

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Objek Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian korelasional. Penelitian korelasional (*corellational research*) adalah penelitian yang akan menguji keterkaitan antar variabel baik dalam bentuk hubungan maupun pengaruh, Siti Nurhayati (2012:8). Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel dependen (X1,X2.X3) dan variabel independen (Y), yaitu X1= promosi penjualan *online*, X2= harga, X3= kualitas pelayanan dan Y= keputusan pembelian *online*.

Objek penelitian ini dilakukan pada konsumen yang membeli secara *online* Brownies Full Chocolate Daily Fresh Homemade DAY di Batang.

3.2. Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel dependen (Y) keputusan pembelian. Variabel promosi penjualan online (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) digunakan sebagai variabel independen (X). Penjelasan operasional variabel penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel Terikat (dependent variable)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian secara *online* (Y). Tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.

Indikator keputusan pembelian secara *online* dalam penelitian ini meliputi:

1. Kebutuhan terhadap produk
2. Kemenarikan postingan di media sosial
3. Kepercayaan

2. Variabel Tidak Terikat (independent variable)

a. Promosi penjualan *online* (X1)

Promosi adalah cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung tentang produk yang dijual melalui media online untuk meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk.

Indikator promosi penjualan *online* dalam penelitian ini meliputi :

1. Kemenarikan posting messages
 2. Iklan di Sosial Media
 3. Postingan Up To Date
- b. Harga (X2)

Harga merupakan salah satu unsur yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya.

Indikator harga dalam penelitian ini meliputi :

1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
2. Discount harga pada setiap transaksi tertentu
3. Harga sesuai dengan daya beli masyarakat

c. Kualitas Pelayanan (X3)

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Indikator kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi :

1. Penjual cepat dalam merespon kebutuhan atau permintaan pelanggan
2. Penjual bersikap sopan dan ramah dalam melayani pelanggan
3. Penjual melayani dengan tepat sesuai dengan waktu yang dijanjikan

3.3. Metode Penarikan Sampel

Dalam metode pengumpulan data yang akan penulis gunakan yaitu metode sampling dengan tindakan mencatat sebagian kecil dari populasi dengan memilih beberapa elemen sebagai contoh atau sampel.

a. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Umar, 2005:77). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen/pembeli aktif melalui internet dan mengetahui usaha atau produk Brownies Full Chocolate Daily Fresh Homemade DAY selama bulan Januari 2018 – Juni 2018 yang berjumlah 1303 pembeli.

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang mempunyai karakteristik tertentu (Umar, 2005:77). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen/pembeli aktif melalui internet dan mengetahui usaha atau produk Brownies Full Chocolate Daily Fresh Homemade DAY selama bulan Januari 2018 – Juni 2018.

Sedangkan metode pengambilan sampelnya menggunakan metode Slovin (Umar,2005:78) :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi = 1303

e = kesalahan dalam pengambilan sampel, misalnya 10%

Penghitungan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1303}{1 + 1303(0.1)^2}$$

$$n = 92.872$$

Berdasarkan perhitungan, maka diperoleh sampel sebanyak 92,872 dan dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden ($n = 100$).

3.4. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

3.4.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti yang didapatkan dari responden pada objek penelitian.

3.4.2. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dengan menggunakan metode wawancara dan kuesionare untuk memperoleh data tentang karakteristik responden dan data tentang sikap responden terhadap variabel keputusan pembelian *online* Brownies Full Chocolate Daily Fresh Homemade DAY. Adapun pengertian tentang metode wawancara dan kuesioner adalah :

a. Kuesioner

Kuisisioner adalah teknik mengumpulkan data dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden. Pertanyaan yang diajukan terkait dengan promosi penjualan *online*, harga dan kualitas pelayanan.

Nilai skala likert kuisisioner yang diguynakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. sangat setuju : 5
- b. setuju : 4

- c. tidak berpendapat : 3
- d. tidak setuju : 2
- e. sangat tidak setuju : 1

b. Observasi atau Pengamatan

Adalah metode pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung kegiatan pelayanan kepada konsumen dan aktivitas responden dalam mengisi daftar isian.

3.4.3. Metode Analisa Data

3.4.3.1. Pengujian Instrumen

1. Pengujian Validitas

Menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur konstruk yang akan diukur. Pengujian homogenitas dilakukan untuk menguji validitas. Untuk pertanyaan yang digunakan untuk mengukur suatu variabel, skor masing-masing item dikorelasikan dengan total skor item dalam satu variabel. Jika skor item tersebut berkorelasi positif dengan total skor item dan lebih tinggi dari inter korelasi antar item, maka menunjukkan kevalidan dan instrument tersebut. (Imam Ghozali, 2001 : 140)

Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi item dengan total pertanyaan

n = jumlah responden

X = skor pertanyaan

Y = skor total sampel

kriteria pengujian

Jika hasil r hitung > r tabel, maka data dinyatakan valid

Jika hasil r hitung < r tabel, maka data dinyatakan tidak valid

2. Pengujian Reliabilitas

Dilakukan untuk mengukur konsistensi konstruk atau variabel penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha > 0,6 (Imam Ghazali, 2001 : 140).

Pada umumnya rumus untuk perkiraan keandalan cronbach alpha sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{[k(k - 1)][1 - (\sum X_{ii})]}{(\sum X_{ii} + \sum X_{ii})}$$

Kriteria pengujian

Jika Cronbach Alpha > 0,6 maka data dinyatakan reliabel.

Jika Cronbach Alpha < 0,6 maka data dinyatakan tidak reliable.

3.4.3.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui normalitas data, karena dalam penelitian yang menggunakan jumlah sampel sedikit maka data harus memiliki distribusi normal agar dalam pengujian statistik menjadi valid. Untuk mendeteksi normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan atau melihat Grafik Normal Plot atau dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov.

Adapun kriteria pengujiannya adalah : (Imam Ghozali, 2001: 52)

- a. Jika titik-titik penyebaran residual berada disekitar garis diagonal maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai Kolmogorov-smirnov $Z < Z$ -tabel atau nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> \alpha$ maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varians dari kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua variabel bebas, (Imam Ghozali, 2001 : 54)

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat grafik park gleyser. Dengan menggunakan metode ini gejala heteroskedastisitas akan ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing variabel indepen terhadap nilai absolute residual 'e' lebih besar ($>$) dari nilai alphanya (0.05) maka dapat dikatakan data tersebut tidak mengandung unsur heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan pengujian untuk mengetahui adanya hubungan linier yang “sempurna” atau pasti diantara beberapa atau semua variabel independen yang menjelaskan model regresi, (Imam Ghozali, 2001 : 57).

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Deteksi adanya multikolinearitas :

- a. Besaran VIF (Variance Inflation Factor) dan Tolerance Model Regression yang bebas multikolinearitas adalah :
 1. Mempunyai nilai $VIF < 10$
 2. Mempunyai angka *tolerance* $> 0,1$

3.4.3.3. Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu : promosi *online*(X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan(X3). Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut (Ghozali, 2013) :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

Y = variabel dependen (keputusan pembelian *online*)

a = konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien beta

X1 = promosi *online*

X2 = Harga

X3 = Kualitas pelayanan

e = error / variabel pengganggu

3.4.3.4. Pengujian Hipotesis

1. Uji F (Uji secara simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, Ghozali (2013:98).

2. Uji t (pengujian secara parsial / sendiri-sendiri)

Uji t ini digunakan untuk membuktikan pengaruh yang signifikansi antara variabel independen terhadap variabel dependen, dimana apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel menunjukkan diterimanya hipotesis yang diajukan (Ghozali, 2013:99). Nilai t hitung dapat dilihat pada hasil regresi dan nilai t tabel didapat melalui $\alpha = 0,05$ dengan $df = n-k$

Kesimpulan :

1. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara simultan.
2. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya ada pengaruh secara simultan.

3. Beta Regresi (β)

Untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel Y (dependen) dapat dilakukan dengan cara membandingkan hasil yang diperoleh dari masing – masing koefisien regresi (β) promosi penjualan *online*, harga dan kualitas pelayanan.

4. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, Ghozali (2013:97). Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen membartikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk data silang (crosssection) relatif rendah karenaadanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu (timeseries) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi tinggi.

Rumus determinasi yaitu sebagai berikut :

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

Dimana :

R² = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

BAB IV

GAMBARAN UMUM DAILY FRESH HOMEMADE DAY

4.1. Profil Perusahaan

Daily Fresh Homemade DAY adalah suatu usaha yang bergerak dalam bidang usaha dagang kuliner bakery. Daily Fresh Homemade DAY merupakan unit bisnis yang menggunakan internet dalam pemasarannya. Internet membantu Brownies Full Chocolate Daily Fresh Homemade DAY untuk mengenalkan dan memasarkan produknya kepada masyarakat karena mampu menerobos segala segmen dengan biaya yang lebih murah dan cepat. Daily Fresh Homemade DAY berlokasi di Jalan Pangeran Diponegoro No 30 RT 005/RW 003 Gendingan Proyonanggan Tengah Batang. Daily Fresh Homemade DAY ini berdiri sejak tanggal 26 Juli 2017. Diawali dari usaha coba-coba secara *online*, kemudian olahan Brownies Full Chocolate difoto dan *diupload* menggunakan *Black Berry Massanger (BBM)* ternyata setelah dicoba dalam waktu satu minggu banyak konsumen yang membeli.

4.2. Visi dan Misi Daily Fresh Homemade DAY

4.2.1. Visi

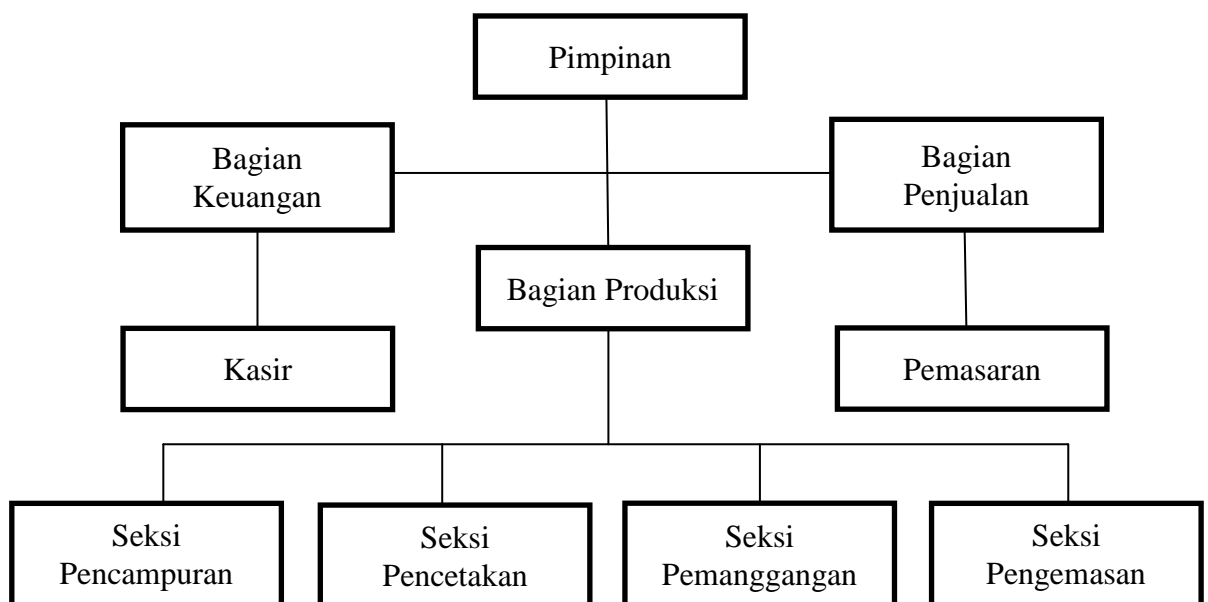
Menyediakan produk roti yang berkualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau serta memberikan pelayanan terhadap konsumen yang memuaskan.

4.2.2. Misi

Menjadikan Daily Fresh Homemade DAY menjadi pilihan utama para masyarakat sebagai penjual roti secara *online* yang menyediakan produk roti yang disukai dan diminati oleh banyak kalangan masyarakat.

4.3. Struktur Organisasi Daily Fresh Homemade DAY

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Daily Fresh Homemade DAY



Adapun uraian tugas dan tanggung jawabnya adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan

- a. Memimpin perusahaan.
- b. Menetapkan perencanaan.
- c. Memberi wewenang kepada bawahannya untuk melakukan tugasnya sesuai dengan bagiannya.

- d. Mengawasi jalannya kegiatan perusahaan.

2. Bagian Keuangan

- a. Melakukan pembukuan dan menyusun laporan keuangan.
- b. Mengatur dan mengawasi pengeluaran perusahaan.

3. Kasir

- a. Menangani keluar masuknya keuangan.
- b. Mempertanggungjawabkan tugas kepada Kepala Bagian Keuangan.

4. Bagian Produksi

- a. Mengawasi jalannya kegiatan produksi.
- b. Mengendalikan tingkat error pada produk yang disebabkan oleh proses produksi yang menyimpang.

5. Seksi Pencampuran

- a. Mempersiapkan peralatan untuk membuat roti dan bahan yang diperlukan untuk membuat roti.
- b. Mencampur bahan-bahan yang sudah dipersiapkan.
- c. Mempertanggungjawabkan tugas kepada Kepala Bagian Produksi.

6. Seksi Pencetakan

Seksi pencetakan bertugas menimbang dan membentuk adonan sesuai dengan berat dan ukuran yang sudah ditentukan.

7. Seksi Pemanggangan

Seksi pemanggangan bertanggung jawab atas proses pemanggangan roti.

8. Seksi Pengemasan

- a. Mengemas produk yang telah jadi.

- b. Memilah dan memperbaiki pengemas yang rusak.
- c. Memberi label kadaluarsa pada produk plastik.

9. Bagian Penjualan

Bertanggung jawab atas segala kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran barang dagangan dan penjualan barang dagangan.

10. Pemasaran

Melakukan promosi secara *online* di seluruh media sosial.