

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:13) yang mengungkapkan penelitian kuantitatif merupakan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari kontribusi media sosial, kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen yaitu peningkatan volume pendapatan (Y), maka dalam penelitian ini digunakan digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh antara variabel independen (X) yaitu kontribusi media sosial ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan Harga ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen (Y), yaitu peningkatan volume pendapatan.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek yang ada didalam penelitian ini berfokus terhadap kontribusi media sosial, kualitas produk dan harga serta peningkatan pendapatan pada produk Telur Asin *Junior Duck*. Selain Objek dalam penelitian ini subjek penelitian adalah para konsumen yang pernah membeli produk Telur Asin *Junior Duck*.

### 3.3 Jenis dan Sumber data

#### 3.3.1 Jenis Data

Data hasil penelitian yang dapat digunakan dalam pembuatan kebijakan, bila dilihat dari jenis sumbernya dapat dibagi menjadi data hasil penelitian lapangan (primer) dan data dokumentasi (sekunder) (Sugiyono, 2017:10). Jenis data dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer dan jenis data sekunder.

##### a. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2017:10) data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Secara khusus data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian.

Data primer dalam penelitian ini berupa pengisian kuisioner oleh responden yaitu konsumen yang membeli telur asin pada produk telur asin *Junior Duck*. Kuisioner ini berisi tentang kontribusi media sosial, kualitas produk dan harga terhadap peningkatan volume pendapatan.

##### d. Data Sekunder

(Sugiyono, 2017:10) berpendapat bahwa data sekunder disebut dengan data dokumentasi merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dicatat dan diperoleh dari pihak lain).

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi pustaka, buku – buku literatur, dan jurnal penelitian dan jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kontribusi media sosial, kualitas produk dan harga serta peningkatan volume pendapatan

### 3.3.2 Sumber Data

Menurut (Sugiyono, 2017:10) bila dilihat dari sumber kepemilikan datanya, data hasil penelitian lapangan maupun dokumentasi dapat dibagi menjadi data internal dan data eksternal. Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 macam yaitu data internal dan data eksternal.

#### a. Data Internal

Data internal adalah data hasil penelitian yang berasal dari lembaganya sendiri dan data itu menunjukkan kondisi lembaga tersebut (Sugiyono, 2017:10). Sumber data internal dalam penelitian ini adalah data profil usaha telur asin *Junior Duck*.

#### b. Data Eksternal

Menurut (Sugiyono, 2017:10) data eksternal adalah data hasil penelitian yang berasal dari luar lembaganya sendiri, Sumber data eksternal dalam penelitian ini adalah hasil data dari penyebaran kuisioner kepada responden yaitu konsumen yang membeli telur asin *Junior Duck*.

## 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

### 3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiono, 2017 : 136) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristis tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk telur asin *Junior Duck* dengan rata – rata jumlah konsumen yang membeli dalam satu hari sebanyak 15 orang. Maka rata – rata perbulan konsumen yang membeli sekitar kurang lebih 450 orang.

### 3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2017:137) 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, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Namun sampel yang diambil harus betul-betul representatif (mewakili), jika tidak mampu memilih sampel yang representatif maka dapat menimbulkan kesimpulan yang salah mengenai apa yang diteliti.

Menurut (sugiyono, 2017:139) berpendapat bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* dengan jenis metode *pursosive Sampling* yakni pemilihan sampel yang dianggap telah mengetahui dan menguasai banyak hal tentang objek yang diteliti. Adapun kriteria responden yaitu :

- a. Responden adalah konsumen telur asin *Junior Duck*.
- b. Responden adalah masyarakat Kecamatan Kunir

Dalam Penelitian ini model pengukuran sampel digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Roscoe yakni dalam buku *Research Methods for Business* yang dikutip dalam (Sugiyono, 2019:154-155) dan memberi saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut.

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 5 = 50$
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing 10 s.d 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yakni regresi linier berganda yaitu terdiri dari 3 (tiga) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang digunakan adalah  $15 \text{ responden} \times 4 \text{ variabel} = 60 \text{ responden}$ .

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

#### **3.5.1 Variabel Penelitian**

Menurut (Sugiyono, 2017:66) 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.

Crewell dalam (Sugiyono, 2017:67) berpendapat bahwa variabel adalah karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi yang bisa bervariasi antara orang dan organisasi yang diteliti.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 macam yaitu variabel independen dan variabel dependen.

a. Variabel Independen

Variabel independen atau dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat). (Sugiyono, 2017:68).

Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kontribusi media sosial (X1)
- 2) Kualitas produk (X2)
- 3) Harga (X3)

b. Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2017:68) Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah peningkatan volume pendapatn (Y).

### 3.5.2 Definisi Konseptual

a. Kontribusi Media Sosial (X<sub>1</sub>)

Menurut Sponder dan Khan (2018) dalam (Chaerani et al., 2020) media sosial adalah proses mengumpulkan dan menganalisis data dari jejaring sosial seperti *Facebook, Instagram, dan Twitter*. Ini banyak digunakan oleh pemasar untuk melacak percakapan online tentang produk dan bisnis

**b. Kualitas Produk ( $X_2$ )**

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:224) kualitas produk adalah bagaimana suatu produk memiliki nilai yang secara fisik dan psikologis dapat memuaskan pelanggannya, dan menunjukkan atribut atau kualitas yang terkandung dalam suatu barang atau hasil.

**c. Harga ( $X_3$ )**

Kotler dan Armstrong (2012) dalam (Hardiana, 2017) harga merupakan jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga merupakan jumlah seluruh nilai yang diberikan sang pelanggan buat menerima laba menurut mempunyai atau memakai suatu produk atau jasa.

**d. Peningkatan Volume Pendapatan (Y)**

Menurut Sodikin & Riyono (2014:37) dalam (Ii dan Pustaka, 2014) Penghasilan (*income*) merupakan kenaikan manfaat ekonomi selama periode pelaporan pada bentuk arus masuk, atau penurunan kewajiban yang menyebabkan kenaikan ekuitas yang menurut donasi penanam modal.

**3.5.3 Definisi Oprasional**

Definisi operasional adalah kegiatan pengukuran variabel penelitian dilihat berdasarkan ciri – ciri spesifik yang berada dalam indikator – indikator atau dimensi – dimensi variabel penelitian. (Widodo, 2017:82)

Variabel independen adalah variabel yang bisa mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan memiliki hubungan yang positif maupun yang negatif bagi variabel dependen. Adapun yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini yaitu:

### a. Kontribusi Media Sosial (X<sub>1</sub>)

Menurut Sponder dan Khan (2018) dalam (Chaerani et al., 2020) media sosial adalah proses mengumpulkan dan menganalisis data dari jejaring sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*. Ini banyak digunakan oleh pemasar untuk melacak percakapan online tentang produk dan bisnis. Terdapat dua indikator dalam menggunakan media sosial menurut (As'ad dan Alhadid, 2014) yaitu:

#### 1. *Interaction*

Di dalam media sosial memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih besar dengan melalui informasi yang selalu *up-to-date* serta relevan dari pelanggan.

#### 2. *Accessibility*

*Accessibility* mengacu pada kemudahan untuk mengakses menggunakan media.

Berdasarkan indikator tentang kontribusi media sosial, maka disusun kuesioner sebagai skala pengukuran, sebagai berikut:

1. Konsumen mudah mendapatkan informasi terbaru pada produk telur asin *Junior Duck* melalui media sosial.
2. Konsumen sangat mudah mengakses media sosial dalam melakukan distribusi

### b. Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:224) kualitas produk adalah bagaimana suatu produk memiliki nilai yang secara fisik dan psikologis dapat memuaskan pelanggannya, dan menunjukkan atribut atau kualitas yang terkandung dalam suatu barang atau hasil. Adapun beberapa indikator dari kualitas produk Menurut



(Rohmat, 2019:12-13) menyatakan bahwa Indikator Kualitas Produk adalah sebagai berikut :

1. Keandalan (*Reliability*)

Yakni kemungkinan kecil akan mengalami terjadinya kerusakan atau gagal pakai.

2. Ketahanan (*Durability*)

Yaitu berkaitan dengan berapa lama usia suatu produk tersebut bertahan.

Berdasarkan Indikator tentang kualitas produk, maka disusun kuesioner sebagai skala pengukuran, sebagai berikut:

1. Produk telur asin *Junior Duck* menjadi pilihan karena memiliki keandalan tinggi atau tidak mudah rusak.
2. Ketahanan pada telur asin *Junior Duck* sangat baik sehingga bisa bertahan selama 30 hari.

**c. Harga (X<sub>3</sub>)**

Kotler dan Armstrong (2012) dalam (Hardiana, 2017) harga merupakan jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga merupakan jumlah seluruh nilai yang diberikan sang pelanggan buat menerima laba menurut mempunyai atau memakai suatu produk atau jasa. Indikator yang digunakan dalam penetapan harga antara lain (Kotler & Armstrong, 2018) :

1) Penetapan harga jual

Penetapan harga yang berpusat pada pembeli yang efektif melibatkan pemahaman bagaimana konsumen menilai manfaat yang mereka dapatkan dari produk mereka dan menetapkan harga yang sesuai.

2) Elastisitas harga

Semakin kecil elastisitas permintaan, semakin besar kemungkinan penjual menaikkan harga.

3) Harga pesaing

Konsumen yang cenderung membeli produk berdasarkan penilaian harga dan nilai produk lain yang sejenis.

Berdasarkan indikator tentang harga, maka disusunlah kuesioner sebagai skala pengukuran sebagai berikut:

1. Penetapan harga jual pada telur asin *Junior Duck* kembali cenderung stabil.
2. Harga pada telur asin *Junior Duck* mengalami elastisitas
3. Harga yang ditawarkan produk telur asin *Junior Duck* mampu bersaing di dalam pasar sehingga konsumen lebih tertarik pada produk tersebut.

**d. Peningkatan Volume Pendapatan (Y)**

Menurut Sodikin & Riyono (2014:37) dalam (Ii dan Pustaka, 2014) Penghasilan (*income*) merupakan kenaikan manfaat ekonomi selama periode pelaporan pada bentuk arus masuk atau peningkatan aset, atau penurunan kewajiban yang menyebabkan kenaikan ekuitas yang menurut donasi penanam modal. Adapun beberapa indikator pendapatan menurut menurut (Forlin, 2015) di antara lain yaitu:

1. Rata – rata pendapatan

Pendapatan yang diperoleh perusahaan per unit *output* yang terjual.

2. Keuntungan meningkat

Keuntungan yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan perusahaan

### 3. Kebutuhan perusahaan

Pendapatan yang diperoleh akan digunakan untuk memenuhi biaya produksi pada perusahaan.

Berdasarkan indikator tentang peningkatan volume pendapatan maka disusun kuesioner sebagai skala pengukuran sebagai berikut:

- 1) Pemilik telur asin *Junior Duck* akan mendapatkan keuntungan sesuai jam kerjanya.
- 2) Pemilik telur asin *Junior Duck* dapat memaksimalkan produknya agar pendapatan dalam penjualan meningkat.
- 3) Dengan seimbang pendapatan pemilik telur asin *Junior Duck* dapat memenuhi kebutuhan perusahaan.

### 3.6 Penelitian

Instrumen penelitian menurut (Sugiyono, 2017:172) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti dengan demikian jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Untuk mengukur variabel dalam penelitian ini agar tidak terjadi kesalahan dalam menentukan langkah-langkah analisis data dan penelitian selanjutnya, peneliti menggunakan skala *Likert*.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data

kuantitatif. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2017:157-158).

Maka dalam penelitian ini dapat ditetapkan tabel instrumen yang diperoleh dari pengumpulan data yang diantaranya meliputi variabel, indikator, instrument, skala, dan sumber dapat dicermati dalam tabel berikut :

**Tabel 3. 1 Variabel, Indikator, Instrumen, dan Skala Penelitian.**

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1	Kontribusi Media Sosial (X1)	<i>Interaction</i>	Konsumen mudah mendapatkan informasi terbaru pada produk telur asin <i>Junior Duck</i> melalui media sosial.	Ordinal	(As'ad dan Alhadid, 2014)
		<i>Accessibility</i>	Konsumen sangat mudah mengakses media sosial dalam melakukan distribusi		
2	Kualitas Produk (X2)	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	Produk telur asin <i>Junior Duck</i> menjadi pilihan karena memiliki keandalan tinggi atau tidak mudah rusak.	Ordinal	(Rohmat, 2019:12-13)
		Ketahanan ( <i>Durability</i> )	Ketahanan pada telur asin <i>Junior Duck</i> sangat baik sehingga bisa bertahan selama 30 hari.		
3	Harga (X3)	Penetapan harga jual	Penetapan harga jual pada telur asin <i>Junior Duck</i> kembali cenderung stabil.	Ordinal	(Kotler & Armstrong, 2018)
		Elastisitas harga			

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		Harga pesaing	Harga pada telur asin <i>Junior Duck</i> mengalami kenaikan jika permintaan konsumen menurun.  Harga yang ditawarkan produk telur Asin <i>Junior Duck</i> mampu bersaing di dalam pasar sehingga konsumen lebih tertarik pada produk tersebut.		
4	Peningkatan Volume Pendapatan (Y)	Rata – rata pendapatan  Keuntungan meningkat  Kebutuhan perusahaan	Pemilik telur asin <i>Junior Duck</i> akan mendapatkan keuntungan sesuai jam kerjanya.  Pemilik telur asin <i>Junior Duck</i> dapat memaksimalkan produknya agar pendapatan dalam penjualan meningkat  Dengan seimbang nya pendapatan pemilik telur asin <i>Junior Duck</i> dapat memenuhi kebutuhan perusahaan.	Ordinal	(Forlin, 2015)

Sumber : Lovelock dan Wirtz dalam (indah et al., 2018)

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai *sumber*, dan berbagai *cara*. Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuisisioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2017:219).

### 3.7.1 Kuisisioner

Menurut (Sugiyono, 2017:225) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Kuisisioner ini dibagikan langsung kepada masyarakat yang membeli dan mengonsumsi produk telur asin *Junior Duck*. Dengan penyebaran kuisisioner ini diharapkan peneliti dapat memperoleh data yang akurat mengenai kontribusi media sosial, kualitas produk dan harga terhadap peningkatan volume pendapatan pada produk telur asin *Junior Duck*.

### 3.7.2 Observasi

Menurut (Sugiyono, 2017:229) observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuisisioner. Kalau wawancara dan kuisisioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek alam yang lain.

Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan mengamati secara langsung objek yang akan diteliti berupa kontribusi media sosial, kualitas produk, harga dan peningkatan volume pendapatan pada produk telur asin *Junior Duck*.

### 3.7.3 Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti,

dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2017:220). Wawancara dilakukan dengan berkomunikasi secara langsung kepada responden yaitu masyarakat yang membeli dan mengonsumsi telur asin *Junior Duck*.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Teknik analisa data merupakan kegiatan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisa data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik yang terdiri dari dua macam yaitu statistik *deskriptif* dan statistik *inferensial* (Sugiyono, 2015:253-254).

#### **3.8.1 Uji Intrumen Penelitian**

##### **a. Uji Validitas Data**

Valid dalam penelitian kuantitatif (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:36) berarti menunjukkan derajat ketepatan antara data yang terdapat di lapangan dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Menurut (Ghozali, 2013:52) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut.

(Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:39) Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan analisis korelasi *Product Moment* dengan mengkorelasi skor pada setiap item

dengan skor total sebagai jumlah skor item. Berikut rumus korelasi *Product*

*Moment* :

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

Keterangan:

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara butir dengan jumlah skor

$x$  : Skor butir

$y$  : Jumlah skor

$n$  : Banyaknya sampel

Menurut Sugiono (2012:178) analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor dari faktor dengan skor total. Jika korelasi setiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini bila korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak *valid*.

#### **b. Uji Reliabilitas Data**

Reliabilitas mengandung pengertian bahwa suatu indikator cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan. Reliabel artinya dapat dipercaya sehingga dapat diandalkan. Reliabilitas suatu indikator atau variabel menyangkut tiga faktor: *stable reliability*, *representative reliability*, dan *equivalence reliability*. (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:54)

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cornbach*. Menurut (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:61-62) metode *Alpha Cornbach* dapat



digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya merupakan rentangan antara beberapa nilai misalnya skala 1 sampai 10 atau antara 1 sampai 5. Rumus indeks reliabilitas *Alpha Cornbach* adalah sebagai berikut:

$$R = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

R = Indeks reliabilitas

K = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varians butir

$\sigma_t^2$  = Varians total

Menurut (Nugroho, 2015:33) indeks kriteria reliabilitas disajikan dalam bentuk tabel yaitu sebagai berikut.

**Tabel 3. 2 Indeks Kriteria Reliabilitas**

No	Interval <i>Alpha Cornbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1	0,00-0,20	Kurang Reliabel
2	0,201-0,40	Agak Reliabel
3	0,401-0,60	Cukup Reliabel
4	0,601-0,80	Reliabel
5	0,801-1,00	Sangat Reliabel

Sumber : (Nugroho, 2015:33)

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

#### a. Pengujian Normalitas Data

Tujuan dari uji normalitas yaitu untuk menguji data yang akan digunakan apakah dalam model regresi atau tidak. Juga terdapat cara lain untuk melakukan uji normalitas yakni dengan melihat normal *Probability plot* pada output SPSS,

persyaratan normalitas dikatakan terpenuhi jika nilai-nilai sebaran data terletak di sekitar garis lurus diagonal.

Terdapat dua pendekatan yang bisa dilakukan untuk menguji suatu data distribusi normal atau tidak (Sanjaya dan Hidayat 2018:7). Pendekatan pertama: Grafik, jika penyebaran data (titik) disekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Pendekatan kedua yaitu *Kolmogorov Smirnov*, dasar pengambilan keputusan yakni sebagai berikut :

1. Nilai Probabilitas  $> 0,05$ , maka hal ini berarti bahwa data tersebut berdistribusi normal.
2. Nilai Probabilitas  $< 0,05$ , maka hal ini berarti bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

Uji normalitas dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan *Kolmogorov Smirnov*.

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Menurut (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:141) Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikuti sertakan dalam regresi linier. Dalam analisis regresi, suatu model harus terbebas dari gejala multikolinieritas dan untuk mendeteksi apakah suatu model mengalami gejala multikolinieritas maka dapat dilihat pada:

1. Tidak konsistennya antara koefisien regresi yang didapat pada teori yang digunakan. Seperti nilai koefisien regresi yang dihasilkan oleh perhitungan

menghasilkan nilai negatif, sedangkan teori yang digunakan menunjukkan bahwa koefisien regresi bernilai positif.

2. Nilai R-Square semakin membesar, padahal dalam pengujian parsial tidak ada pengaruh atau nilai signifikan  $> 0,05$ .
3. Terjadi perubahan yang berarti pada koefisien model regresi. Misalnya nilai menjadi lebih besar atau kecil jika dilakukan penambahan atau pengurangan sebuah variabel bebas dari model regresi.
4. *Overestimated* dari nilai standar eror untuk koefisien regresi.

Untuk mengetahui apakah suatu model regresi yang dihasilkan mengalami gejala multikolinieritas, dapat dilihat pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Model regresi yang baik, jika hasil perhitungan menghasilkan nilai VIF  $< 10$  dan bila menghasilkan nilai VIF  $> 10$  berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius di dalam model regresi. Selain itu, bisa juga dideteksi dari nilai *tolerance*, yaitu jika nilai *tolerance* mendekati 1, maka model terbebas dari gejala multikolinieritas.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model pengujian seperti regresi linier berganda, data harus terbebas dari heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas berarti variansi residual tidak sama dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variansi residual harus bersifat heteroskedastisitas yaitu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat. (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:138-139)

Menurut (Ghozali, 2013:134) cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatterplot* dengan dasar analisis:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola-pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda menurut (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:157) merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen Y. Secara umum model regresi linier berganda untuk populasi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Variabel dependen

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi variabel independen

$X_1$  = Variabel independen 1

$X_2$  = Variabel independen 2

$X_3$  = Variabel Independen 3

e = Error

Persamaan analisis regresi berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

$$PVP = \alpha + \beta_1 KMS + \beta_2 KP + \beta_3 H + e$$

Keterangan:

Y = Peningkatan volume pendapatan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi variabel independen

KMS = Kontribusi Media Sosial

KP = Kualitas Produk

H = Harga

$e$  = Error

Tujuan analisis regresi linier berganda adalah untuk mengukur intensitas hubungan antara tiga variabel independen (X) yaitu kontribusi media sosial, kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen (Y) peningkatan pendapatan.

#### 3.8.4 Uji Hipotesis

Setelah memperoleh persamaan regresi linier berganda, selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (kontribusi media sosial, kualitas produk dan harga) terhadap variabel dependen (peningkatan volume pendapatan). Dan variabel manakan diantara variabel independen yang dominan terhadap variabel dependen.

##### a. Uji t (Uji Parsial)

Menurut (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:168) uji t-parsial digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Dalam pengujian ini ingin diketahui apakah jika secara terpisah, suatu variabel X masih memberikan kontribusi secara signifikan terhadap variabel terikat Y.

Berikut langkah – langkah dalam pengajuan hipotesis:

1. Membuat hipotesis pada penelitian (H1, H2, dan H3)

(a) Hipotesis pertama

H1 : Terdapat pengaruh kontribusi media sosial terhadap peningkatan volume pendapatan pada produk telur asin *Junior Duck*

(b) Hipotesis kedua

H2 : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap peningkatan volume pendapatan pada produk telur asin *Junior Duck*

(c) Hipotesis ketiga

H3 : Terdapat pengaruh harga terhadap peningkatan volume pendapatan pada produk telur asin *Junior Duck*

2. Menentukan *level of signifikan* dengan  $\alpha = 5\%$

3. Menentukan kriteria pengujian:

Jika nilai thitung > nilai t tabel maka Hipotesis (H) diterima

Jika nilai thitung < nilai t tabel maka Hipotesis (H) ditolak

4. Menghitung nilai statistik (thitung) dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\text{koefisien } \beta}{\text{standart error}}$$

5. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil thitung dengan ttabel

#### **b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Ghazali (2013) dalam Listyawati (2017) koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) biasanya dinyatakan dalam bentuk presentase (%). Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) yang digunakan adalah *R Square*. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah antara 0 dan 1. Model yang baik menghasilkan nilai  $R^2$  yang tinggi diatas 80%. Model *R Square*.