (PT Bumi Aksara: Jakarta, 2020). 5

² Shofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Prenadamedia Group: Jakarta, 2014). 4-5

³ Nurlina T. Muhyidin dkk, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial Teori Kosep dan Rencana Proposal.*, 27

untuk mendapatkan data-data atau sumber informasi yaitu di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian adalah jangka waktu yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian. Waktu penelitian ini yaitu pada bulan November sampai Desember 2022.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

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.⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik usaha Tenun Ikat yang ada di desa Troso Pecangaan Jepara dengan jumlah 437 pengrajin tenun berdasarkan data dari Kepala Desa Troso.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian populasi yang dipilih dengan teknik tertentu untuk mewakili populasi. Kata dipilih disini mengandung pengertian digunakan teknik dan prosedur yang tepat dalam proses pemilihan anggota sampel. Proses pemilihan sampel disebut teknik sampling.⁵ Dalam penelitian ini menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan peneliti.⁶

Pengambilan sampel pada penelitian ini berdasarkan populasi jumlah pemilik usaha Tenun Ikat di desa Troso Pecangaan Jepara ditentukan dengan menggunakan pendekatan rumus Slovin, adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Penjelasan:

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

⁴ Sugiyono, "Statistika Untuk Penelitian", (Alfabeta: Bandung, 2016). 61

⁵ Sudjarwo dan Basrowi, *Manajemen Penelitian Sosial*, (Mandar Maju: Bandung, 2009). 254

⁶ Sudjarwo dan Basrowi, *Manajemen Penelitian Sosial*. 271

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 0,1 atau 10%

Jika angka-angka tersebut dimasukkan ke dalam rumus maka dapat mewakili sampel yang ada dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{437}{1 + 437(0,1)^2}$$

$$n = \frac{437}{1 + 4,37}$$

$$n = \frac{437}{5,37}$$

$$n = 81,37$$

Hasil dari perhitungan sampel yang berjumlah 81 ini akan dipilih menjadi bagian dari sampel penelitian yang mewakili jumlah populasi untuk mendapatkan tugas mengisi kuesioner.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman agar sebuah penelitian dapat berjalan secara terstruktur dan jelas. Desain ini mengikuti pola yang digambarkan/ditulis pada rumusan masalah serta hipotesis yang akan dilakukan pengujian.⁷ Adapun desain dari penelitian ini adalah:

a. Variabel bebas (*Independent*)

Yaitu variabel yang keberadaannya tidak dipengaruhi dan tidak tergantung kepada variabel lain atau variabel yang berdiri sendiri. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1), Inovasi Produk (X2), dan Media Sosial (X3).

b. Variabel terikat (*Dependent*)

Yaitu suatu variabel terikat, tidak bebas atau dengan kata lain variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau

⁷ Albert Kurniawan, *Metodologi Riset Untuk Ekonomi & Bisnis*, (Alfabeta: Bandung, 2014). 67

variabel lain.⁸ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja Pemasaran (Y)

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional menjelaskan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara tepat terhadap suatu objek atau fenomena. Mendefinisikan variabel secara operasional adalah menggambarkan atau mendeskripsikan variabel penelitian sedemikian rupa, sehingga variabel tersebut bersifat spesifik (tidak berinterpretasi ganda) dan lebih terukur.⁹ Definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	skala
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. ¹⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Performansi (<i>performance</i>) 2. Features 3. Keandalan (<i>reliability</i>) 4. Konformans (<i>conformance</i>) 5. Durabilitas (<i>durability</i>) 6. Kemampuan pelayanan (<i>serviceability</i>) 7. Estetika (<i>aesthetics</i>) 8. Kualitas yang dirasakan (<i>perceived quality</i>)¹¹ 	<i>Likert</i>
Inovasi Produk	Inovasi produk dapat berasal dari	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penemuan 2. Pengembangan 	<i>Likert</i>

⁸ Maman Sulaiman, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Oriентация Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Tahu di Sentra Tahu Kota Banjar), Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi, Vol 2 No 1 (2018). 159

⁹ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*,.122

¹⁰ Philip Kolter dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-12. 173

¹¹ Husein Umar, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*,. 37-38

(X2)	perbaikan maupun perubahan terhadap produk yang telah ada sebelumnya atau bisa juga melalui produk yang benar-benar baru dan lain dari sebelumnya. ¹²	3. Duplikasi 4. Sintesis ¹³	
Media Sosial (X3)	Media sosial adalah sebuah media online, dimana pengguna dapat dengan mudah berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan isi yang meliputi blog, forum, jejaring sosial, wiki, dan dunia virtual. ¹⁴	1. Komunitas Online (<i>online communities</i>) 2. Interaksi (<i>interaction</i>) 3. Berbagi Konten (<i>sharing of content</i>) 4. Aksesibilitas (<i>accessibility</i>) 5. Kredibilitas (<i>credibility</i>) ¹⁵	Likert
Kinerja Pemasaran (Y)	kinerja pemasaran adalah sebuah prestasi (<i>achievement</i>) yang dihasilkan oleh dampak dari berbagai peran yang berfungsi dalam sebuah organisasi. ¹⁶	1. Nilai Penjualan 2. Pertumbuhan Penjualan 3. Pertumbuhan Pasar 4. Profitabilitas ¹⁷	Likert

¹² Tengku Firli Musfar, *Manajemen Produk dan Merek*. 76

¹³ Yosi Fadhilah dkk, “*Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening pada UKM di Kota Jambi*”. 4-5

¹⁴ Dhiraj Kelly Sawlani, *Digital Marketing: Brand Image*., 28

¹⁵ Salmiah dkk, *Online Marketing*, (Yayasan Kita Menulis, Medan, 2020). 4

¹⁶ Anugrah Lutfi dan Firmansyah, “*Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Berdasarkan Orientasi Kewirausahaan, Pengetahuan Pemasaran dan Keadaan Lingkungan*”, *Jurnal Bisnis Manajemen dan Informatika*, No 2 Vol 18, (2021). 90

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur sasaran ukurnya. Uji validitas dimaksudkan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang disusun benar-benar telah dapat mengukur apa yang perlu diukur. Pada dasarnya, Uji ini dimaksudkan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner dan untuk mengukur sah atau tidaknya pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam penelitian.¹⁸

Uji validitas adalah mengukur koefisien korelasi antara skor total pada variabelnya. Untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05, yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item.¹⁹ Metode uji validitas yang sering digunakan adalah *Korelasi Pearson*, yaitu metode yang dilakukan dengan cara mengorelasikan skor item dengan total item skornya. Total skor merupakan jumlah seluruh item pertanyaan yang ada pada suatu variabel. Kriteria pengujian validitas adalah:²⁰

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan signifikan (signifikansi 0,05).
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak signifikan (signifikansi 0,05).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas memiliki sifat dapat dipercaya, yaitu suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila digunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau peneliti yang lain tetap memberikan hasil yang sama. Reliabilitas mengandung makna stabilitas (tidak berubah-ubah), konsisten dan dependabilitas (dapat diandalkan).²¹ Metode untuk menghitung nilai koefisien

¹⁷ Asnawati dan Herning Indriastuti, *Analisis Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran*, 18

¹⁸ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*, (Guepedia). 7

¹⁹ Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*, (Gramedia: Jakarta, 2019). 58

²⁰ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*, (Budi Utama: Yogyakarta, 2020). 88

²¹ Sudjarwo dan Basrowi, *Manajemen Penelitian Sosial*. 242

reliabilitas konsistensi antar item dapat menggunakan *Cronbach Alpha*, rumus K-R 21, atau formula Mosier.²²

Dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* yang biasanya digunakan untuk data penelitian dan kuesioner. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Jika nilai *alpha* < 0.60 maka dikatakan tidak reliabel.²³

F. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji persyaratan yang digunakan untuk uji regresi dengan metode estimasi *Ordinal Least Squares* (OLS). Uji asumsi klasik yang hasilnya memenuhi asumsi maka akan memberikan hasil *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Sebaliknya, apabila uji asumsi tidak memenuhi kriteria asumsi, maka model regresi yang diuji akan memberikan makna bias dan menjadi sulit untuk diinterpretasikan.²⁴ Model tersebut harus memenuhi asumsi klasik regresi, untuk itu maka akan dilakukan uji sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, grafik normal *P-Plot*, *Skewness* dan *Kurtosis* atau uji *Kolmogorov Smirnov*. Untuk mendeteksi normalitas data dapat juga dengan uji *Kolmogorov Smirnov* dilihat dari nilai residual. Dikatakan normal apabila nilai residual yang dihasilkan diatas nilai signifikansi yang ditetapkan. Uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya.²⁵ Kriteria keputusan dalam uji normalitas adalah jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal. Sedangkan jika nilai

²² Nurlina T. Muhyiddin dkk, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial Teori, Konsep dan Rencana Proposal*, 102

²³ Billy Nugraha, *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*, (Pradina Pustaka Grup: Sukoharjo, 2022). 51

²⁴ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Budi Utama: Yogyakarta, 2020). 137

²⁵ Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*, (Jakad Publishing: Surabaya, 2019). 49

signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.²⁶

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah korelasi tinggi yang terjadi antara variabel bebas satu dengan variabel bebas lainnya. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi atau tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel independen. Nilai *Tolerance* (TOL) > 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factory* (VIF) < 10 maka dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.²⁷

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan-pengamatan lainnya. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *Scatter Plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (*Standardized Predicted Value*) atau nilai prediksi dengan SRESID (*Studentized Residual*) atau nilai residualnya. Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya, melebar kemudian menyempit.²⁸

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner atau sering disebut angket dan kajian studi pustaka yang diperoleh melalui buku-buku, dokumen, dan lainnya. Metode kuesioner atau angket yaitu teknik mengumpulkan informasi dengan memberikan beberapa pertanyaan atau menjawab pertanyaan yang dirasa tepat dengan fokus dari penelitian.²⁹ Metode penelitian ini menggunakan skala *likert*. Melalui skala *likert*, indikator tiap

²⁶ Timotius Febry dan Toefilus, *SPSS Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis*, (Media Sains Indonesia: Bandung, 2020). 43

²⁷ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, 139

²⁸ Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*, 60

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Alfabeta: Bandung, 2004). 135

variabel dijadikan sebagai item instrument pertanyaan yang akan dijawab oleh responden.

Tabel 3.2 Skala Likert

Simbol	Kriteria	Poin
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
S	Setuju	3
SS	Sangat Setuju	4

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan atau tidak dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.³⁰ Pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk (X1), Inovasi Produk (X2) dan Media Sosial (X3) terhadap Kinerja Pemasaran (Y). Adapun rumus persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = Kinerja Pemasaran

A = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi untuk kualitas produk

b₂ = koefisien regresi untuk inovasi produk

b₃ = koefisien regresi untuk media sosial

X₁ = variabel Kualitas Produk

X₂ = variabel Inovasi Produk

X₃ = variabel Media Sosial³¹

2. Analisis Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) atau R *Square* digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen.

³⁰ Zulaika Matondang dan Hamni Fadilah Nasution, *Praktik Analisis Data Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews & SPSS*, (Merdeka Kreasi Group: Medan, 2021). 16

³¹ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen.*, 140

Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah kisaran antara 0-1. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Apabila koefisien determinasi (R^2) sama dengan 0, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika besarnya koefisien determinasi (R^2) mendekati angka 1, maka variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen.³² Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase variasi nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang digasikan. Misalnya nilai R^2 pada suatu persamaan regresi yang menunjukkan hubungan pengaruh variabel dependen dan variabel independen dari hasil perhitungan tertentu.³³

3. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji-F)

Uji simultan adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} . Adapun kriteria pengujian uji simultan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak (H_a diterima), sehingga memiliki makna bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima (H_a tidak diterima), sehingga memiliki makna bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.³⁴
 Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima
 Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

4. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji-t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0

³² I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, 101

³³ Algifari, *Analisis Regresi Teori, Kasus dan Solusi*, (BPFE Yogyakarta: Yogyakarta). 45

³⁴ Mochammad Ilyas Junjuran dan Ajeng Tita Nawangsari, *Pengolahan Data Statistik dengan Menggunakan Eviews dalam Penelitian Bisnis*, (Insan Cendekia Mandiri: Sumatra, 2021). 6

ditolak atau H_a diterima pada hipotesis yang telah dirumuskan. Pengujian uji t telah dilakukan maka hasil pengujian tersebut t hitung dibandingkan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
 - b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima.³⁵
- Atau berdasarkan signifikansi:³⁶
- a. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak
 - b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima



³⁵ Bambang Sudaryana dan H.R. Ricky Agusiady, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Budi Utama: Yogyakarta, 2022). 281

³⁶ I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Anak Hebat Indonesia: Yogyakarta, 2020). 101