

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2018:112). Menurut Sugiyono (2018:112) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih tanpa membat perbandingan atau menghubungkan dengan variable lain (variable mandiri adalah variable yang berdiri sendiri, bukan variable independen karena jika independen selalu dipasangkan dengan variable dependen).

Selanjutnya menurut Sugiyono (2018:112) terdapat beberapa jenis penelitian antara lain:

1. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkat.
2. Penelitian kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema, gambar dan foto

Berdasarkan teori di atas, maka dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Dimana penulis berusaha untuk mengetahui pengaruh Web E-Commerce dan Instagram Adsertising melalui produktivitas penjualan Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu, dengan menganalisis Web E-Commerce dan Instagram Adsertising yang telah diterapkan kemudian dikaitkan dengan Produktivitas penjualan. Jenis data yang digunakan dalam

penelitian ini adalah Web E-Commerce, Instagram Adsvvertising dan Produktivitas penjualan pada Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu.

## B. Definisi Oprasional Penelitian

Sujarweni (2015:19) mengemukakan definisi oprasional penelitian adalah cara untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrument, serta pengukuran besar dari mana. Definisi oprasional penelitian adalah pengertian variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara oprasional, secara praktis, secara nyata dalam objek penelitian, dan merupakan suatu penjelasan konsep yang terdapat pada judul penelitian yang diukur jenis dan tingkatnya sehingga variabel-variabel yang diteliti menjadi jelas. Penelitian ini menggunakan variabel mandiri yaitu Web E-Commerce dan Instagram Adsvvertising.

**Table 3.1**  
**Definisi Operasional Penelitian**

Variabel	Definisi Oprasional Penelitian	Indikator	Alat Ukur	Skala
Produktivitas Penjualan (Y)	Produktivitas Penjualan merupakan penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan yang telah dihasilkan kepada mereka yang membutuhkan yang telah ditentukan atas tujuan bersama.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencapai Volume Penjualan.</li> <li>• Mendapatkan Laba</li> <li>• Menunjang Pertumbuhan Perusahaan.</li> </ul>	Kuesioner	Likert
Web E-Commerce (X1)	Secara umum E-Commerce dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa ( <i>trade of goods and service</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengupload lebih 30 prodak</li> <li>• Menggunakan domain WWW</li> <li>• Melakukan transaksi secara</li> </ul>	Kuesioner	Likert

	dengan menggunakan media elektronik.	online • Mudah diakses		
Instagram Adsertising (X2)	Instagram Adsertising merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan barang atau jasa yang ditawarkan kepada calon pelanggan atau konsumen sekaligus mengajak calon pembeli untuk memiliki barang yang ditawarkan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan akun bisnis</li> <li>• Mengupload foto atau video prodak</li> <li>• Menggunakan hastag atau tagar</li> <li>• Dapat mengakses semua jenis web</li> </ul>	Kuesioner	Likert

### C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan factor penting dalam keberhasilan suatu penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan apa alat bantu yang digunakan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Sujarweni (2015: 64) mengemukakan observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala objek penelitian. Observasi diperlukan untuk mengetahui masalah yang terdapat pada pelaksanaan pelayanan penjualan pada Lkp Samrt Plus Ambarawa Pringsewu dengan cara mendatangi lokasi Lkp. Dalam observasi ini peneliti menggunakan jenis observasi non partisipan, yaitu hanya mengamati secara langsung keadaan objek, tetapi peneliti tidak aktif dan tidak ikut secara langsung.

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mengamati suatu fenomena yang ada dan terjadi. Observasi yang dilakukan diharapkan

dapat memperoleh data mengenai masalah yang terdapat pada pelayanan penjualan di Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu.

## 2. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2018:73) menyatakan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner disusun dan disebarluaskan yang sifatnya tertutup untuk mengetahui dampak atau pengaruh Web E-Commerce dan Instagram Advertising terhadap Produktivitas Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu.

### **D. Instrument Penelitian**

Secara umum instrument penelitian adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang bermanfaat untuk menjawab permasalahan penelitian. Menurut Sugiyono (2018:70) menyatakan instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur kejadian (variabel penelitian) alam maupun social yang diamati.

Dalam penelitian ini, instrument penelitian yang digunakan dalam pengambilan data baik variabel bebas dan variabel terikat adalah angket/kuesioner. Instrument yang digunakan adalah berupa kuesioner yang nanti akan dijadikan sebagai alat utama dalam pengambilan data penelitian. Kuesioner diambil berdasarkan pertanyaan-pertanyaan seputar variabel-

variabel yang diteliti. Untuk selanjutnya instrument yang dibagikan kepada responden akan dilakukan pengukuran menggunakan *skala likert*. Menurut Sugiyono (2018:73) mengatakan skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena social.

Menurut Sugiyono (2018:75) mengatakan bahwa jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberikan skor sebagai berikut:

- a. Nilai 5 : Sangat baik
- b. Nilai 4 : Baik
- c. Nilai 3 : Cukup
- d. Nilai 2 : Kurang baik
- e. Nilai 1 : Tidak baik

Untuk mempermudah penelitian dalam membuat instrument penelitian, maka disusun kisi-kisi sebagai berikut:

Tabel 3.2  
Kisi-Kisi Instrumen

Variabel penelitian	Indicator Variabel	Nomor Item	Jumlah Soal
Web E-Commerce (X1)	• Mengupload lebih 30 produk.	1-2	2
	• Menggunakan domain WWW.	3-4	2
	• Melakukan transaksi secara online.	5-6	2
	• Mudah diakses	7-8	2
<b>Jumlah Item</b>			<b>8</b>
Instagram Advertising	• Menggunakan	1-3	3

Variabel penelitian	Indicator Variabel	Nomor Item	Jumlah Soal
(X2)	akun bisnis.	4-6	3
	• Mengupload foto atau video prodak.	7-9	3
	• Menggunakan hastag atau tagar.	10-12	3
	• Dapat mengakses semua jenis web.		
<b>Jumlah Item</b>			<b>12</b>
Produktivitas Penjualan (y)	• Mencapai Volume Penjualan.	1-3	3
	• Mendapatkan Laba	4-6	3
	• Menunjang Pertumbuhan Perusahaan.	7-9	3
<b>Jumlah Item</b>			<b>9</b>
<b>Total Item</b>			<b>30</b>

Kuesioner yang telah dibuat akan diberikan sekor untuk mengetahui distribusi variabel bebas dan variabel terikat, berdasarkan pendapat responden penelitian dengan membuat kategori atas setiap jawaban responden dengan mencari interval dari setiap kategori menggunakan rumus dari setiap kategori menggunakan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Keterangan:

I= Kelas interval, kelas interval merupakan bagian dari nilai tinggi di kurangi nilai rendah dibagi dengan kategori. Dari interval ini akan didapatkan angka yang antara akan menunjukkan dimana posisi kategori dari masing-masing variabel

NT = Nilai tertinggi jawaban kuisisioner, yang diperoleh dari jawaban tertinggi skala likert dikalikan jumlah kuisisioner

NR = Nilai terendah jawaban kuesioner, yang diperoleh dari jawaban terendah skala likert dikalikan jumlah kuesioner

K = Kategori adalah suatu pembagian pada variabel Web E-Commerce dan Instagram Advertisings yang diukur dengan nilai yaitu Web E-Commerce kurang baik, Web E-Commerce baik, Web E-Commerce sangat baik dan Instagram Advertisings kurang baik, Instagram Advertisings baik, Instagram Advertisings sangat baik. Sedangkan pada variabel Produktivitas dibagi menjadi kategori Produktivitas kurang baik, Produktivitas baik dan Produktivitas sangat baik (Sugiyono, 2012).

Pada kuesioner variabel kinerja (Y) dirancang sebanyak 9 pertanyaan, maka didapat nilai tinggi sebesar  $5 \times 9 = 45$  dan nilai terendah sebesar  $1 \times 9 = 9$ . Selanjutnya dibuat kelas Interval sebagai berikut:

$$= \frac{45 - 9}{3} = \frac{36}{3} = 12$$

Dengan Interval ( $i=12$ ), diperoleh pengkategorian variabel produktivitas sebagai berikut:

- a. Skor 9-18, produktivitas perusahaan berkategori kurang baik, yang berarti responden menganggap produktivitas yang dilakukan perusahaan rendah
- b. Skor 19-28, produktivitas berkategori baik, yang berarti responden menganggap produktivitas yang dilakukan perusahaan baik
- c. Skor 29-45, produktivitas berkategori sangat baik, yang berarti responden menganggap produktivitas yang dilakukan perusahaan sangat baik.

Pada kuesioner variabel Web E-Commerce (X1) dirancang sebanyak 8 pernyataan, sehingga nilai skor tertinggi sebesar  $5 \times 8 = 40$  dan nilai terendah sebesar  $1 \times 8 = 8$  selanjutnya dibuat kelas interval sebagai berikut:

$$= \frac{40 - 8}{3} = \frac{32}{3} = 10$$

Dengan nilai interval ( $i=10$ ), diperoleh pengkategorian variabel Web E-Commerce sebagai berikut:

1. Skor 8-16 Web E-Commerce kurang baik, yang berarti responden menganggap Web E-Commerce yang digunakan perusahaan tidak efektif
2. Skor 17-25, Web E-Commerce berkategori baik, yang berarti responden menganggap Web E-Commerce yang digunakan perusahaan baik
3. Skor 26-40, Web E-Commerce berkategori sangat baik, yang berarti responden menganggap Web E-Commerce yang digunakan perusahaan sangat baik

Daftar pernyataan dalam kuesioner variabel Instagram Adsertising (X2) dirancang sebanyak 12 pertanyaan, maka didapat nilai tertinggi sebesar  $5 \times 12 = 60$  dan nilai terendah sebesar  $1 \times 12 = 12$ .

Selanjutnya dibuat kelas interval sebagai berikut:

$$= \frac{60 - 12}{3} = \frac{48}{3} = 16$$

Dengan interval ( $i=16$ ), diperoleh pengkategorian variabel kinerja sebagai berikut:

1. Skor 16-32, Instagram Advertisings berkategori kurang baik, yang berarti responden menganggap Instagram Advertisings yang digunakan perusahaan jarang diterapkan
2. Skor 33-49, Instagram Advertisings berkategori baik, yang berarti responden menganggap Instagram Advertisings sering digunakan
3. Skor 50-60, Instagram Advertisings berkategori sangat baik, yang berarti responden menganggap Instagram Advertisings digunakan sangat baik

## **E. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2018:51) populasi adalah generalisasi yang terdiri dari atas, obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sedangkan dalam penelitian ini populasi adalah seluruh karyawan Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu dengan jumlah 15 orang.

### **2. Sampel**

Menurut Sugiyono (2018:51) mengatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karna keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti ini dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulan akan dapat diperlukan untuk

populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).

Dengan ini sampel ditetapkan sebanyak 15 orang dan untuk mendapatkan responden dilakukan dengan cara menemui karyawan secara langsung yang bekerja di LKP Smart Plus Ambarawa Pringsewu.

### **3. Teknik Sampling**

Menurut Sugiyono (2018:52) mengatakan teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian. Didalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling jenuh. Teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila anggota populasi keseluruhan digunakan sebagai sampel. Hal ini digunakan bila jumlah populasi relative kecil kurang dari 35 orang.

## **F. Metode Analisis Data**

### **1. Analisis Instrument**

Analisis uji instrument diperlukan untuk mengetahui seberapa layak alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, uji instrument yang digunakan berupa uji validasi dan reliabilitas. Instrument diujicobakan kepada 15 orang karyawan LKP Smart Plus Ambarawa Pringsewu.

## 2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kevaliditasan item pertanyaan/ pernyataan sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian. Dengan kata lain, uji validitas ditunjukkan untuk mengukur tingkat keepatan alat ukur. Dalam penelitian ini uji validitas item dengan rumus korelasi *pearson product moment*.

Menurut Sugiyono (2018:75) rumus *pearson product moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r= Keratan hubungan (korelasi)

n= Banyaknya jumlah sampel yang diuji

x= jumlah skor pertanyaan (pertanyaan ke-t)

y= Jumlah dari keseluruhan pertanyaan

kriteria keputusan

jika  $r_{xy-hitung} > r_{xy-tabel}$  maka kuesioner valid

jika  $r_{xy-hitung} < r_{xy-tabel}$  maka kuesioner tidak valid

## 3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas menggunakan rumus korelasi *Cronboach'alpha* (Sugiyono, 2015:75).

$$\text{Rumus: } a = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s^2 j}{s^2 x}\right)$$

Keterangan:

a = Koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

sj = Varians responden untuk item ke-i

sx= jumlah varians skor total

Menurut Nunaly dalam Ghozali (2011:104) menyatakan suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronboach's alpha* >0,60.

Kuesioner akan diujikan terlebih dahulu kepada 10 responden yang berbeda diluar sampel agar kalimat-kalimat yang tidak dimengerti atau bisa dapat diperbaiki. Setelah dilakukan uji coba, selanjutnya kuesioner diuji di tingkat validitas reliabilitas agar memberikan hasil yang tepat dan dapat dipercaya untuk menjawab masalah penelitian.

#### 4. Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018:84) analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan tempat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Analisis regresi linier berganda

Alat statistic yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel adalah regresi linier. Dalam penelitian ini karena terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat, maka alat statistic yang digunakan adalah regresi linier berganda. Menurut Sugiyono (2018:84) rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan:

Y = Dependen variabel

X1 = Independen variabel

X2 = Independen variabel

A = Nilai konstanta

b1,b2 = Nilai keofisien persamaan regresi prediktor X1 dan X2

b. Analisis Deskriptif

Analisis merupakan penjelasan dari data hasil penyebaran kuesioner tentang pengaruh Web E-Commerce dan Instagram Adsvvertising terhadap Produktivitas Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu tahun 2021. Selain itu digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul dan dijelaskan dengan pendekatan teori Web E-Commerce dan Instagram Adsvvertising dan Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu.

## G. Analisis Hipotesis

Pengujian hipotesis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel predicator (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono (2015:85) menyatakan uji hipotesis secara umum bisa dilakukan dengan melalui uji t dan uji f.

### 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh tiap masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian tingkat signifikan pada alpha 5% (0,05) menggunakan uji t.

Menghitung uji t menurut (Sugiyono, 2018:75)

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

Keterangan:

T hitung = Nilai t

$r^p$  = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah responden

untuk mengetahui nilai t-tabel kuesioner dalam penelitian ini, penulis menggunakan alat bantu SPSS.

Kriteria pengujian:

Apabila t hitung > t table atau < t hitung (probabilitas <0,05, maka hipotesis nol (Ho) di tolak dan hipotesis alternative (Ha) diterima, artinya secara parsial variabel bebas berpengaruh nyata terhadap variabel terikat pada angka kesalahan 5% ( $\alpha=5\%$ ). Sebaliknya apabila t tabel > t hitung

atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka hipotesis alternative ( $H_a$ ) ditolak. Artinya secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat pada angka kesalahan 5% ( $\alpha=0,05$ )

## 2. Uji Berganda (Uji F)

Pengujian terhadap model regresi menggunakan uji f, dengan kriteria jika hasil uji f signifikan pada tingkat kesalahan 5% atau  $\alpha = 0,05$ , maka variabel bebas akan dapat menjelaskan perubahan variabel terikat, atau model yang digunakan tepat.

Menurut Sugiyono (2018:75) rumus uji F sebagai berikut:

$$F_h = \frac{r^2/k}{(1 - r^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

$F_h = f_{hitung}$  yang selanjutnya dibandingkan dengan  $f_{tabel}$

$R^2$  = Koefisien korelasi independen

$k$  = Jumlah variabel independen

$n$  = Jumlah anggota populasi

- a. Apabila  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dan signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel Web E-Commerce dan Instagram Adsertising berpengaruh secara simultan terhadap Produktivitas Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu pada tingkat keyakinan tertentu.
- b. Apabila  $f_{hitung} > f_{tabel} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel Web E-Commerce dan Instagram Adsertising tidak

berpengaruh secara simultan terhadap Produktivitas Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu pada tingkat keyakinan tertentu.

#### H. Koefisien Derteminasi

Menurut Andi Supangat (2018:85) menyatakan koefisien determinasi merupakan besaran untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk persen (menunjukkan seberapa besar presentase keragaman Y yang dapat dijelaskan oleh keragaman X) atau dengan kata lain seberapa besar X dapat memberikan kontribusi terhadap Y. berdasarkan dari teori tersebut, maka koefisien determinasi merupakan bagian dari keragaman total dari variabel tak bebas yang dapat diperhitungkan oleh keragaman variabel bebas dihitung dengan koefisien determinasi dengan asumsi dasar factor-faktor lain diluar variabel yang dianggap tetap konstan.

Selanjutnya ketepatan model regresi ditunjukkan dengan melihat angka koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan perubahan variabel terikat. Semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati 1) maka peranan variasi variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar, sebaliknya semakin kecil nilai  $R^2$  (mendekati nol) maka peranan variasi variabel bebas terdapat variabel variasi semakin kecil.

Menurut Sugiyono (2018:85) rumusan yang digunakan untuk mencari nilai koefisien determinasi yaitu:

$$\mathbf{KD} = (r_{xy})^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

R<sub>x</sub> = Nilai korelasi variabel bebas dan variabel terikat

Selanjutnya nilai koefisien diinterpretasikan korelasi sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Interval Koefisien Korelasi**

No	Nilai Interval	Kategori
1	0,800 - 1,000	Sangat Baik
2	0,600 – 0,800	Baik
3	0,400 – 0,600	Cukup
4	0,200 – 0,400	Kurang Baik
5	0,000 – 0,200	Tidak Baik

(Sugiyono, 2018:85)