

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Berdasarkan waktu pengumpulannya, data dibedakan menjadi dua yaitu data *time series* dan data *cross section*. Pada penelitian ini penulis menggunakan data *cross section*, data ini berupa data penggunaan jasa wedding service pada masa pandemi.

2. Tempat Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan di Dewi Production yaitu jasa pernikahan yang ada di Kota Serang. Berdasarkan tempat yang peneliti ketahui dengan subjek yang diteliti adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa pernikahan di Dewi Production.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan kelompok elemen penelitian yang sumber datanya diperlukan.¹ populasi dari penelitian ini

¹ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 123

merupakan jumlah pengguna jasa yang pernah menggunakan jasa *wedding service* pada masa pandemi di Dewi Production kota Serang Banten. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen yang pernah menggunakan jasa pernikahan di Dewi Production kota serang periode selama pandemi berlangsung yaitu pada Maret 2020 sampai Juni 2021 yaitu berjumlah 82 orang. Dengan demikian populasi dalam penelitian ini berjumlah 82 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan jumlah dan karakteristik yang diambil dari populasi.² Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sensus/ *sampling* total dimana teknik pengambilan sampel dilakukan dengan mengambil seluruh anggota dari populasi.

C. Jenis metode penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif yang artinya yaitu penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan suatu objek atau suatu

² Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*, (Sleman : Deepublish, 2019), h.56.

fenomena dengan menggunakan angka-angka. Jenis penelitian ini digunakan untuk menggambarkan keadaan atau fenomena dengan data-data yang diperoleh. Adapun data yang diperoleh yaitu data primer dan sekunder.

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber yang diamati. Data primer ini diperoleh langsung dari sumbernya dengan cara kuesioner (daftar pertanyaan) yang dibagikan oleh peneliti dan diisi oleh responden yang disusun berdasarkan variabel-variabel yang ditentukan dan menjadikan jawaban itu sebagai salah satu alternatif. Daftar pertanyaan itu bisa berupa dengan pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup di sertai dengan alternatif jawaban sehingga responden tinggal memilih alternatif-alternatif jawaban tersebut.³ Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian dari kuesioner oleh customer-customer yang pernah menggunakan jasa *wedding service* di Dewi Produktion Kota Serang.

³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 225

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berupa informasi sudah ada sebelumnya, dan data ini juga diperoleh dengan cara studi kepustakaan yang meliputi penelitian terhadap buku-buku dan bahan yang lainnya yang berhubungan dengan pokok permasalahan penelitian.⁴ Pengambilan data sekunder pada penelitian ini yaitu diambil dari buku-buku, laporan, dan situasi yang berkaitan dengan permasalahan dari penelitian ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data. Dalam pengumpulan data pada penelitian ini peneliti menggunakan metode sebagai berikut :

1. Survei

Survei merupakan metode pengumpulan data dengan dengan cara menyusun dan menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada responden untuk mendapatkan

⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Met`odologi Penelitian.....*h.225

informasi data-data yang terkait hal ini bisa berbentuk sampel dari sebuah populasi.⁵

2. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu pertanyaan yang berisi tentang pandangan atau persepsi yang sedang diteliti. Angket juga merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden.⁶

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang disiapkan dan dikumpulkan oleh pihak lain yaitu berupa, buku-buku, jurnal, dan referensi lain yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan⁷

E. Teknik Analisis Data

1. Uji validitas dan reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat ukur yang menunjukkan keabsahan alat ukur. Uji validitas ini digunakan cara

⁵ Sugiyono. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif”*. (Bandung: Alfabeta, 2019). h.56

⁶ Sugiyono. *“Metode Penelitian”*... h. 142

⁷ Sugiyono. *“Metode Penelitian”*... h. 200

untuk mengetahui suatu kelayakan suatu pertanyaan-pertanyaan di dalam definisi suatu variabel.⁸ Uji validitas ini untuk mengukur suatu kuesioner dikatakan valid atau tidak, dan jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁹ Uji validitas ini yaitu dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk tingkat signifikansi 5 % dari *degree of freedom* (df) = $n-2$, dan n = jumlah sampel jika $> r$ tabel maka indikator itu dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yaitu indikator dari variabel.¹⁰ Suatu alat ukur dikatakan dapat dipercaya atau reliabilitas apabila alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dapat dipercaya serta dapat digunakan dalam peramalan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan

⁸ Sugiyono. “*Metode Penelitian*”... h. 159

⁹ Imam Ghozali. “aplikasi analisis Multivariate”. (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro,2018).h.51

¹⁰ Imam Ghozali. “aplikasi analisis.....h.45

program SPSS. Jika nilai Alpha $> 0,60$ maka data tersebut dapat dipercaya atau reliable.¹¹ Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* (α).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Ujian normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai *residual*, yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Adapun model distribusi yang terbaik adalah yang memiliki nilai yang *residual* yang terdistribusi secara normal. Dan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu metode grafik dan metode *one sample Kolmogorov smirnov*.¹²

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian *residual* yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik semestinya tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun macam-macam uji heteroskedastisitas

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), h. 221

¹² Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (Ponogoro: CV Wade Group, 2017), h. 112

adalah uji koefisien korelasi *spearman's rho*, melihat pola titik-titik pada grafik regresi, uji *park*, uji *white*, dan uji Glejser.¹³

c. Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, atau disebut juga untuk mengetahui adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak adanya multikolinearitas. Adapun konsekuensi apabila terdapat multikolinearitas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar. Ada beberapa metode uji multikolinearitas yaitu:

- a) Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2).
- b) Dengan melihat nilai *tolerance* dan *inflation factor* (VIF) pada model regresi.¹⁴

¹³ Rochmat Aldy Purnomo, , *Analisis Statistik*, h.125

¹⁴ Rochmat Aldy Purnomo, , *Analisis Statistik*, h.116

d. Uji Autokorelasi

Dalam suatu analisis regresi Uji autokorelasi dilakukan untuk melakukan pengujian apakah dalam linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu dalam periode sebelumnya atau disebut $t-1$. Jika terjadi problem diregresinya maka akan terjadi autokorelasi. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dibandingkan dengan tabel Durbin Watson (d_l dan d_u). Kriteria jika $d_u < d$ hitung $< 4-d_u$ maka tidak terjadi autokorelasi.¹⁵

3. Uji Hipotesis

1) Regresi linier berganda

Regresi linear berganda sebenarnya pengembangan dari regresi linear sederhana. Hanya saja pada analisis linear berganda agak kompleks, karena melibatkan banyak variabel bebas. Analisis linear berganda adalah hubungan linear antara satu atau lebih

¹⁵ Imam Ghozali. "aplikasi analisis.....h.111

variabel independen (X), dengan variabel dependen (Y).

Rumus regresi linear berganda sebagai berikut:¹⁶

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y : keputusan konsumen

a : Konstanta (apabila nilai X = 0)

X₁ : Promosi Melalui Media Sosial

X₂ : *Word of mouth*

e : Error

2) Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara parsial dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji t dilakukan pertama-tama menggunakan cara menentukan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, kemudian menentukan t hitung rumusnya sebagai berikut :¹⁷

¹⁶ Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif dan Regresi Linear Berganda dengan SPSS*, (Semarang : Semarang Univrsity Press, 2012), h.13.

¹⁷ Irma Riantika, Skripsi, “Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Daya Tarik, dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Dicurug

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

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi parsial

k = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah data

Hipotesis yang diuji adalah :

- 1) H_0 ditolak dan H_α diterima jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$
- 2) H_0 diterima dan H_α ditolak jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$

3) Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel *independent* yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dengan rumus sebagai berikut :¹⁸

$$F = \frac{\frac{R^2}{K}}{\frac{1-R^2}{(n-k-1)}}$$

Sidoharjo” (Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta:2016), h. 53

¹⁸ Brian Erianti Karunia Asri, “ Pengaruh *E-WoM*.....h. 74

Keterangan :

R^2 = Koefisien Korelasi Berganda

K = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah Anggota Sampel

dk = (n-k-1) Derajat kebebasan

Kriteria pengujian

- 1) Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

4) Koefisien Korelasi (R)

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengukur seberapa besar hubungan antara dua variabel serta uji koefisien korelasi ini menggambarkan kuat atau lemahnya suatu hubungan antara dua variabel

Tabel 3.1

Pedoman Uji Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

5) Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel yaitu variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun tujuannya dari uji ini yaitu untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen.¹⁹

4. Konsep Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.2

Konsep operasional variabel penelitian

Nama Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Sosial Media (X1)	Social Media Merupakan konten berisi informasi yang dibuat oleh	1. Context (Jasa pernikahan Dewi Production melakukan 1. Promosi	Informasi yang diberikan tentang jasa pernikahan	Likert

¹⁹ Brian Erianti Karunia Asri, “ Pengaruh *E-WoM* dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Berdasarkan Persepsi Daya Tarik Wisata Menurut Karakteristik Demografis Pada Taman Wisata Alam Mangrove Pantai Indah Kapuk”, (Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta: 2018), h.70

Nama Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
	orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum.	dengan menggunakan disain yang menarik dan waktu penyampaian konten yang <i>Up date</i>)	Dewi Production dilengkapi dengan gambar sehingga menarik perhatian saya.	
			Saya melihat Up Date informasi terbaru tentang jasa pernikahan Dewi Production	Likert

Nama Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
		<p>2. <i>Communications</i></p> <p>Respons admin jasa pernikahan Dewi Production dan efektivitas jawaban yang disampaikan admin jasa pernikahan Dewi Production</p>	<p>Admin akun jasa pernikahan Dewi Production cepat merespons pertanyaan /mention dari followers</p>	Likert
			<p>Admin Akun jasa pernikahan Dewi Production menjawab pertanyaan dari</p>	Likert

Nama Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
			followers dengan baik dan mudah dipahami	
		<p>3. <i>Collaboration</i></p> <p>Keterlibatan <i>customer</i> dalam menanggapi promosi jasa pernikahan Dewi Production di instagram dan manfaat atas informasi yang di berikan jasa pernikahan Dewi Production melalui Akun</p>	<p>Informasi yang disampaikan jasa pernikahan Dewi Production melalui akun instagram saya menanggapi ya dengan <i>like</i> dan <i>comment</i></p>	Likert

Nama Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
		instagram	Akun instagram jasa pernikahan Dewi Production suatu pemenuhan kebutuhan atas informasi mengenai jasa pernikahan	Likert
		4. Connection Membangun hubungan yang berkelanjutan dan	Admin sudah membangun hubungan yang baik	Likert

Nama Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
			hubungan saya dengan jasa pernikahan Dewi Production semakin deka	
Word of Mouth (X2)	Word of Mouth merupakan bagian dari setrategi promosi dalam kegiatan pemasaran yang menggunakan “orang ke orang” yang	1. Membicarakan Berbicara atau membicarakan mengenai kemudahan dan ketepatan produk jasa pernikahan Dewi Production	Saya membicarakan kepada orang lain, kemudahan apa saja yang saya peroleh jika menggunakan jasa	Likert

Nama Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
	puas untuk meningkatkan kesadaran		pernikahan Dewi Production	
	produk dan menghasilkan tingkat penjualan tertentu. Komunikasi dari mulut ke mulut menyebar melalui jaringan bisnis, sosial dan masyarakat yang dianggap sangat berpengaruh.	2. Mempromosikan Mempromosikan kepada kalangan terdekat tentang keuntungan yang diperoleh ketika menggunakan jasa pernikahan Dewi Production	Saya mempromosikan pada kalangan terdekat, keuntungan apa saja yang saya dapat selama menggunakan jasa pernikahan Dewi Production	Likert

Nama Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
		3. Merekomendasi kan saran atau masukan kepada orang lain tentang poduk jasa pernikahan Dewi Production	Saya memberikan rekomendasi kepada teman-teman tentang poduk jasa pernikahan Dewi Production	Likert
		4. Menjual Meyakinkan orang lain yang memiliki persepsi negatif, untuk melangsungkan pernikahan pada masa pandemi	Meyakinkan beberapa kerabat yang memiliki persepsi negatif, untuk melangsungk	Likert

Nama Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
		(Budi Wiyono dalam Juwita Mariska Robot, 2015)	an pernikahan pada masa pandemi	
			Saya menyampaikan an beberapa kerabat produk yang didapat saat pernikahan dengan produk saat promosi itu sesuai	Likert
Keputusan	Keputusan konsumen	1. Perhatian (Attention)	Saya menaruh	Likert

Nama Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
konsumen (Y)	merupakan proses dimana konsumen melewati lima tahapan seperti pengenalan produk, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan pasca pembelian yang dimulai jauh sebelum pembeli aktual dilakukan dan memiliki	Pesan yang menarik perhatian merupakan suatu langkah awal bagi perusahaan dimana pesan tersebut akan dikenal, diketahui, dan diingat oleh konsumen	perhatian terhadap produk jasa pernikahan Dewi Production	
		2. Ketertarikan (Intrest) Pesan yang disampaikan menimbulkan perasaan ingin tahu, ingin mengamati, dan	Saya tertarik menggunakan jasa pernikahan Dewi Production karena adanya	Likert

Nama Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
	dampak yang lama setelah itu.	ingin mendengar serta melihat lebih seksama	kebutuhan atas tujuan yang harus dicapai	
			Saya akan mencari informasi dengan teliti mengenai jasa pernikahan Dewi Production	Likert
			Saya tertarik menggunakan produk jasa pernikahan Dewi	Likert

Nama Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
			Production karena kemudahan akses informasi	
		3. Keinginan (Desire) Bagaimana suatu iklan dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk memiliki produk yang diiklankan	Saya berkeinginan menggunaka n jasa pernikahan Dewi Production karena menurut saya jasa pernikahan Dewi Production	Likert

Nama Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
			dapat bermanfaat bagi saya	
		<p>4. Tindakan (Action)</p> <p>Adanya keinginan kuat konsumen sehingga terjadi pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk yang ditawarkan (Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, 2009</p>	<p>Saya memutuskan untuk menggunakan jasa pernikahan Dewi Production</p>	Likert

