

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2013) penelitian kuantitatif merupakan hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti lebih bersifat sebab dan akibat, sehingga penelitiannya ada variabel independen dan dependen. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifiknya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan design penelitiannya. Design yang digunakan adalah statistik deskriptif, statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum dan generalisasi.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel hubungan komunitas, keterampilan pekerja, dan pemasaran online terhadap kesuksesan usaha dimana hubungan komunitas, keterampilan pekerja, dan pemasaran online sebagai variabel independen dan kesuksesan usaha sebagai variabel dependen. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Kedai *Big Bike Custom* Lumajang dikarenakan terdapat permasalahan kesuksesan usaha yang terjadi di lokasi tersebut dan akan dilakukan pada bulan Februari sampai April 2021.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

#### 3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Adapun penjelasan kedua jenis tersebut sebagai berikut:

- a. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data di lapangan, yang selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan kuesioner (Sugiyono, 2013). Data primer yang digunakan berupa kuisisioner yang di sebarakan ke konsumen kedai *Big Bike Custom* Lumajang.
- b. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2013). Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik melalui *website*.

#### 3.3.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data dari internal dengan penyebaran kuisisioner dimana responden mengisi kuisisioner pada tempat yang disediakan.

### 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kedai *Big Bike Custom* Lumajang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yang dikembangkan dari Isaac dan Michael dalam (Sugiyono, 2013), karena dapat dipakai peneliti dalam menentukan jumlah sampel dalam jumlah besar sehingga peluang kesalahan generalisasi semakin kecil.

Dari jumlah populasi sebesar 70 maka diperoleh jumlah sampel sejumlah 58 konsumen Kedai *Big Bike Custom* Lumajang. Dari jumlah itu ditarik teknik sampling dengan menggunakan *non probability sampling* berbentuk sampel jenuh. *Non probability sampling* berbentuk sampel jenuh (Sugiyono, 2013) didasarkan atas jumlah populasi yang relatif kecil. Peneliti juga menggunakan semua anggota menjadi sampel.

Objek sampel yang digunakan adalah konsumen Kedai *Big Bike Custom* Lumajang. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden yang telah berbelanja atau mengkonsumsi di Kedai *Big Bike Custom* Lumajang yang lebih dari satu kali.

### **3.5. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional**

#### **3.5.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu variabel dependen dan independen.

a. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2013). Dimana variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kesuksesan usaha.

b. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen baik secara positif maupun negatif (Sugiyono, 2013). Dalam kata lain variabel independen menjadi faktor penyebab permasalahan bisa terjadi yakni variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari hubungan komunitas, keterampilan pekerja, dan pemasaran online.

### 3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

a. Kesuksesan usaha

Kesuksesan usaha merupakan sebuah pencapaian yang sesuai dengan suatu yang menjadi tujuan, ketenaran, maupun kemakmuran. Sukses tergantung pada perencanaan dan desain yang luas, penilaian situasi yang tepat, antisipasi akurat terhadap resistensi akan perubahan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengatasi resistensi ini (Putri, 2013b).

b. Hubungan komunitas

Hubungan komunitas adalah hubungan adanya suatu kelompok yang memiliki identitas yang hampir sama dan saling berinteraksi antara anggota yang satu dan

yang lainnya, yang disatukan oleh hobi, kesamaan pekerjaan, atau faktor penyatu lainnya (Ramadhayanti & Martiwi, 2020).

c. Keterampilan pekerja

Keterampilan pekerja merupakan kemampuan seseorang terhadap suatu hal meliputi tentang kecakapan, sikap, nilai, dan pengertian yang semuanya dipertimbangkan sebagai sesuatu yang penting untuk menunjang keberhasilan didalam penyelesaian tugas (Aji et al., 2018).

d. Pemasaran online

Pemasaran online merupakan suatu sistem kinerja perusahaan yang berfokus pada penjualan barang, jasa ataupun promosi yang menggunakan media internet sebagai pendukung sistem tersebut (Fadly & Sutarna, 2020).

### 3.5.3 Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kesuksesan usaha mengukur hasil dari sebuah proses aktifitas pekerjaan tertentu yang sudah terencana sesuai waktu yang ditentukan. Indikator kesuksesan usaha diantaranya adanya peluang pasar yang baik, keunggulan persaingan, kualitas barang dan jasa, dan proses inovasi.
- b. Hubungan komunitas mengukur anggota dalam komunitas dalam bertukar ide-ide selama menjadi anggota komunitas tersebut. Indikator yang dikembangkan oleh (Ramadhayanti & Martiwi, 2020) berupa pengalaman pragmatis (kepribadian yang praktis), pengalaman hedonis (kesenangan pribadi), pengalaman kegunaan, dan pengalaman sosialisasi.

- c. Keterampilan pekerja mengukur kemampuan seseorang yang terampil dalam melakukan tugas sebagai pekerja. Indikator keterampilan pekerja yang dikembangkan oleh (Arisandra, 2016) diantaranya keterampilan teknik, keterampilan sosial, dan keterampilan konseptual.
- d. Pemasaran online mengukur kemampuan memasarkan barang, jasa dan promosi di internet. Indikator pemasaran oleh telah dikembangkan oleh (Fauzi et al., 2020) diantaranya *instagram*, *facebook*, dan *whatsapp*.



## 3.6. Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

### 3.6.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dibentuk dari indikator yang telah dikembangkan dalam penelitian. Indikator akan diuji terlebih dahulu dan menentukan pengukur datanya. Kemudian dibentuk kuisioner kepada 30 responden. Uji coba yang dilakukan harus menunjukkan hasil yang valid dan reliabel sebelum di sebarakan secara luas. Adapun penjelasan dari masing-masing tahap tersebut sebagai berikut:

#### a. Pengujian Variabel Indikator

Untuk menyesuaikan variabel harus dilakukan *script analisys* dengan melakukan dua pengujian yaitu uji indikasi dan kausalitas (Ferdinand, 2014). Adapun pengujian indikasi dan kausalitas dijelaskan dalam tabel 3.1.

Setelah dilakukan uji indikasi dan kausalitas, dilakukan pengujian *logical connection*, yaitu menguji indikator apakah layak dibentuk menjadi hipotesis (Ferdinand, 2014). Konsep dari uji *logical connection* dalam penelitian ini adalah menguji indikator dependen terhadap masing-masing variabel independen, penjelasannya terdapat pada tabel 3.2.

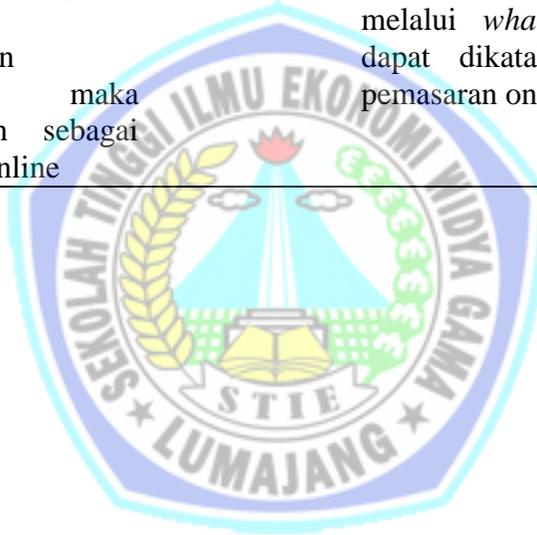
Tabel 3.1  
Uji Indikasi dan Kausalitas

Variabel	Indikator	Uji Indikasi		Uji Kausalitas	
		<i>Script Analisis</i>	Kesimpulan	<i>Script Analisis</i>	Kesimpulan
Kesuksesan Usaha (KU)	Peluang pasar (KU1)	Usaha yang mempunyai peluang pasar yang baik menandakan bahwa usaha tersebut sukses.	Logis, dapat diterima	Semakin tinggi peluang pasar usaha, maka akan semakin tinggi kesuksesan usaha.	Hal ini tidak ada kausal yang logis, sehingga dapat diterima
	Keunggulan persaingan (KU2)	Usaha yang mempunyai keunggulan dalam persaingan menandakan bahwa usaha tersebut sukses.	Logis, dapat diterima	Semakin tinggi keunggulan persaingan, maka akan semakin tinggi kesuksesan usaha.	Hal ini tidak ada kausal yang logis, sehingga dapat diterima.
	Kualitas barang dan jasa (KU3)	Usaha yang mempunyai kualitas barang dan jasa menandakan bahwa usaha tersebut sukses.	Logis, dapat diterima	Semakin tinggi kualitas barang dan jasa, maka semakin tinggi kesuksesan usaha.	Hal ini tidak ada kausal yang logis, sehingga dapat diterima.
	Proses inovasi (KU4)	Usaha yang mempunyai proses inovasi yang tinggi menandakan bahwa usaha tersebut sukses.	Logis, dapat diterima	Semakin tinggi proses inovasi, maka semakin tinggi kesuksesan usaha.	Hal ini tidak ada kausal yang logis, sehingga dapat diterima.
Hubungan komunitas (HK)	pengalaman pragmatis (kepribadian)	Seseorang yang mempunyai pengalaman pragmatis,	Logis, dapat diterima	Semakin intens pengalaman pragmatis yang dimiliki, maka	Hal ini tidak ada kausal yang logis, sehingga dapat diterima.

Variabel	Indikator	Uji Indikasi		Uji Kausalitas			
		<i>Script Analisis</i>	Kesimpulan	<i>Script Analisis</i>	Kesimpulan		
	yang praktis), (HK1)	menandakan seorang tergabung komunitas.	bahwa tersebut dalam	semakin besar hubungan tersebut.	terjalinnnya komunitas		
	pengalaman hedonis (kesenangan pribadi) (HK2)	Seseorang mempunyai pengalaman menandakan seorang tergabung komunitas.	yang hedonis, bahwa tersebut dalam	Logis, dapat diterima	Semakin pengalaman dimiliki, besar terjalinnnya komunitas tersebut.	intens yang semakin hubungan	Hal ini tidak ada kausal yang logis, sehingga dapat diterima.
	Pengalaman kegunaan (HK3)	Seseorang mempunyai pengalaman menandakan seorang tergabung komunitas.	yang kegunaan, bahwa tersebut dalam	Logis, dapat diterima	Semakin pengalaman yang dimiliki, semakin besar terjalinnnya hubungan tersebut.	intens kegunaan maka	Hal ini tidak ada kausal yang logis, sehingga dapat diterima.
	Pengalaman sosialisasi (HK4)	Seseorang mempunyai pengalaman menandakan seorang tergabung komunitas.	yang sosialisasi, bahwa tersebut dalam	Logis, dapat diterima	Semakin pengalaman yang dimiliki, semakin besar terjalinnnya hubungan tersebut.	intens pragmatis maka	Hal ini tidak ada kausal yang logis, sehingga dapat diterima.

Variabel	Indikator	Uji Indikasi		Uji Kausalitas	
		<i>Script Analisis</i>	Kesimpulan	<i>Script Analisis</i>	Kesimpulan
Keterampilan pekerja (KP)	Keterampilan teknis (KP1)	Pekerja yang memiliki keterampilan teknis yang baik maka diindikasikan pekerja itu terampil	Logis, dapat diterima	Semakin ditingkatkannya keterampilan teknis maka, pekerja tersebut semakin terampil.	Hal ini tidak ada kausal yang logis, sehingga dapat diterima.
	Keterampilan sosial (KP2)	Pekerja yang memiliki keterampilan sosial maka diindikasikan pekerja itu terampil	Logis, dapat diterima	Semakin ditingkatkannya keterampilan sosial maka, pekerja tersebut semakin terampil.	Hal ini tidak ada kausal yang logis, sehingga dapat diterima.
	Keterampilan konsepsional (KP3)	Pekerja yang memiliki keterampilan konsepsional maka diindikasikan pekerja itu terampil.	Logis, dapat diterima	Semakin ditingkatkannya keterampilan konsepsional, maka pekerja tersebut semakin terampil	Hal ini tidak ada kausal yang logis, sehingga dapat diterima.
Pemasaran online (PO)	<i>Instagram</i> (PO1)	Seseorang yang melakukan kegiatan pemasaran menggunakan <i>instagram</i> maka diindikasikan sebagai pemasaran online.	Logis, dapat diterima	Semakin intens melakukan pemasaran melalui <i>instagram</i> , maka dapat dikatakan sebagai pemasaran online.	Hal ini tidak ada kausal yang logis, sehingga dapat diterima.
	<i>Facebook</i> (PO2)	Seseorang yang melakukan kegiatan pemasaran menggunakan <i>facebook</i> maka diindikasikan	Logis, dapat diterima	Seamakin intens melakukan pemasaran memlaui <i>facebook</i> , maka dapat dikatakan sebagai pemasaran online.	Hal ini tidak ada kausal yang logis, sehingga dapat diterima.

Variabel	Indikator	Uji Indikasi		Uji Kausalitas		
		<i>Script Analisis</i>	Kesimpulan	<i>Script Analisis</i>	Kesimpulan	
		sebagai pemasaran online				
	WhatsApp (PO3)	Seseorang melakukan pemasaran menggunakan <i>whatsapp</i> diindikasikan sebagai pemasaran online	yang kegiatan diterima	Logis, dapat diterima	Semakin intens melakukan pemasaran melalui <i>whatsapp</i> , maka dapat dikatakan sebagai pemasaran online.	Hal ini tidak ada kausal yang logis, sehingga dapat diterima.



Tabel 3.2.  
Uji *Logical Connection* Variabel Indikator

<b>Hubungan Indikator Variabel Independen dan Indikator Variabel Dependen</b>	<b>Penjelasan</b>	<b><i>Logical Connection</i></b>
HK1→KU1 Semakin banyak memiliki pengalaman pragmatis, maka peluang pasar akan semakin baik	Seseorang yang mempunyai pengalaman pragmatis, akan lebih mampu membuka peluang pasar yang baik dalam bentuk memberikan produk yang praktis	Logis
HK1→KU2 Semakin banyak memiliki pengalaman pragmatis, maka keunggulan pasar semakin baik	Seseorang yang mempunyai pengalaman pragmatis, akan lebih mampu mengungguli pasar dengan memberikan produk yang praktis	Logis
HK1→KU3 Semakin banyak memiliki pengalaman pragmatis, maka kualitas barang dan jasa semakin baik	Seseorang yang mempunyai pengalaman pragmatis, akan lebih mampu menciptakan kualitas barang dan jasa dengan memberikan produk yang praktis	Logis
HK1→KU4 Semakin banyak memiliki pengalaman pragmatis, maka proses inovasi semakin baik	Seseorang yang mempunyai pengalaman pragmatis, akan lebih mampu menambah inovasi dengan memberikan produk yang praktis	Logis
HK2→KU1 Semakin banyak memiliki pengalaman hedonis, maka peluang pasar akan semakin baik	Mereka yang mempunyai pengalaman hedonis, akan lebih mampu membuka peluang pasar dengan memberikan apa yang dibutuhkan konsumen agar menjadi senang.	Logis
HK2→KU2 Semakin banyak memiliki pengalaman hedonis, maka keunggulan pasar semakin baik	Mereka yang mempunyai pengalaman hedonis, akan lebih mampu membuka peluang pasar dengan memberikan apa yang dibutuhkan konsumen agar menjadi senang.	Logis

<b>Hubungan Indikator Variabel Independen dan Indikator Variabel Dependen</b>	<b>Penjelasan</b>	<b>Logical Connection</b>
HK2→KU3 Semakin banyak memiliki pengalaman hedonis, maka kualitas barang dan jasa semakin baik	Mereka yang mempunyai pengalaman hedonis, akan lebih mampu menciptakan barang dan jasa yang berkualitas dengan memberikan apa yang dibutuhkan konsumen agar menjadi senang.	Logis
HK2→KU4 Semakin banyak memiliki pengalaman hedonis, maka proses inovasi semakin baik	Mereka yang mempunyai pengalaman hedonis, akan lebih mampu menciptakan inovasi dengan memberikan apa yang dibutuhkan konsumen agar menjadi senang.	Logis
HK3→KU1 Semakin banyak pengalaman kegunaan, maka peluang pasar akan semakin baik	Seseorang yang mempunyai pengalaman kegunaan, akan lebih mampu membuka peluang pasar dengan menciptakan produk sesuai kegunaan yang dicari.	Logis
HK3→KU2 Semakin banyak pengalaman kegunaan, maka keunggulan pasar semakin baik	Seseorang yang mempunyai pengalaman kegunaan, akan lebih mampu unggul dalam pasar dengan menciptakan produk yang dicari oleh konsumennya.	Logis
HK3→KU3 Semakin banyak pengalaman kegunaan, maka kualitas barang dan jasa semakin baik	Seseorang yang mempunyai pengalaman kegunaan, akan lebih mampu menciptakan barang dan jasa yang berkualitas dengan menciptakan produk sesuai kegunaan yang dicari.	Logis
HK3→KU4 Semakin banyak pengalaman kegunaan, maka proses inovasi semakin baik	Seseorang yang mempunyai pengalaman kegunaan, akan lebih mampu membuka peluang pasar dengan menciptakan produk sesuai kegunaan yang dicari.	Logis
HK4→ KU1 Semakin banyak pengalaman sosialisasi, maka peluang pasar akan semakin baik	Seseorang yang mempunyai pengalaman sosialisasi, akan bisa menciptakan peluang pasar dengan menyosialisasikan barang yang dijual dalam bentuk sosialisasi.	Logis
HK4→ KU2	Dengan menyosialisasikan produknya secara langsung kepada konsumen maka akan unggul dalam pemasraan tersebut.	Logis

<b>Hubungan Indikator Variabel Independen dan Indikator Variabel Dependen</b>	<b>Penjelasan</b>	<b>Logical Connection</b>
Semakin banyak pengalaman sosialisasi, maka keunggulan pasar semakin baik		
HK4→ KU3 Semakin banyak pengalaman sosialisasi, maka kualitas barang dan jasa semakin baik	Dengan menyosialisasikan produk yang dimiliki, konsumen menjadi tahu tentang kualitas barang dan jasa tersebut.	Logis
HK4→ KU4 Semakin banyak pengalaman sosialisasi, maka proses inovasi semakin baik	Semakin sering saling bersosialisasi maka akan selalu mnambah inovasi.	Logis
KP1→ KU1 Semakin mempunyai keterampilan teknis dalam berkerja, maka peluang pasar akan semakin baik	Tenaga kerja yang mempunyai keterampilan teknis dalam berkerja, akan lebih mampu mebuca peluang pasar.	Logis
KP1→ KU2 Semakin mempunyai keterampilan teknis dalam berkerja, maka keunggulan pasar semakin baik	Tenaga kerja yang cakap dalam menguasai pekerjaan, akan lebih mampu mengungguli pasar dengan pesaing.	Logis
KP1→ KU3 Semakin mempunyai keterampilan teknis dalam berkerja, maka kualitas barang dan jasa semakin baik	Tenaga kerja yang cakap dalam menguasai pekerjaan, akan lebih mampu menciptakan barang dan jasa yang berkualitas	Logis
KP1→ KU4 Semakin mempunyai keterampilan teknis dalam berkerja, maka proses inovasi semakin baik	Tenaga kerja yang cakap dalam menguasai pekerjaan, akan lebih mampu terus berinovasi terhadap produknya.	Logis
KP2→ KU1	Tenaga kerja yang mempunyai keterampilan sosial yang baik dalam berkerja, akan lebih mampu membuka peluang pasar.	Logis

<b>Hubungan Indikator Variabel Independen dan Indikator Variabel Dependen</b>	<b>Penjelasan</b>	<b><i>Logical Connection</i></b>
Semakin mempunyai keterampilan sosial dalam berkerja, maka peluang pasar akan semakin baik		
KP2→ KU2 Semakin mempunyai keterampilan sosial dalam berkerja, maka keunggulan pasar semakin baik	Tenaga kerja yang mempunyai keterampilan sosial yang baik dalam berkerja, akan lebih mampu unggul dalam pasar.	Logis
KP2→ KU3 Semakin mempunyai keterampilan sosial dalam berkerja, maka kualitas barang dan jasa semakin baik	Tenaga kerja yang mempunyai keterampilan sosial yang baik dalam berkerja, akan lebih mampu menciptakan barang dan jasa yang berkualitas.	Logis
KP2→ KU4 Semakin mempunyai keterampilan sosial dalam berkerja, maka proses inovasi semakin baik	Tenaga kerja yang mempunyai keterampilan sosial yang baik dalam berkerja, akan lebih mampu berinovasi terhadap produknya.	Logis
KP3→KU1 Semakin mempunyai keterampilan konsepsional dalam berkerja, maka peluang pasar akan semakin baik	Tenaga kerja yang mempunyai keterampilan konsepsional dalam yang baik dalam berkerja, akan lebih mampu membuka peluang pasar.	Logis
KP3→KU2 Semakin mempunyai keterampilan konsepsional dalam berkerja, maka keunggulan pasar semakin baik	Tenaga kerja yang mempunyai keterampilan konsepsional dalam yang baik dalam berkerja, akan lebih mampu unggul di pasaran.	Logis
KP3→KU3	Tenaga kerja yang mempunyai keterampilan konsepsional dalam yang baik dalam berkerja, akan lebih mampu menciptakan barang dan jasa yang berkualitas.	Logis

Hubungan Indikator Variabel Independen dan Indikator Variabel Dependen	Penjelasan	Logical Connection
Semakin mempunyai keterampilan konseptual dalam berkerja, maka kualitas barang dan jasa semakin baik		Logis
KP3→KU4 Semakin mempunyai keterampilan konseptual dalam berkerja, maka proses inovasi semakin baik	Tenaga kerja yang mempunyai keterampilan konseptual dalam yang baik dalam berkerja, akan lebih mampu menciptakan inovasi yang diharapkan agar terus maju.	Logis
PO1→KU1 Semakin sering menggunakan pemasaran melalui <i>instagram</i> , maka peluang pasar semakin baik	Mereka yang memasarkan produknya melalui <i>instagram</i> , akan lebih mampu membuka peluang pasar yang luas.	Logis
PO1→KU2 Semakin sering menggunakan pemasaran melalui <i>instagram</i> , maka keunggulan pasar semakin baik	Mereka yang memasarkan produknya melalui <i>instagram</i> , akan lebih mampu unggul dalam persaingan pasar.	Logis
PO1→KU3 Semakin sering menggunakan pemasaran melalui <i>instagram</i> , maka kualitas barang dan jasa semakin baik	Mereka yang memasarkan produknya melalui <i>instagram</i> , akan lebih mampu menciptakan barang yang berkualitas.	Logis
PO1→KU4 Semakin sering menggunakan pemasaran melalui <i>instagram</i> , maka proses inovasi semakin baik	Mereka yang memasarkan produknya melalui <i>instagram</i> , akan lebih mampu menambah inovasi.	Logis
PO2→KU1	Mereka yang memasarkan produknya melalui <i>facebook</i> , akan lebih mampu membuka peluang pasar yang luas.	Logis

Hubungan Indikator Variabel Independen dan Indikator Variabel Dependen	Penjelasan	<i>Logical Connection</i>
Semakin sering menggunakan pemasaran melalui <i>facebook</i> , maka peluang pasar semakin baik		
PO2→KU2 Semakin sering menggunakan pemasaran melalui <i>facebook</i> , maka keunggulan pasar semakin baik	Mereka yang memasarkan produknya melalui <i>facebook</i> , akan lebih mampu unggul dalam persaingan pasar.	Logis
PO2→KU3 Semakin sering menggunakan pemasaran melalui <i>facebook</i> , maka kualitas barang dan jasa semakin baik	Mereka yang memasarkan produknya melalui <i>facebook</i> , akan lebih mampu menciptakan barang yang berkualitas.	Logis
PO2→KU4 Semakin sering menggunakan pemasaran melalui <i>facebook</i> , maka proses inovasi semakin baik	Mereka yang memasarkan produknya melalui <i>facebook</i> , akan lebih mampu menambah inovasi.	Logis
PO3→KU1 Semakin sering menggunakan pemasaran melalui <i>whatsapp</i> , maka peluang pasar semakin baik	Mereka yang memasarkan produknya melalui <i>whatsapp</i> , akan lebih mampu membuka peluang pasar yang luas.	Logis
PO3→KU2 Semakin sering menggunakan pemasaran melalui <i>whatsapp</i> , maka keunggulan pasar semakin baik	Mereka yang memasarkan produknya melalui <i>whatsapp</i> , akan lebih mampu unggul dalam persaingan pasar.	Logis
PO3→KU3	Mereka yang memasarkan produknya melalui <i>whatsapp</i> , akan lebih mampu menciptakan barang yang berkualitas.	Logis

<b>Hubungan Indikator Variabel Independen dan Indikator Variabel Dependen</b>	<b>Penjelasan</b>	<b><i>Logical Connection</i></b>
Semakin sering menggunakan pemasaran melalui <i>whatsapp</i> , maka kualitas barang dan jasa semakin baik		
PO3→KU4 Semakin sering menggunakan pemasaran melalui <i>whatsapp</i> , maka proses inovasi semakin baik	Mereka yang memasarkan produknya melalui <i>whatsapp</i> , akan lebih mampu menambah inovasi.	Logis



b. Penentuan Pengukur Data

Dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan pengukuran data interval (*interval scale*). Pengukur data interval merupakan alat pengukur data yang memiliki rentan nilai yang bermakna yang diukur dengan jarak antara dua titik pada skala yang diketahui terhadap nilai-nilai tersebut (Ferdinand, 2014). Dengan menggunakan pengukur data interval 1 sampai 10 dengan pertimbangan lebih mudah responden dalam memberikan nilai dari pertanyaan kuisisioner yang diajukan nanti.

c. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini berupa pertanyaan kuisisioner yang dikembangkan dari indikator dalam penelitian ini. Penjabarannya sebagai berikut:

Tabel 3.3.  
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item	Nomor Item
Kesuksesan Usaha (KU)	Adanya peluang pasar yang baik (KU1)	Seberapa besar peluang pasar yang anda miliki	1
	Keunggulan persaingan (KU2)	Seberapa besar anda unggul dalam persaingan pasar	2
	Kualitas barang dan jasa (KU2)	Seberapa bagus kualitas barang dan jasa yang anda miliki	3
	Proses inovasi (KU4)	Seberapa besar inovasi yang anda ciptakan terhadap produk anda	4
Hubungan Komunitas (HK)	Pengalam Pragmatis (HK1)	Seberapa besar pengalaman pragmatis yang anda punya	5
	Pengalam Hedonis	Seberapa besar pengalaman hedonis yang anda punya	6

Variabel	Indikator	Item	Nomor Item
	(HK2)		
	Pengalaman Kegunaan	Seberapa besar pengalaman kegunaan yang anda punya	7
	(HK3)		
	Pengalaman sosialisasi	Seberapa besar pengalaman sosialisasi yang anda punya	8
	(HK4)		
Keterampilan Pekerja (KP)	Keterampilan teknis (KP1)	Seberapa besar keterampilan teknis dalam menguasai pekerjaan	9
	Keterampilan sosial (KP2)	Seberapa besar keterampilan sosial dalam hubungan dengan konsumen	10
	Keterampilan konsepsional (KP3)	Seberapa besar ketelitian anda dalam menyelesaikan pekerjaan	11
Pemasaran Online (PO)	<i>Instagram</i> (PO1)	Seberapa sering anda memasarkan produk anda melalui <i>Instagram</i>	14
	<i>Facebook</i> (PO2)	Seberapa sering anda memasarkan produk anda melalui <i>Facebook</i>	13
	<i>WhatsApp</i> (PO3)	Seberapa sering anda memasarkan produk anda melalui <i>WhatsApp</i>	14

d. Uji Coba Kuisisioner

Kuisisioner yang telah dibentuk akan dilakukan uji coba kepada sebanyak 30 responden (Ferdinand, 2014). Pengujian tersebut berupa Validitas dan Reliabilitas. Kedua konsep itu menjadi penting karena peneliti akan berkerja dengan menggunakan instrumen-instrumen analisis lanjutan, pada dasarnya instrumen-instrumen tersebut mempersyaratkan pemenuhan kriteria validitas dan reliabilitas.

Uji validitas diuji menggunakan SPSS dengan persyaratan nilai koefisien korelasi  $> 0,3$  dinyatakan valid, tetapi jika nilai koefisien korelasi  $< 0,3$  maka dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2013). Hasil uji validitas ditampilkan pada tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.4  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Keterangan	R	R	Ket.
			Hitung	Minimal	
Kesuksesan Usaha	KU1	Peluang pasar	0,545	0,3	Valid
	KU2	Keunggulan persaingan	0,591	0,3	Valid
	KU3	Kualitas barang dan jasa	0,762	0,3	Valid
	KU4	Proses inovasi	0,816	0,3	Valid
Hubungan Komunitas	HK1	Pengalaman pragmatis	0,878	0,3	Valid
	HK2	Pengalaman hedonis	0,670	0,3	Valid
	HK3	Pengalaman kegunaan	0,728	0,3	Valid
	HK4	Pengalaman sosialisasi	0,756	0,3	Valid
Keterampilan Pekerja	KP1	Keterampilan teknis	0,664	0,3	Valid
	KP2	Keterampilan konsepsional	0,788	0,3	Valid
	KP3	Keterampilan sosialisasi	0,604	0,3	Valid
Pemasaran Online	PO1	Pemasaran <i>instagram</i>	0,600	0,3	Valid
	PO2	Pemasaran <i>facebook</i>	0,739	0,3	Valid
	PO3	Pemasaran <i>whatsapp</i>	0,475	0,3	Valid

Sumber : Hasil olah data 2021

Berdasarkan tabel 3.4 dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini mempunyai koefisien korelasi diatas 0,3 sehingga dinyatakan valid.

Pengujian reliabilitas menggunakan aplikasi statistik SPSS. Uji reliabilitas dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,600 (Ferdinand, 2014). Adapun hasil uji reliabilitas data dilihat pada tabel 3.5 berikut.

Tabel 3.5.  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Interval Reliabilitas	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kesuksesan Usaha (KU)	0,600	0,805	Reliabel
Hubungan Komunitas (HK)	0,600	0,820	Reliabel
Keterampilan Pekerja (KP)	0,600	0,810	Reliabel
Pemasaran Online (PO)	0,600	0,825	Reliabel

Sumber : Hasil olah data 2021

Pada tabel 3.5 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Cronbach's Alpha yang cukup besar yakni diatas 0,600 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuisisioner adalah reliabel sehingga dapat dinyatakan layak untuk digunakan sebagai alat penentu pengukur data.

### 3.7. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah didapat dari data primer dengan penyebaran kuisisioner. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah model tertutup yang sudah disediakan jawaban sehingga responden hanya tinggal mengisi jawaban yang telah disediakan yang sesuai dengan pendapat responden tersebut.

Penyebaran kuisisioner tersebut nantinya akan dilakukan secara online dan offline. Penyebaran online dilakukan dengan cara menggunakan *google form* yang disebarakan melalui media sosial aplikasi *WhatsApp*. Sedangkan untuk penyebaran kuisisioner secara *offline* dengan cara memberikan kepada responden secara

langsung. Data hasil dari responden ini nantinya akan di evaluasi kembali untuk menentukan layak tidaknya jawaban dari responden yang telah diisyaratkan.

### **3.8. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial yang telah dikumpulkan dalam penelitian (Ferdinand, 2014). Secara detail kedua statistik yang digunakan sebagai berikut:

#### **3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif yang digunakan akan memberikan gambaran data yang dikumpulkan dalam penelitian (Ferdinand, 2014). Dimana analisis ini digunakan dengan menggunakan distribusi frekwensi, statistik rata-rata, dan angka indeks.

#### **3.8.2. Analisis Statistik Inferensial**

Analisis statistik inferensial dalam penelitian ini menggunakan teknik statistik inferensial parametrik dengan menggunakan analisis regresi SPSS (Ferdinand, 2014). Beberapa tahapan yang dilakukan yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan evaluasi hasil regresi (koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji kelayakan model (uji F) dan uji hipotesis (Uji-t). Adapun penjelasan dari langkah tersebut adalah sebagai berikut:

##### **a. Uji Asumsi Klasik**

Pengujian asumsi dibagi menjadi beberapa pengujian (Ferdinand, 2014) yaitu pengujian multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan normalitas. Penelitian ini tidak menguji autokolerasi karena data yang digunakan bukan data *time*. Adapun masing masing pengujian dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Pengujian multikolinieritas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel independen. Uji multikolinieritas dengan SPSS dilakukan dengan uji regresi linier berganda, dengan patokan nilai VIF (*variance inflation factor*) dan koefisien korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik memiliki model yang didalamnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai VIF < 10, berarti tidak terdapat multikolinieritas. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat multikolinieritas dalam data (Ghozali, 2018)
- 2) Pengujian heterokedastisitas digunakan untuk menguji adanya variabel pengganggu yang tidak konstan. Pengujian heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode *glejser*. Metode ini dilakukan dengan meregresikan nilai *absolute* terhadap variabel independen lainnya. Jika  $\beta$  signifikan, maka terindikasi terdapat heterokedastisitas dalam model (Janie, 2012).
- 3) Pengujian normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik kolmogorov-smirnov melihat nilai *asympt.sig* pada hasil *output* SPSS. Apabila nilainya kurang dari 0,5, maka data berdistribusi normal (Ferdinand, 2014).

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan ketika variabel independen dalam regresi lebih dari satu. Tujuan regresi adalah untuk memperoleh nilai prediksi yang

baik dan sedekat mungkindengan nilai aktualnya. Model persamaan regresi linier berganda secara umum dirumuskan sebagai berikut (Janie, 2012):

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_k X_{ki} + e_i$$

Berdasarkan rumusan persamaan di atas, maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian menggunakan *output SPSS understandardized coefficient* dan dapat dibentuk melalui sebagai berikut:

$$KU = \beta_0 + \beta_1 KU + \beta_2 HK + \beta_3 PO$$

Keterangan:

KU = Kesuksesan Usaha

HK = Hubungan Komunitas

KP = Keterampilan Pekerja

PO = Pemasaran Online

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien beta Hubungan Komunitas

$\beta_2$  = Koefisien beta Keterampilan Pekerja

$\beta_3$  = Koefisien beta Pemasaran Online

### c. Evaluasi Regresi

Evaluasi regresi seperti yang dijelaskan dalam (Ferdinand, 2014), dilakukan untuk mengetahui seberapa baik hasil regresi penelitian kita. Evaluasi regresi dilakukan dengan memberikan penilaian seberapa baik (*goodness of fit*) model regresi menjelaskan variasi variabel independen melalui koefisien determinasi ( $R^2$ ). Kemudian menguji kelayakan model (uji F) dengan uji signifikansi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen (*overall fit*), serta melakukan uji

signifikansi (uji-t) pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu (*significance test*). Penjelasan dari masing-masing pengujian tersebut dengan menggunakan hasil *output* SPSS (Ferdinand, 2014) sebagai berikut:

- 1) Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan dengan melihat tabel *R Square* dan dibentuk prosentase total variasi dari variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi.
- 2) Uji kelayakan model (uji F) dilakukan dengan melihat tabel *ANOVA*. Apabila tingkat signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model yang diajukan merupakan model yang layak.
- 3) Uji signifikansi (uji-t) dapat diperoleh dari tabel *coefficients*. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka hipotesis yang diajukan diterima. Sebaliknya apabila lebih dari 0,05, maka hipotesis yang diajukan ditolak.