**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

**3.1 Desain Penelitan**

Desain penelitian merupakan pedoman kerja penelitian agar dapat berjalan efektif dan efisien. Desain penelitian menurut Indrawati (2015:113) adalah rencana cetak biru *(blue print)* yang akan dilakukan peneliti terkait perumusan masalah, pengumpulan, pengukuran, pengolahan dan analisis data untuk menjawab pertanyaan penelitian sehingga tujuan penelitian tercapai.

 Menurut Winarno (2012:67) desain penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh pemasangan iklan di media social terhadap peningkatan volume penjualan pada produk lipstick Makeover (studi kasus pada masyarakat dusun v perumnas simalingkar kecamatan medan tuntungan).

**3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

**3.2.1 Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Jalan Damar Dusun V Perumnas Simalingkar Kec Medan Tuntungan, Kab Deli Serdang, Sumatra Utara.

**3.2.2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini dimulai pada bulan Desember 2019 s/d September 2020.

Adapun rencana penelitian sampai dengan penyelesaian skripsi ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

**Waktu Penelitian**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Jadwal Kegiatan** | **Bulan Pelaksanaan Penelitian 2020** |
| **Desember** | **Maret** | **Juni** | **Juli** | **Agust** | **Okt** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. | Pengajuan Judul |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2. | Penyusunan Proposal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3. | Seminar Proposal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4. | Pengumpulan Data |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7. | Sidang |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

 **3.3** **Populasi dan Sampel**

**3.3.1. Populasi**

Populasi menurut Sugiyono (2015:49) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian. Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian.

 Populasi dalam penelitian adalah para pelanggan pengguna *lipstick* merk Makeoverpada seluruh masyarakat wanita dusun V Perumnas Simalingkar Kecamatan Medan Tuntungan.Adapun populasi yang tercangkup dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat perempuan di Dusun V Perumnas Simalingkar yang berjumlah 565 orang (sumber: data kelurahan Perumnas Simalingkar).

**3.3.2. Sampel**

 Menurut Sugiyono (2016:81), “Sampel bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi”. Penelitian ini menggunakan teknik sampel berdasarkan kemudahan *(Conveniece/Accidental atau Incidental Sampling),* yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kebetulan saja. Elemen populasi yang di temui peneliti dan bersedia menjadi responden akan dijadikan sampel (Sahu, 2013:60). Melalui cara ini, sampel dipilih karena faktor kondisi, seperti keberadaan sampel pada tempat dan waktu yang tepat. Atau dengan kata lain, responden adalah orang yang kebetulan ditemukan di lapangan atau pun mudah untuk di temui atau di jangkau.

 Berdasarkan jumlah populasi diatas, penelitian ini menggunakan rumus slovin dalam menentukan sampel agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

 Rumus slovin dalam menentukan sampel dari populasi yaitu :

n = N

 1 + Ne2

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal

N = Jumlah populasi

e     = Persentase kelonggaran ketidaktelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa di tolerir, e = 10%.

 Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 565 orang, sehingga persentasi kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan perhitungan sebagai berikut :

n = 565

 1 + 236 (10%) 2

n = 565

 1 + 565 (0,1) 2

n = 565

 1 + 236 (0,01)

n = 565

 1 + 5,65

n = 565

 6,65

n = 84,96

 Jadi sampel dalam penelitian ini, jika di bulatkan menjadi 85 Orang perempuan dewasa.

**3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah **salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian** (Sugiyono, 2017). Alasan mengambil *Purposive sampling* karena menurut Sugiyono (2017) pengambilan sampel dikarenakan suatu pertimbangan tertentu seperti sifat-sifat populasi ataupun ciri-ciri yang sudah diketahui sebelumnya.

Adapun kriteria-kriteria teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Wanita masyarakat yang berdomisili di Dusun V Perumnas Simalingkar Medan.
2. Wanita yang telah berusia 17 tahun ke atas.
3. Wanita yang menggunakan produk *lipstick Makeover*,
4. Wanita yang mengenal atau memiliki akun media sosial seperti *Youtube, Whatsapp, facebook,* instagram dan lain sebagainya

**3.4. Metode Penelitian**

* + 1. **Pendekatan Penelitian**

 Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Deskriptif kuantitatif adalah jenis penelitian menggunakan kuesioner yang diperoleh dari sampel populasi kemudian penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan, dan diinterprestasikan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan mengenai pengaruh pemasangan iklan di media sosial terhadap peningkatan volume penjualan (Sugiyono 2013:21).

* + 1. **Objek Penelitian**

Menurut Erlina & Mulyani (2010:92), obyek penelitian adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Objek penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan *lipstick* merek *Makeover* dusun V Perumnas Simalingkar Medan.

* 1. **Variabel dan Indikator**
		1. **Variabel**

Menurut Sugiyono (2015:45) Variabel didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. Adapun macam-macam variabel menurut Sugiyono (2015:46) yaitu :

1. Variabel Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Iklan di Media Sosial (X).
2. Variabel Dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Peningkatan Volume Penjualan (Y).

**3.5.2 Indikator**

 Menurut Arikunto (2015:135), indikator adalah sesuatu yang menjelaskan tentang variabel dan akan dijadikan pokok perhatian dalam penelitian. Indikator dalam penelitian ini adalah:

Iklan di media sosial terdapat facebook dan instagram mencakup yaitu :

1. Materi iklan
2. Ilustrasi/gambar
3. Pesan Iklan

Peningkatan Volume Penjualan dalam media social mencakup yaitu :

1. Pencapaian Volume Penjualan
2. Mendapatkan Laba
3. Menujang Pertumbuhan Perusahaan
	1. **Definisi Operasional Variabel**

Definisi Operasional dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

**Tabel 3.2**

**Definisi Operasional Variabel**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Definisi** | **Indikator** | **Skala** |
| XMedia Sosial | Kaplan Andreas media sosial adalah kelompok dari aplikasi berbasiskan internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi web versi 2.0 yang memungkinkan terciptanya website yang interaktif. | 1. Materi Iklan: Ini bisa mencakup teks, gambar, video, atau tayangan slide. Individu juga bisa menambahkan tombol ajakan bertindak yang mendorong orang untuk melakukan tindakan tertentu, seperti Kirim Pesan atau Belanja Sekarang.
2. Ilustrasi/gambar: visualisasi dari suatu tulisan menggunakan teknik drawing, fotografi, lukisan, ataupun dengan teknik seni rupa lainnya yang lebih mengutamakan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud daripada bentuk.
3. Pesan Iklan: ide atau berita yang dikomunikasikan atau yang disampaikan kepada audience melalui media iklan.

Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (2015:40) | *likert* |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Definisi** | **Indikator** | **Skala** |
| YVolume Penjualan | Menurut Philip dan Kevin Keller pengertian media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. | 1. Pencapaian volume penjualan: secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk.
2. Mendapatkan laba: peningkatan kekayaan seorang investor sebagai hasil penanam modalnya, setelah dikurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan penanaman modal tersebut
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan: peningkatan aktiva perusahaan dari setiap periodenya.

Kotler (2012:138)  | *likert* |

* 1. **Skala Pengukuran Variabel**

Skala *likert* merupakan metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap subjek dan objek tertentu. Menurut Sugiyono (2015:46) “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.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka peneliti memberikan 5 alternatif jawaban kepada responden dengan menggunakan skala 1 sampai 5 setiap jawaban yang diberikan. Skor penilaian alternatif terhadap jawaban dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.3**

**Alternatif Jawaban Responden**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** | **Skor** |
| 1 | Sangat Setuju (SS) | 5 |
| 2 | Setuju (S) | 4 |
| 3 | Ragu-Ragu (RR) | 3 |
| 4 | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

*Sumber : Sugiyono (2016)*

* 1. **Uji Instrument Penelitian**

Menurut Sugiyono (2015:48) “Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukut fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Untuk memperoleh data-data, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket, yaitu cara memberi pertanyaan tertulis kepada masyarakat untuk di jawab.

* 1. **Uji Validitas**

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan suatu instrument. Jadi pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu instrument dalam menjalankan fungsi. Menurut Sugiyono (2015:455) “Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data *valid* dengan alat ukur yang digunakan dalam meneliti, yaitu kuisioner.

Ketentuan suatu instrument *valid* atau sahih apabila memiliki koefisien korelasi *Pearson Product Moment* (rhitung) > rtabel dengan taraf signifikan 5% (*a*=0,05). Adapun rumus *Pearson Product Moment*, yaitu:

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

Dimana :

n : Jumlah subjek

∑X : Skor Variabel (jawaban responden)

∑Y : Skor total dari variabel untuk responden ke-*n*

(∑X)² : Jumlah kuadrat skor ∑X

(∑Y)² : Jumlah kuadrat skor ∑Y

∑XY : Jumlah skor hasil kali X dan Y

∑X² : Jumlah skor hasil kuadrat dalam distribusi X

∑Y² : Jumlah skor hasil kuadrat dalam distribusi Y

**3.10 Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2015:456) “reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data dan temuan-temuan”. Reliabilitas instrument digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama. Setelah dilakukan uji validitas, maka selanjutnya adalah mengukur reabilitas dari butir pernyataan/pertanyaan. Untuk menguji keandalan kuesioner yang digunakan maka dilakukan analisis reabilitas berdasarkan koofisien *Croanbach Alpha*,

Koefisien *croanbach Alpha* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala indikator yang ada dengan keyakinan tingkat kendala. Indikator dapat diterima apabila koefisien alpha di atas 0,70. Menurut Ghozali (2013:47), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Croanbach Alpha>0,70*, Adapun rumus croanbach Alpha, yaitu:

$$r₁₁=\left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1-\frac{∑S\_{i}^{²}}{S\_{t}^{²}}\right]$$

Dimana:

r : Koefisien rebilitas instrument

k : Jumlah butir Pertanyaan

$∑S\_{i}^{²}$ : Jumlah varian butir

$∑S\_{t}^{²}$ : Jumlah varian total

* 1. **Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Arikunto (2015:137), “Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan dalam pengumpulan data”. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

 1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi objek penelitian pada Perumnas Simalingkar Dusun V Kecamatan Medan Tuntungan.

 2. Studi Dokumentasi

Studi Dokumentasi adalah melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari dokumen, buku-buku, literatur yang berhubungan dengan masalah yang di teliti.

1. Angket (Kuesioner) Menurut Sugiyono (2015:142), “Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.
	1. **Sumber Data**

Berdasarkan sumber pengambilannya atau menurut cara memperolehnya, data tergolong atas dua bagian, yaitu sebagai berikut :

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2015:64) data primer adalah : “Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.” Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini auditor eksternal.

1. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2015:65) data sekunder adalah : “Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.”

* 1. **Teknik Analisis Data**

 Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan analisis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:148), “analisis kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifvism,” digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian analisis data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

 Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatdigunakan persamaan:

* + 1. **Korelasi Sederhana**

Korelasi sederhana digunakan untuk mengetahuiderajat keeratan hubungan antara suatu variabel bebas dengan variabel terikat. Maka untuk mengukur derajat keeratan antara tiap-tiap variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan korelasi sederhana sebagai berikut: Untuk mengukur derajat keeratan antara X (Media Sosial) dan Y (Peningkatan Volume Penjualan). Hubungan antara dua atau lebih variabel bebas secara bersama-sama dengan satu variabel terikat.

Y = a + bX

Keterangan:

Dimana:
Y = Variabel Response atau Variabel Akibat (*Dependent*)
X = Variabel Predictor atau Variabel Faktor Penyebab (*Independent*)
a = konstanta
b = koefisien regresi (kemiringan); besaran Response yang ditimbulkan oleh Predictor.

* + 1. **Analisis Regresi Linier Sederhana**

 Menurut Priyatno (2015:224) “Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel independen dengan suatu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi”. Regresi sederhana bertujuan mempelajari hubungan antara dua variabel. Dua variabel ini dibedakan menjadi variabel bebas (X) dan Variabel tak bebas (Y). Adapun bentuk umum persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

Y = a + β1X1 + e

Keterangan :

Y= Variabel dependen

a = Nilai Konstanta

β = Koefisien regresi

X = Variabel independen

e = Error

* + 1. **Uji Determinasi**

Uji determinasi untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y) dengan bentk:

 D = R2 x 100%

Keterangan:

D = Koefisien determinasi

R = Koefisien Korelasi

(Sugiyono 2010:252)

* + 1. **Uji t**

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis yang akan diuji :

1. H0 : bi = 0

Artinya variabel X (Iklan Media Sosial) masing-masing secara parsial tidak berpengaruh terhadap Y (Peningkatan Volume Penjualan)

1. Ha : bi ≠ 0

Artinya variabel X (Iklan Media Sosial) berpengaruh terhadap Y (Peningkatan Volume Penjualan)

 Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika thitung>ttabel dan signifikan < 0,05, maka H0 ditolak Ha diterima
2. Jika thitung<ttabel dan signifikan > 0,05, maka H0 diterima Ha ditolak.
	* 1. **Uji F**

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

1. H0 : b = 0

Artinya variabel X (Iklan Media Sosial) secara simultan tidak berpengaruh terhadap Y (Peningkatan Volume Penjualan)

1. Ha : b ≠ 0

Artinya variabel X (Iklan Media Sosial) secara simultan berpengaruh terhadap Y (Peningkatan Volume Penjualan)

 Dasar Pengambilan Keputusan :

1. Jika Fhitung>Ftabel dan signifikan < 0,05, maka H0 ditolak Ha diterima
2. Jika Fhitung<Ftabel dan signifikan > 0,05, maka H0 diterima Ha ditolak.