BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh penggunaan instagram dan pemilihan lokasi terhadap minat beli konsumen pada usaha clothing Maternal Disaster. Sugiyono (2011:32) berpendapat bahwa objek penelitian yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Made (2006:39), objek penelitian (variabel penelitian) adalah karakteristik tertentu yang mempunyai nilai, skor, atau ukuran yang berbeda untuk unit atau individu yang berbeda atau merupakan konsep yang diberi lebih dari satu nilai.

Berdasarkan definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa objek penelitian adalah suatu sasaran ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu untuk mendapatkan data tertentu yang mempunyai nilai, skor atau ukuran yang berbeda. Penulis menjadikan penggunaan instagram dan pemilihan lokasi sebagai acuan untuk meningkatkan minat beli konsumen.

3.2. Metode Penelitian

Sugiyono (2011:2) menjelaskan bahwa “metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif karena penulis ingin mendeskripsikan pengaruh

penggunaan instagram dan pemilihan lokasi terhadap minat beli. Data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterprestasikan.

Metode deskriptif menurut Sugiyono (2012:7) adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan *variable* mandiri, baik hanya pada satu *variable* atau lebih (*variable* yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari variable itu dengan variable lain.

Pengertian metode verifikatif menurut Sugiyono (2012:8) diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner Sebagai Alat Pengumpulan Data.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Moh. Nazir (2005:84) yaitu : "Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian". Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk melakukan desain penelitian diperlukan sebuah proses.

Menurut Sugiyono (2009:13) penjelaskan proses penelitian disampaikan seperti teori sebagai berikut :

1. Sumber masalah
2. Rumusan masalah

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Pengajuan hipotesis
5. Metode penelitian
6. Menyusun instrument penelitian
7. Kesimpulan.

Berdasarkan penjelasan proses penelitian diatas langkah-langkah yang akan dilakukan penulis dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dari tujuan luas jangkauan (scope), dan hipotesis untuk diuji pada usaha clothing Maternal Disaster.
2. Merumuskan Masalah yang terjadi pada usaha clothing Maternal Disaster berupa pertanyaan – pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data.
3. Konsep dan Teori yang relevan dan Penemuan yang Relevan guna menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara (berhipotesis) maka, peneliti dapat membaca referensi teoritis yang relevan dengan masalah dan berfikir.Selain itu penemuan penelitian sebelumnya yang relevan juga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan jawaban sementara Memilih prosedur dan teknik yang digunakan terhadap masalah penelitian (hipotesis). Telaah teoritis mempunyai tujuan untuk menyusun kerangka teoritis yang menjadi dasar untuk menjawab atau pertanyaan penelitian yang merupakan tahap penelitian dengan menguji terpenuhinya kriteria pengetahuan yang rasional.

4. Pengajuan Hipotesis, Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (faktual) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat pada penelitian ini adalah pengaruh penggunaan instagram dan pemilihan lokasi usaha terhadap minat beli konsumen.
5. Metode Penelitian untuk menguji hipotesis, peneliti dapat memilih metode yang sesuai, pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisten yang dikehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dan kuantitatif.
6. Menyusun instrument penelitian yang digunakan sebagai alat pengumpul data. Pada penelitian ini untuk menguji adanya hubungan dari penggunaan instagram (Variabel Independen“X1”) dan pemilihan lokasi (Variabel Independen “X2”) terhadap minat beli (Variabel dependen“Y”) digunakan korelasi Analisis Regresi Berganda, dan untuk menguji pengaruh dari penggunaan instagram (Variabel Independen“X1”) dan pemilihan lokasi (Variabel Independen “X2”) terhadap minat beli (Variabel dependen“Y”) digunakan koefisien determinasi.
7. Kesimpulan merupakan langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah, dengan menekankan

pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat digambarkan desain dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	Descriptive	Descriptive dan Survey	Konsumen Maternal	Cross Sectional
T-2	Descriptive	Descriptive dan Survey	Konsumen Maternal	Cross Sectional
T-3	Descriptive	Descriptive dan Survey	Konsumen Maternal	Cross Sectional
T-4,5	Verifikatf	Explanatory Survey	Konsumen Maternal	Cross Sectional

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini di operasionalisasikan dalam dua variabel utama yaitu Variabel independent (bebas) adalah penggunaan media sosial instagram (X1) dan pemilihan lokasi usaha (X2) Sedangkan variable dependent (terikat) yaitu peningkatan minat beli konsumen (Y). Variabel keputusan konsumen tersebut digunakan untuk mengukur dan menganalisis tingginya pengaruh. Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel penelitian tersebut dapat dilihat dalam Tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Penggunaan Media Sosial Instagram (X_1)	penggunaan sosial media yang berhubungan dengan aktivitas *e-commerce*, dimana perusahaan menginginkan perubahan dari "trying to sell" menjadi "making connection" dengan pelanggan. Begitu juga dengan sosial media marketing membuat komunikasi dengan pelanggan menjadi lebih dekat, lebih mencoba menunjukan sebuah brand daripada mencoba untuk mengontrol image (Gordhamer, 2009).	Context	Seberapa menarik pesan yang disampaikan	Ordinal
		Communication	Tingkat kejelasan informasi	
		Collaboration	Tingkat umpan balik	
		Connection	Tingkat *follower* aktif	
Pemilihan Lokasi Usaha (X_2)	Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Fandy Tjiptono (2002: 92)	Keterjangkauan Lokasi.	Seberapa terjangkaunya lokasi	Ordinal
		Kelancaran akses menuju lokasi.	Tingkat kemudahan akses	
		Kedekatan lokasi.	Seberapa dekat lokasi dengan tempat tinggal atau tempat rutinitas harian	
Minat Beli Konsumen (Y)	minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk Kotler dan Keller (2003: 181).	Minat transaksional	Tingkat keinginan membeli	Ordinal
		Minat refrensial	Tingkat rekomendasi kepada orang lain	
		Minat preferensial	Tingkat memahami produk	
		Minat eksploratif	Tingkat pencarian informasi produk	

3.2.3 Sumber Dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Istilah data menunjuk pada ukuran atau observasi actual tentanghasil dari suatu investigasi survey, atau hasil observasi yang dicatat dan dikumpulkan, baik dalam bentuk angka ataupun jumlah dan bentuk kata-kata ataupun gambar (Ulber Silalahi, 2009:280). Berdasarkan sumbernya data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Data Primer Merupakan data yang diperoleh dari tangan pertama untuk dianalisis berikutnya untuk menemukan solusi atau masalah yang diteliti (Uma Sekaran 2006:242). Data primer dikumpulkan secara langsung untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian
2. Data Sekunder Sumber data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan (Ulber Silalahi, 2009:291). Data sekunder da pat diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai internet website, perpustakaan umum maupun lembaga pendidikan,

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono 2008:115). Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau bendayang menjadi

pusat perhatian untuk diteliti (Hermawan, 2006:143). Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah konsumen Maternal Disaster di Kota Bandung.

Tabel 3.3
Data penjualan produk Maternal Disaster tahun 2015

No	Bulan	Unit Terjual
1	Januari	415
2	Februari	478
3	Maret	543
4	April	684
5	Mei	450
6	Juni	425
7	Juli	397
8	Agustus	649
9	September	560
10	Oktober	591
11	November	514
12	Desember	608
Jumlah		6314

Sumber : Maternal Disaster

Pada tahun 2015 sebanyak 6314 unit terjual dengan rata – rata penjualan tiap bulan sebanyak 526 unit dengan asumsi

Menurut Sugiyono (2008:73), yang dimaksud dengan sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal hal tersebut disebabkan karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut.

Melalui pengambilan sampel yang representative, data yang diperoleh cenderung relative lebih akurat, memiliki ketelitian relative lebih tinggi dan data

relative lebih cepat dapat dikumpulkan bila dibandingkan dengan sensus. Agar memperoleh sampel yang representative dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Untuk menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin (Husein Umar,2008:141) yaitu sebagai berikut:

Rumus slovin tersebut adalah

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

(Husein Umar, 2008:141)

Ket : n = jumlah sampel
N = jumlah populasi
e = batas kesalahan yang ditoleransi (1% 5%, 10%)

$$=n = \frac{526}{1+526\,(0{,}1)^2}$$
$$=84{,}02=85$$

= 84,02

= 90 orang

Berdasarkan perhitungan diatas, maka ukuran sampel minimal (n) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 orang sedangkan penulis mengambil jumlah responden sebanyak 90 orang guna menghindari kecacatan data.

Menurut Winarno Sirakhmat (2002:100) bahwa, untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik. Hal tersebut bertujuan agar sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 85 orang responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses pengadaan data untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji

hipotesisyang telah dirumuskan.Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu

a. Data Primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

    1. Observasi (Pengamatan Langsung)

        yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian yang tidak hanya terbatas pada komunikasi dengan orang-orang tetapi juga mengamati objek-objek alam. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung di *flagship store* Maternal Disaster yang berada di jalan Wira Angun Angun no 4B Bandung untuk memperoleh data yang diperlukan. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan variabel penelitian. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan.

    2. Wawancara atau *interview*

        Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Penulis mengadakan hubungan langsung dengan pihak – pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Dalam teknik wawancara ini, penulis mengadakan tanya jawab kepada sumber yang dapat memberikan data atau informasi. Informasi itu berupa yang berkaitan dengan penggunaan media sosial instagram dan pemilihan lokasi usaha serta minat beli konsumen pada Maternal Disaster.

3. Kuesioner

menurut Sugiyono (2011:142), ―Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik. Kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditunjukkan kepada responden yang berhubungan dalam penelitian ini. Hasil dari kuesioner ini yaitu berupa data – data mengenai penggunaan media sosial instagram dan pemilihan lokasi usaha serta minat beli konsumen pada Maternal Disaster.

Teknik pengolahan data hasil kuesioner digunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai 5 sampai dengan 1. Pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan baik mengenai penggunaan instagram dan pemilihan lokasi serta minat beli, karena data ini bersifat ordinal maka selanjutnya nilai-nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan untuk setiap responden. Adapun kriteria pembobotan nilai untuk alternatif jawaban dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.4
Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Cukup (C)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber : Sugiyono (2007; 108)

b. Data sekunder ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

1. Dokumentasi

   Dokumentasi adalah cara yang dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan/laporan dan dokumen-dokumen lain yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti, dalam hal ini mengenai penggunaan media sosial instagram dan pemilihan lokasi usaha serta minat beli konsumen pada Maternal Disaster.

2. Studi Literatur

   Studi literatur adalah mengumpulkan data-data yang ada pada setiap variabel yang akan diteliti. Termasuk didalamnya mengumpulkan jurnal dan berbagai teori dari berbagai ahli dalam bidangnya serta penelitian terdahulu sebagai pedoman yang akan dilakukan penelitian berikutnya yang sejenis atau serupa.

3.2.4.1 Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar 2007:89). Suatu skala atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran.

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesahihan setiap item pernyataan dalam mengukur variabelnya. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah *Pearson Product Moment*. Dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel,}$ maka instrumen atau *item* pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel,}$ maka instrumen atau *item* pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Apabila nilai koefisien yang dsedang diuji lebih besar dari r tabel sebesar (0.3), maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut valid. Hasil uji validitas kuesioner untuk variabel yang diteliti disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3.5
Rekapitulasi Hasil Variabel Penggunaan medsos

Pernyataan	r korelasi	r kritis	keterangan
Pernyataan 1	0,332	0.30	Vallid
Pernyataan 2	0,643	0.30	Vallid
Pernyataan 3	0,525	0.30	Vallid
Pernyataan 4	0,521	0.30	Vallid

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Tabel 3.6
Rekapitulasi Hasil Variabel Pemilihan lokasi

Pernyataan	r korelasi	r kritis	keterangan
Pernyataan 1	0,598	0.30	Vallid
Pernyataan 2	0,354	0.30	Vallid
Pernyataan 3	0,416	0.30	Vallid

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Tabel 3.7
Rekapitulasi Hasil Variabel Minat Beli

Pernyataan	r korelasi	r kritis	keterangan
Pernyataan 1	0,381	0.30	Vallid
Pernyataan 2	0,343	0.30	Vallid
Pernyataan 3	0,451	0.30	Vallid
Pernyataan 4	0,561	0.30	Vallid

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Pada ketiga tabel di atas terlihat bahwa seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel memiliki koefisien validitas yang lebih besar dari r tabel sehingga seluruh item layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Realibilitas menunjukan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumentcukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data, karena instrument tersebut sudah baik. Sekaran (2010:203) mendefinisikan, pengukuran reliabilitas menunjukkan sejauh mana instrument dapat dipercaya (reliable) dan menghasilkan data yang dapat dipercayakan. Reliabilitas juga mengukur sejauh mana skala mampu menciptakan hasil yang konsisten jika pengukuran terhadap karakteristik tertentu.

Koefisien korelasi dapat bertanda positif (+) atau negatif (-), tetapi dalam pengukuran reliabilitas, koefisien reliabilitas yang besarnya kurang dari nol (0,00) tidak ada artinya karena interpretasi reliabilitas selalu mengacu pada koefisien reliabilitas yang positif. Untuk menghitung koefisien reliabilitas digunakan rumus

Alpha Cronbach :

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k-1)r}$$

Dimana :

α = koefisien reliabilitas

r = rata-rata korelasi antara faktor pembentuk sub variabel

k = jumlah faktor yang membentuk sub variabel

Untuk menghitungnya menggunakan bantuan SPSS 23 *for windows*, bila koefisien reliabilitas telah dihitung, setelah itu dibuat hipotesis :

Ho : Instrument penelitian tidak reliabel

Ha : Instrument penelitian reliabel

Dengan ketentuan : Jika r Alpha > r tabel maka Ho ditolak

Jika r Alpha < r tabel maka Ho diterima.

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menguji instrument sekali saja, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode Alpha Cronbach. Kuesioner dikatakan andal apabila koefisien reliabilits bernilai positif dan lebih besar dari pada 0.6. adapun hasil dari uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.8
Hasil uji reliabilitas kuesioner penelitian

Variabel	Indeks reliabilitas	Nilai kritis	Keterangan
Penggunaan medsos	0.773	0,6	Reliabel
Pemilihan lokasi	0.781	0,6	Reliabel
Minat beli	0.719	0,6	Reliabel

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Nilai reliabilitas butir pernyataan pada kuesioner masing-masing variabel yang sedang diteliti lebih besar dari 0.6 hasil ini menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan pada kuesioner andal untuk mengukur variabelnya,

3.2.4.3 Uji MSI (Methode of Successive Interval)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui

"*Methode of Successive Interval"* (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut:

a) Ambil data ordinal hasil kuesioner

b) Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya

c) Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.

d) Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.

e) Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*

$$\text{Means of Interval} = \frac{\text{Density at Lower limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area at Below Density Upper Limit} - \text{Area at Below LowerLimit}}$$

Dimana:

Means of Interval	= Rata-Rata Interval
Density at Lower Limit	= Kepadatan batas bawah
Density at Upper Limit	= Kepadatan atas bawah
Area Under Upper Limit	= Daerah di bawah batas atas
Area Under Lower Limit	= Daerah di bawah batas bawah

f) Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Minimal + 1

3.2.5 Rancangan Analisis Dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu uji signifikasinya (Sugiyono, 2005:143).

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval"* (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel peneliti menggunakan analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

3.2.5.1.3 Analisis Regresi dan Asumsi Klasik

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana :

Y = variabel dependen
X_1, X_2 = variabel independen
A = konstanta
β_1, β_2 = koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Pomosi media sosial (X_1) dan Pemilihan lokasi usaha/place branding (X_2), sedangkan variabel dependen adalah minat beli konsumen (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = variabel dependen
α = Konstanta dari persamaan regresi
β_1 = Koefisien regresi dari variable X_1,
β_2 = Koefisien regresi dari variable X_2,
X_1 = variabel independen
X_2 = variabel independen
ε = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (*multiple linear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas :

a) Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah garfik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (**Husein Umar, 2011:181)**.

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas

(*Asymtotic Significance*), yaitu :

a. Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal.

b. Jika probabilitas < 0,05 maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

b) Uji Multikolinieritas

Menurut **Frisch**, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinearitas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibatnya model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya **(Mandala, 2001:268-270 dalam Erwan Agus**

Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, 2011:198). Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah :

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.

2. Nilai standar *error* setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar *error* nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Menurut **Gujarati (2003: 362)**, jika nilai *VIF* nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut **Gujarati (2005:406)**, situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Rank Spearman yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat

heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

Selain itu, dengan menggunakan program SPSS, heteroskedastisitas juga bisa dilihat dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak membentuk pola tertentu yang teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.2.5.1.4 Analisis Korelasi

Pengertian analisis korelasi menurut Jonathan Sarwono (2006:37) adalah: "Analisis korelasional digunakan untuk melihat kuat lemahnya antara variable bebas dengan tergantung." Selain pengertian diatas analisis korelasi juga digunakan untuk mengetahui derajat korelasi antara kedua variabel, sehingga digunakan analisis korelasi product moment yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat, analisis korelasi ini dapat pula dihitung dengan menggunakan program SPSS 14 for Windows, sehingga diperoleh rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\} - \{n(\sum yi^2) - (\sum yi)^2\}}}$$

Dimana: $-1 \leq r \leq +1$

r = koefisien korelasi
x = variabel independen
y = variabel dependen
n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel dibawah ini.

Tabel 3.9
Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: Syahri Alhusin, 2003 : 157

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh *pemasaran media sosial* dan *pemilihan lokasi usaha* tehadap *minat beli konsumen*. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a. Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$thitung(x_{1,2}) = \frac{b_{1,2}}{se(b_{1,2})}$$

t_{hitung} diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis

H_1. $\beta = 0$, Tidak terdapat pengaruh *Variabel* X_1 terhadap *Variabel Y*.

H_1. $\beta \neq 0$, Terdapat pengaruh *Variabel X_1* terhadap *Variabel Y*.

H_2. $\beta = 0$, Tidak terdapat pengaruh *Variabel X_2* terhadap *Variabel Y*.

H_2. $\beta \neq 0$, Terdapat pengaruh *Variabel X_2* terhadap *Variabel Y*.

c. Kriteria pengujian

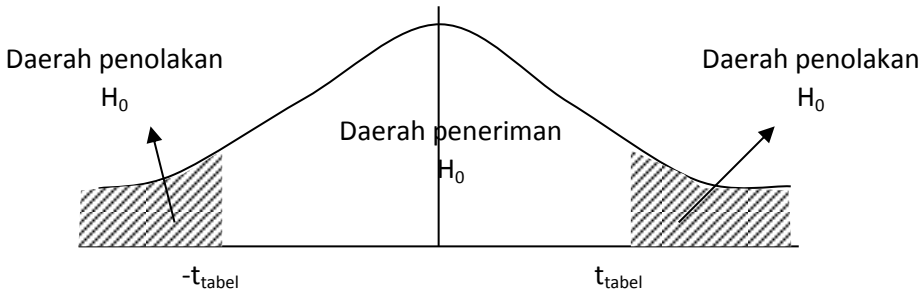
H_0 ditolak apabila t_{hitung}< dari t_{tabel} ($\alpha = 0{,}05$)

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria peneerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1 :

Gambar 3.2 Daerah penerimaan dan penolakan Ho



Sumber : Sugiyono (2009:185)