

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausalis yaitu tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel independen dengan satu variabel dependen. Menurut Sugiyono (2016:37) penelitian kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi, disini ada variabel yaitu variabel independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi). Jenis penelitian ini menggunakan data kuantitatif karena data yang disajikan berhubungan dengan angka atau scoring. Data-data tersebut lalu kemudian dianalisis dan diolah kedalam bentuk analisis statistik untuk menguji hipotesis yang menjelaskan hubungan antar variabel independen yaitu *Personal Selling* (X1), *Digital Marketing*(X2) terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi di STIT Tanggamus (X3).

#### 3.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015).

#### 3.3 Populasi dan Sampel

##### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang

dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STIT Tanggamus yang berjumlah 309 mahasiswa.

### 3.3.2 Sampel

Konsep sampel dalam penelitian adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya secara representatif. Beberapa definisi sample menurut para ahli diantaranya, Sugiyono (2015) menyatakan bahwa : Sample adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sample ini dilakukan jika pada penelitian terdapat jumlah populasi yang besar dan memiliki keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian. Adapun kriteria pengambilan sample ini haruslah benar-benar representatif, sehingga data yang diambil dapat mewakili keseluruhan populasi yang ada. Arikunto (Akdon dan Hadi, 2005) mengatakan bahwa sample adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti)". Sample penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi.

### 3.3.3 Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *probability sampling* dengan menggunakan *proportional simple random sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, sedangkan *simple random sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2015). Pengambilan sampel tersebut dilakukan secara acak dengan cara mengambil beberapa perwakilan mahasiswa STIT Tanggamus. Dari 309 mahasiswa yang diberikan kuesioner peneliti hanya 121 kuesioner yang diterima. Sehingga 121 kuesioner tersebut yang diolah oleh peneliti.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian selalu terjadi proses pengumpulan data. Dalam proses pengumpulan data tersebut akan menggunakan satu atau beberapa metode. Jenis metode yang dipilih dan dalam pengumpulan data tentunya harus sesuai dengan sifat dan karakteristik penelitian yang dilakukan.

Dalam penelitian ini metode yang dilakukan dengan cara turun langsung ke lapangan penelitian untuk mengumpulkan informasi yang langsung dari sumbernya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner yang dibuat dengan google foam. Kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013). Kuesioner dalam penelitian menggunakan tipe pernyataan tertutup yaitu pernyataan yang mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pernyataan yang telah tersedia. Pertanyaan-pertanyaan pada angket tertutup menggunakan skala Likert 1-5 dengan menggunakan pertanyaan berskala. Jawaban untuk setiap instrumen skala likert mempunyai gradasi dari negatif sampai positif. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut diberi skor sesuai dengan tabel berikut:

Tabel 3.1 Skala Likert pada Pertanyaan Tertutup

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

### 3.5 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017) variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Penelitian ini memfokuskan variabel *personal selling* (X1) dan variabel *digital marketing*(X2) sebagai variabel yang mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi di STIT Tanggamus (Y), variabel-variabel tersebut terdapat langkah- langkah dari pemasaran yang dapat mempengaruhi perilaku calon mahasiswa. Variabel yang diteliti harus sesuai dengan permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.2 Tabel Overasional Variabel

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Konsep</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Personal Selling</i> (X1)	Kotler dan Armstrong (2010:496)	<i>Personal selling</i> merupakan bentuk presentasi secara lisan dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Prospecting</i></li> <li>b. <i>Preapproach</i></li> <li>c. <i>Approach</i></li> <li>d. <i>Presentation</i></li> <li>e. <i>Handling objection</i></li> <li>f. <i>Closing</i></li> <li>g. <i>Follow up</i></li> </ul>	Likert
<i>Digital Marketing</i> (X2)	Ryan (2009: 31)	<i>Digital Marketing</i> adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah <i>brand</i> atau produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Website</i></li> <li>b. Optimasi Mesin Pencari(SEO)</li> <li>c. <i>PPCadvertisin</i></li> <li>g</li> <li>d. Pemasaran</li> </ul>	Likert

		menggunakan media digital atau internet	afiliasi dan kemitraan e. Hubungan masyarakat online (OnlinePR) f. <i>SocialNetwork</i> g. <i>E-Mail Marketing</i> h. Manajemen hubungan konsumen	
Keputusan Calon Mahasiswa (Y)	Kotler (2012) Syamsi (2013)	Pengambilan keputusan adalah suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang mengungkap pada pemilihan jalur perbuatan antara beberapa pilihan yang tersedia	a. Tujuan. b. Identifikasi Alternatif c. Faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya d. Dibutuhkan sarana untuk mengukur hasil yang dicapai.	Likert

### 3.6 METODE ANALISIS DATA

#### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode yang dilakukan dengan cara menyusun data, mengelompokkannya, selanjutnya menginterpretasikan sehingga diperoleh gambaran yang jelas dan mengenai masalah yang diteliti, yaitu

mengenai pengaruh personal selling dan digital marketing terhadap keputusan calon mahasiswa mendaftar di STIT Tanggamus. Sugiyono (2007) dalam Sudarmanto (2013) statistik deskriptif akbrfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

### 3.6.2 Pengujian Instrumen Penelitian

#### 3.6.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. (Imam Ghozali, 2012). Misalnya dalam mengukur kinerja team promosi kampus di mata mahasiswa diukur dalam delapan pertanyaan berupa satu pertanyaan tiap indikator. Untuk mengukur variable *personal selling*, jawaban responden dikatakan valid apabila item-item dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam kuesioner tersebut. Dalam uji validitas dapat digunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dan dapat pula digunakan rumus teknik korelasi *Product Moment* (Husein Umar, 2012):

$$r = \frac{n(\sum x) - (\sum x \sum Y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana :

r	=	koefisien korelasi
n	=	jumlah observasi/responden
X	=	skor pertanyaan
Y	=	skor total

Untuk menafsirkan hasil uji validitas, kriteria yang digunakan adalah:

- 1) Jika nilai r hitung lebih besar (>) dari nilai r tabel maka item angket

dinyatakan valid dan dapat dipergunakan.

- 2) Jika nilai  $r$  hitung lebih kecil ( $<$ ) dari nilai  $r$  tabel maka item angket dinyatakan tidak valid dan tidak dapat dipergunakan.
- 3) Nilai  $r$  tabel dapat dilihat pada  $\alpha = 5\%$  dan db  $n - 2$ .

### 3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. (Imam Ghozali, 2012). Formula yang dipergunakan untuk menguji reliabilitas instrument dalam penelitian ini adalah Koefisien Alfa ( $\alpha$ ) dari Cronbach (1951) dengan *rumus Alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left\{ \frac{\sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right\}$$

Keterangan:

- $R_{11}$  : reliabilitas instrumen
- $K$  : banyaknya pertanyaan
- $\sigma_i^2$  : varian skor tiap item

Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai  $r$  alpha indeks korelasi.

#### 3.3 Tabel Interpretasi Nilai $r$ Alpha Indeks Korelasi

Koefisien $r$	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,0199	Sangat Rendah

Untuk menafsirkan hasil uji reliabilitas, kriteria yang digunakan adalah:

- 1) Jika nilai hitung  $\alpha$  lebih besar ( $>$ ) dari nilai  $r_{\text{tabel}}$  maka item angket dinyatakan reliabel, atau
- 2) Jika nilai hitung  $\alpha$  lebih kecil ( $<$ ) dari nilai  $r_{\text{tabel}}$  maka item angket dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat dipergunakan.
- 3) Nilai  $r_{\text{tabel}}$  dapat dilihat pada  $\alpha = 5\%$  dan  $db = n-2$

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk melihat atau menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### 3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, mempunyai distribusi normal atau tidak. Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen. Model yang paling baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dideteksi dengan analisis grafik histogram, *normal probability plot* dan uji non-parametrik *kolmogorov-smirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis. Gozali (2013) dasar pengambilan keputusan pada uji K-S ini adalah dengan melihat nilai probabilitas signifikansi data residual. Apabila nilai sig atau signifikan yang terdapat pada kolom *kolmogrov-Smirnov* lebih kecil 0,05 maka variabel ini tidak berdistribusi secara normal. Sebaliknya, bila angka probabilitas di atas 0,05 maka ditolak yang berarti variabel terdistribusi secara normal. Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

$H_0$  : data residual terdistribusi normal

$H_1$  : data residual tidak terdistribusi normal



### 3.6.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji suatu model regresi memiliki korelasi antar variabel independen atau tidak. Hubungan linier anatar variabel independen inilah yang disebut multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari multikolinieritas. Gozali (2013) deteksi terhadap ada tidaknya multikolinieritas yaitu (a) Nilai R square ( $R^2$ ) yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, tetapi secara individual tidak terikat, (b) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi (lebih 0,09), maka merupakan indikasi adanya multikolinieritas, (c) melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF), suatu model regresi yang bebas dari masalah multikolinieritas apabila mempunyai nilai *tolerance* kurang dari 0,1 dan nilai VIF lebih dari 10.

### 3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Gozali (2013) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan yang lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat dilihat melalui grafik *scatterplots* antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Apabila pola pada grafik ditunjukkan dengan titik-titik menyebar secara acak (tanpa pola yang jelas) serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Selain menggunakan grafik *scatterplots*, uji heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*. Jika nilai signifikansinya lebih dari nilai 0,05, maka model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

### 3.6.3.4 Uji Autokorelasi

Gozali (2013) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Autokorelasi dapat diketahui melalui uji Durbin–Watson (DWtest). Jika  $dW$  lebih kecil dibandingkan dengan  $d1$  atau lebih besar dari  $4-dU$  maka terdapat autokorelasi. Jika  $dW$  terletak di antara  $dU$  dan  $4-dU$ , maka tidak terdapat autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Keterangan:

$d1$  : nilai batas bawah tabel Durbin Watson

$du$  : nilai batas atas tabel Durbin Watson

### 3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Menurut Ghozali (2018), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan fungsional antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Bentuk persamaan regresi linear berganda menurut sebagai berikut :

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 ps + \beta_2 dm + e$$

Keterangan :

$Y_1$  : Keputusan mahasiswa melanjutkan studi di STIT Tanggamus

$X_1$  : *Personal Selling*

$X_2$  : *Digital marketing*

$\beta_0$  : Konstanta

$\beta_1, \dots, \beta_5$  : Koefisien Regresi

### 3.7 Pengujian Hipotesis

#### 3.7.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan varian variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol atau satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi varian variabel dependen (Ghozali, 2013). Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksikan varian variabel dependen. Bila terdapat nilai *adjusted*  $R^2$  bernilai negatif, maka *adjusted*  $R^2$  dianggap nol (0).

#### 3.7.2 Uji T

Ghozali (2013) Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung, proses uji t identik dengan Uji F (lihat perhitungan SPSS pada *coefficient regression full model* atau *enter*). Atau bisa diganti dengan uji metode stepwise t.

#### 3.7.3 Uji F

Ghozali (2013) uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen yang dimasukkan model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ). Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , jika  $F_{hitung} >$  dari  $F_{tabel}$ , ( $H_0$  di

tolak,  $H_a$  diterima) maka model signifikan atau bisa dilihat dalam kolom signifikansi pada anova (olahan dengan SPSS, gunakan uji regresi dengan metode enter atau full model). Model signifikan selama kolom signifikansi (%) < Alpha (kesiapan berbuat salah tipe 1, yang menentukan peneliti sendiri, ilmu sosial biasanya paling besar alpha 10%, atau 5% atau 1%). Dan sebaliknya jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka model tidak signifikan, hal ini juga ditandai nilai kolom signifikansi (%) akan lebih besar dari alpha.