

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian untuk mengetahui solusi dari permasalahan yang akan dibuktikan secara subjektif. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian ini adalah para pelaku usaha hantaran pernikahan di Kota Tasikmalaya. Penelitian ini akan dilakukan dengan mengambil data secara langsung kelapangan kepada pelaku usaha hantaran pernikahan tersebut.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara untuk dapat memahami suatu objek penelitian sesuai dengan urutan-urutan bagaimana penelitian dilakukan, yang meliputi teknik dan prosedur yang digunakan dalam menguji hipotesis penelitian. Menurut Sugiyono (2017:2) metode penelitian adalah cara yang tersusun secara sistematis yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu dan mendapatkan pemecahan terhadap segala permasalahan yang diajukan misalnya untuk menguji hipotesis dengan menggunakan teknis serta alat analisis tertentu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu apabila data telah terkumpul selanjutnya akan diklasifikasikan menjadi dua kelompok data, yaitu data kuantitatif yang berbentuk angka dan data kualitatif yang dinyatakan dalam kata-kata. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Salah satu teknis analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif

adalah statistik deskriptif, dimana statistik digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2018:226). Berdasarkan pendapat tersebut, metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif kuantitatif. Data penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil pengisian angket/kusisioner oleh para pelaku usaha hantaran pernikahan di Kota Tasikmalaya.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2018:55) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dibedakan menjadi:

1. Variable Independen (Variabel Bebas)

Variabel bebas sering disebut variabel *stimulus, predictor, antecedent*.

Menurut Sugiyono (2013) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen (terikat). variabel ini dinyatakan dalam tanda X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Pemasaran digital (X_1), Inovasi Produk (X_2), Jaringan Usaha (X_3).

2. Variable dependen (Variabel Terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018:57). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keberhasilan usaha (Y).

Berikut adalah penjelasan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dijelaskan dalam tabel berikut.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	SKALA
Pemasaran Digital (X_1)	Pemasaran digital yaitu segala upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet dengan beragam strategi dan media digital, yang pada tujuannya dapat berkomunikasi dengan calon konsumen dengan saluran komunikasi online. (Chakti 2019:11-12)	1. Aksesibilitas 2. Interaktivitas 3. Hiburan 4. Kepercayaan 5. Informatif (Yazer Nasdini (dalam E.V.V. Lombok., R.L. Samadi. (2022)))	Ordinal
Inovasi Produk (X_2)	Inovasi produk merupakan kemampuan dalam menghasilkan produk baru untuk memberikan nilai tambah atas produk tersebut, walaupun produknya sama namun tetap ada bagian yang berbeda dengan kebanyakan produk lainnya.	1. Penemuan 2. Pengembangan 3 Duplikasi 4. Sistensi (Suryana, 2014,75:76)	Ordinal
Jaringan Usaha (X_3)	Jaringan usaha diartikan sebagai proses dua arah di mana antara dua orang atau lebih melakukan pertukaran informasi dan sumber daya yang saling mendukung kegiatan masing-masing (Aima 2014).	1. Luasnya jaringan pemasaran 2. Luasnya jaringan pelayanan 3. Luasnya jaringan kerjasama 4. Luasnya jaringan antar kelompok usaha, swasta dan BUMN 5. Luasnya jaringan dalam pemecahan masalah dan tantangan	Ordinal
Keberhasilan Usaha (Y)	Keadaan dimana usaha mengalami peningkatan, permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi. (Nursalina 2018)	1. Laba. 2.Jumlah 3. Pelanggan. 4. Daya Saing. 5. Kompetensi dan Etika Usaha 6. Terbangunnya Citra Baik Henry Faizal Noor (2008)	Ordinal

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dari suatu penelitian dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat dan realistis. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan studi pustaka (data sekunder), dan data primer.

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan cara memahami, mencermati dan mengidentifikasi ha-hal yang sudah ada dan belum ada dalam buku, jurnal-jurnal dan juga *website* atau situs yang terpercaya yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari sumber asli (tidak melalui perantara) berdasarkan penelitian langsung di lapangan. Dalam penelitian ini data diperoleh dari penyebaran angket/kuisisioner kepada para pelaku usaha hantaran pernikahan di Kota Tasikmalaya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *cross section*.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2016:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha hantaran pernikahan yang berdomisili di Kota Tasikmalaya.

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak memungkinkan mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono 2016:81).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik sensus (sampling jenuh), menurut Sugiyono (2012:68) teknik sensus yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pelaku usaha hantaran di Kota Tasikmalaya dan masih beroperasi sampai saat ini yang berjumlah 44 pelaku usaha.

3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data. Prosedur yang digunakan penulis dalam memilih objek penelitian adalah sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian terdahulu yang sejenis untuk mendapatkan landasan kerangka berpikir mengenai masalah yang akan diteliti.

2. Metode Kuisisioner

Metode kuisisioner adalah memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden yaitu para pelaku usaha hantaran pernikahan di Kota Tasikmalaya.

3.2.3 Model Penelitian

Penelitian ini terdiri dari beberapa variabel, dimana model penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah model regresi linier berganda. Uji regresi linier ini digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar antara pemasaran digital, inovasi produk dan jaringan usaha dan terhadap keberhasilan usaha hantaran pernikahan di kota Tasikmalaya baik secara parsial maupun secara simultan. Adapun model penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keberhasilan Usaha

X₁ : Pemasaran Digital

X₂ : Inovasi Produk

X₃ : Jaringan Usaha

β_0 : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi dari setiap variabel independen

e : *error term*

3.3 Teknik Analisis Data

Untuk dapat merumuskan hasil penelitian sebagai penyelesaian untuk menentukan jawaban dari masalah yang diteliti, maka digunakan teknik analisis. Sebelum membuat keputusan, maka kuisisioner yang telah diisi oleh responden dikumpulkan, kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan hasil yang jelas dan maksimal.

3.3.1 Rancangan Analisis Data

3.3.1.1 Pengukuran Instrumen Penelitian (Skala Likert)

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan dalam mengukur penelitian. Dapat juga digunakan sebagai alat ukur fenomena alam atau sosial yang akan diamati berupa variabel penelitian (Sugiyono, 2016).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala ordinal untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang ataupun kelompok, dan skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert tipe lima poin, berkisar dari skor 1 (sangat tidak setuju), sampai dengan skor 5 (sangat setuju). Dalam skala ini, variabel yang diukur akan disusun menjadi item instrument dalam bentuk kuisisioner yang nantinya akan dijawab oleh responden. Berikut ini adalah tabel skala likert yang akan digunakan dalam menghitung jawaban dari pertanyaan kuisisioner:

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Skala	Bobot Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.3.1.2 Nilai Jenjang Interval (NJI)

Setelah memperoleh data kusioner, maka selanjutnya dilakukan perhitungan statistik sehingga diketahui bobot nilai dari setiap item-item pertanyaan yang diajukan peneliti. Nilai Jenjang Interval (NJI) yang bertujuan untuk mengukur klasifikasi penilaian dari variabel yang diamati, seperti rumus berikut:

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan atau Pertanyaan}}$$

Dalam penelitian ini misal variabel Pemasaran Digital terdapat 10 pernyataan dengan menggunakan skala likert dan jumlah respondennya 50 orang, maka perlu mengetahui kategori dari *product knowledge* melalui perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Nilai Tertinggi} = 5 \times 5 \times 50 = 1250$$

$$\text{Nilai Terendah} = 1 \times 5 \times 50 = 250 -$$

$$\text{Jumlah} = 1000$$

Kemudian setelah diketahui hasil dari nilai tertinggi dan terendah maka masukan nilai tersebut kedalam rumus NJI sebagai berikut:

$$NJI = \text{Lembar Skala} = \frac{1250 - 250}{5} = 200$$

Jadi nilai NJI sebesar 200. Berikut adalah tabel skala yang digunakan berdasarkan perhitungan NJI:

Tabel 3.3 Kategori Skala

Skala	Kategori
250-449	Sangat Tidak Baik
450-649	Tidak Baik
650-849	Kurang Baik
850-1049	Baik
1050-1250	Sangat Baik

Setelah menentukan data interval pada setiap kelas, hitung hasil data dari hasil penyebaran kuisioner. Misalkan dari 50 responden didapatkan data sebagai berikut:

- 15 Orang menjawab : Sangat Setuju
- 15 Orang menjawab : Setuju
- 10 Orang menjawab : Kurang Setuju
- 5 Orang menjawab : Tidak Setuju
- 5 Orang menjawab : Sangat Tidak Setuju

Maka data tersebut dihitung dengan skor yang telah ditetapkan sebagai berikut:

15 Orang menjawab	Sangat Setuju	$15 \times 5 \times 5$	$= 375$
15 Orang menjawab	Setuju	$15 \times 4 \times 5$	$= 300$
10 Orang menjawab	Kurang Setuju	$10 \times 3 \times 5$	$= 150$
5 Orang menjawab	Tidak Setuju	$5 \times 2 \times 5$	$= 50$
5 Orang menjawab	Sangat Tidak Setuju	$5 \times 1 \times 5$	$= 25$
Jumlah			900

Dari hasil perhitungan tersebut didapat skor akhir yaitu sebesar 900 yang berarti variabel pemasaran digital dikategorikan baik.

3.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, karena menjelaskan mengenai ketergantungan variabel dependen dengan banyak variabel independen. Data yang digunakan merupakan data *cross section*, yaitu data yang dikumpulkan dari obyek yang sama atau berbeda, dengan instrument yang sama atau berbeda, tetapi dalam interval waktu yang tidak sama

(Sugiyono, 2018:10). Teknik ini menggunakan *software Eviews* untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: Pemasaran Digital (X_1), Inovasi Produk (X_2), Jaringan Usaha (X_3) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y) studi kasus pada pelaku usaha hantaran pernikahan di Kota Tasikmalaya.

3.4 Uji Instrumen Penelitian

Sebelum penelitian dilakukan, perlu dilakukan pengujian terhadap validitas dan reliabilitas terhadap daftar pertanyaan yang digunakan. Pengujian validitas dan reliabilitas daftar pertanyaan ini dimaksudkan agar daftar pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan data penelitian, memiliki tingkat validitas dan reliabilitas memenuhi batasan yang diisyaratkan.

3.4.1 Uji Validitas

Yang dimaksud dengan uji validitas adalah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Uji validitas digunakan untuk mengukur kesahan atau valid tidaknya suatu angket penelitian. Selain itu kevalidan atau ketepatan uji dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing skor variabel dengan jumlah skor variabel, bila variabel mempunyai hubungan signifikan dengan totalnya maka variabel tersebut dapat dikatakan tidak valid dan harus dikeluarkan dari item angket penelitian (Fauzi 2019 dalam (Anastasia dan eddy 2013). Pengambilan keputusannya bahwa setiap indikator valid apabila nilai r hitung $>$ dan nilai sig $<$ 0,05. Hal ini berarti seluruh indikator dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur variabel bebas dan terikat.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu angket penelitian yang merupakan indikator dari variabel. Suatu angket penelitian dikatakan terandal apabila jawaban seorang sampel terhadap pertanyaan bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. (Kuncoro,2009 (dalam Anastisa dan Eddy, 2013).

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrument dapat memberi hasil. Pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang terhadap gejala yang sama dengan alat pengukur yang sama. Untuk menguji reliabilitas digunakan teknik croancbach's $\alpha > 0,6$. Semakin tinggi nilai koefisien reliabilitasnya, dimana nilai Cronbach's Alpha berada pada rentang 0-1. Hal ini mengartikan bahwa kuisisioner dalam penelitian dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data karena telah memenuhi syarat kehandalan dalam instrument penelitiannya.

3.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdapat model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedisitas.

3.5.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Uji normalitas digunakan apabila data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik

adalah data yang berdistribusi normal. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan Uji Jarque-Bera.

Uji Jarque-Bera mengukur perbedaan *skewness* (kemiringan) dan kurtosis data. Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% atau taraf signifikansi 5% atau ($\alpha = 0,05$) maka dasar pengambilan keputusan dalam menentukan residual berdistribusi normal atau tidak adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai *prob.* $> 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya residual berdistribusi normal
- b) Jika nilai *prob.* $< 0,05$ maka H_0 tidak ditolak, artinya residual tidak berdistribusi normal.

3.5.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:103) pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel independen dalam satu model. Efek dari multikolinieritas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut berarti standar *error* besar, akibatnya ketika koefisien di uji, t-hitung akan bernilai lebih kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan liner antara variabel independen yang dipengaruhi oleh variabel dependen. Syarat pengambilan keputusan pada uji *multikolinieritas* adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai korelasi $< 0,80$ maka H_0 tidak ditolak artinya data tidak terkena masalah gejala multikolinieritas.

- b) Jika nilai korelasi $> 0,80$ maka H_0 ditolak artinya data terkena masalah gejala multikolinieritas.

3.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variabel residual suatu periode pengamatan keperiode pengamatan yang lain. Heteroskedestisitas bertujuan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi, dimana model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini digunakan uji glejser.

Dengan kriteria penerimaan hipotesis:

- a) Jika nilai *prob.* $< 0,05$ maka H_0 ditolak artinya model regresi mengandung adanya heteroskedisitas.
- b) Jika nilai *prob.* $> 0,05$ maka H_0 tidak ditolak artinya model regresi tidak mengandung adanya heteroskedatsitas.

3.6 Uji Hipotesis

3.6.1 Uji Parsial (t)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen.

Adapun kriteria jika pengujian hipotesisnya adalah dengan membandingkan nilai probabilitas t-statistik terhadap α . Tingkat kepercayaan yang digunakan yaitu 95% atau taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun dasar pengambilan keputusan pada pengujian ini, yaitu:

- a) Jika nilai *probability* $< 0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya bahwa variabel independen secara individual berpengaruh negative signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai *probability* $> 0,05$ maka H_0 tidak ditolak. Artinya bahwa variabel independen secara individual tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.2 Uji Simultan (F)

Uji simultan dikenal dengan uji serentak atau uji model/uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan.

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% atau taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) maka dasar pengambilan keputusan pada pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai *probability* $< \alpha$ maka H_0 ditolak. Artinya bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai *probability* $> \alpha$ maka H_0 tidak ditolak. Artinya bahwa variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2012:97) Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol atau satu. Apabila nilai R^2 kecil atau mendekati nol ($R^2 = 0$) artinya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas atau variabel independen tidak mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Dan begitupun sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi sama atau mendekati satu ($R^2 = 1$) artinya variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen atau keseluruhan variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen sehingga dapat disimpulkan jika semakin mendekati angka satu (1) maka koefisien determinasinya semakin baik.

Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi dapat dijelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen.