

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif yaitu dilaksanakan guna menentukan nilai dari suatu variabel mandiri, satu atau lebih variabel dengan tidak adanya perbandingan, maupun hubungan dengan variabel lain yang diteliti dan di analisis yang nantinya memberikan hasil (Sugiyono, 2013:11). Sementara itu penelitian deskriptif menurut Basrowi & Suwandi (2008) yaitu penelitian dengan tujuan guna merangkum informasi terkini secara rinci serta menggambarkan gejala yang ada, kemudian mengidentifikasi masalahnya dan mengoreksi praktek dan kondisi yang ada, melakukan evaluasi ataupun perbandingan serta menentukan hal yang sebaiknya dilaksanakan dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman untuk menetapkan keputusan dan rencana di waktu mendatang. Selain itu Metode ini juga mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan kondisi terkini yang terjadi di SAU. Kondisi tersebut terkait dengan pemanfaatan *website* sebagai media promosi di SAU.

## 2. Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang dipilih peneliti tentang *internet marketing* dengan 2 sub variable yang diteliti yaitu 3 aspek informasi yang mempunyai dimensi antara lain *immediacy*, *personalisation*, dan *relevance* serta 5 komponen tampilan *website* dengan antara lain *the header*, *the navigation bar*, *the main body*, *the footer*, dan *the sidebar*.

## 3. Populasi dan Sampling

Populasi menurut Silalahi (2009) yaitu jumlah dari total seluruh unit yang terpilih oleh penulis dan dari unit tersebut sampel dapat terpilih dan menggambarkan seluruh subjek yang diteliti. Populasi yang diambil oleh peneliti adalah pengunjung yang mengunjungi *website* SAU yaitu sekitar 153 orang/ hari.

Sementara Baley dalam Mahmud (2011) menjelaskan untuk penelitian menggunakan analisis data statistik, ukuran sampel paling sedikit yaitu 30 responden. Menurut Sugiyono (2014:116) definisi sampel adalah jumlah dan ciri khas yang dipunyai oleh populasi itu. Untuk penentuan jumlah sampel dari suatu populasi, dengan menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{153}{1 + 153 (0,05)^2}$$

Keterangan :

$N$  : Ukuran populasi (153)

$n$  : Ukuran sampel

$e$  : Persentase kesalahan pengambilan sampel

Berdasarkan perhitungan diatas, sample yang menjadi responden adalah sebesar 110 responden.

Cara penentuan sampling yaitu probability sampling dengan teknik simple random sampling. Simple random sampling yaitu teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2001).

#### **4. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yaitu cara dalam mendapatkan data yang empiris melalui responden dan menggunakan metode tertentu (Silalahi, 2009). Teknik dan alat kumpul data yang digunakan pada penelitian ini antara lain:

##### **a. Wawancara Terbuka**

Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan manajemen SAU untuk mendapatkan data. Wawancara merupakan sebuah percakapan antara narasumber dengan pewawancara sehingga menghasilkan suatu informasi (Arikunto, 2010).

Alat kumpul yang digunakan yaitu berupa pedoman wawancara terbuka. Pedoman wawancara terbuka berfungsi sebagai salah satu media untuk mencari informasi tentang *website* [www.angklung-udjo.co.id](http://www.angklung-udjo.co.id) dari pihak Manajemen SAU. Penulis nantinya akan mewawancarai bagian dari divisi *Information Technology* (IT) ataupun *Marketing*.

b. Penyebaran Kuesioner Tertutup

Penyebaran kuesioner tertutup digunakan untuk mengetahui sejauh mana SAU memanfaatkan *website* sebagai media promosi dan informasi. Alat kumpul data yang digunakan yaitu berupa kuesioner *online* tertutup. Penulis menyebarkan kuesioner kepada pengunjung yang sedang berada di SAU. Sebelumnya meminta pengunjung mengisi kuisisioner, nantinya penulis akan mengedukasi terlebih dahulu kepada para responden mengenai pernyataan yang ada di dalam kuesioner tersebut. Tujuannya yaitu memberikan pemahaman mengenai pernyataan. Penilaian kuesioner dinilai menggunakan skala Likert yang umumnya terlibat dalam sebuah penelitian yang menggunakan kuesioner.

c. Observasi Tertutup

Observasi dilakukan untuk melihat keadaan faktual dari *website* SAU. Alat kumpul data yang digunakan antara lain berupa daftar periksa (*checklist*) tertutup ataupun dokumentasi.

## 5. Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah cara untuk menentukan seberapa jauh konsep dapat diukur dengan akurat pada studi kuantitatif (Heale & Twycross, 2015). Bivariate Pearson (*Pearson Product Moment*) merupakan teknik untuk pengujian validitas dalam sebuah penelitian.

Analisis Bivariate Pearson yaitu analisis yang dilakukan dengan melakukan penghubungan atau korelasi dari setiap skor dari item dengan total dari skor. Menurut Ridwan (2008), rumus korelasi PPM (*Pearson Product Moment*) yaitu :

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

Keterangan :

r<sup>hitung</sup> = Koefisien korelasi

ΣXi = Jumlah skor item

ΣYi = Jumlah skor total (seluruh item)

n = Total responden

Penulis sudah melakukan pengujian validitas instrumen kuesioner kepada 30 pengunjung SAU dengan total 24 butir pernyataan. Berdasarkan hasil yang diperoleh bahwa instrumen tersebut dinyatakan valid dengan alasan hasil korelasi setiap pernyataan melebihi r tabel yaitu > 0,361.

**TABEL 3.1**  
**HASIL VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

<b>UJI VALIDITAS</b>			
<b>Item</b>	<b>r Hitung</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Q1	,778**	0,361	Valid
Q2	,513**	0,361	Valid
Q3	,484**	0,361	Valid
Q4	,456**	0,361	Valid
Q5	,737**	0,361	Valid
Q6	,687**	0,361	Valid
Q7	,677**	0,361	Valid
Q8	,831**	0,361	Valid
Q9	,592**	0,361	Valid
Q10	,795**	0,361	Valid
Q11	,642**	0,361	Valid
Q12	,727**	0,361	Valid
Q13	,721**	0,361	Valid
Q14	,674**	0,361	Valid
Q15	,688**	0,361	Valid
Q16	,840**	0,361	Valid
Q17	,618**	0,361	Valid
Q18	,763**	0,361	Valid
Q19	,640**	0,361	Valid
Q20	,672**	0,361	Valid
Q21	,710**	0,361	Valid
Q22	,796**	0,361	Valid
Q23	,855**	0,361	Valid
Q24	,878**	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2020

## 6. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkaitan dengan konsistensi ukuran. Responden yang melengkapi instrumen penelitian diarahkan untuk mengukur motivasi yang harus memiliki respon yang sama setiap melengkapi pertanyaan (Heale & Twycross, 2015). Pengukuran uji reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach, yaitu :

$$r_{11} = \left[ \frac{n}{(n-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$	= Reliabilitas Instrumen
$\sum \sigma_i^2$	= Jumlah skor dari setiap item
$n$	= Total jumlah pertanyaan
$\sigma_t^2$	= Total varians

Penulis sudah melakukan pengujian reliabilitas instrumen kuesioner kepada 30 pengunjung SAU dengan total 24 butir pernyataan. Instrumen dinyatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas menunjukkan hasil sebesar 0,95 yang telah melebihi 0,60.

**TABEL 3.2**  
**HASIL RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

<b>Statistik Reliabilitas</b>	
<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>N</b>
0,954	24

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2020

## 7. Definisi Operasional Variabel

Operasional merupakan definisi yang membicarakan mengenai kondisi, bahan, serta prosedur yang diperlukan dalam melakukan identifikasi atau yang dihasilkan suatu acuan konsep yang didefinisikan (Silalahi, 2015).

**TABEL 3.3**  
**OPERASIONAL VARIABEL**

Operasional Variabel				
	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Alat Kumpul Data
<i>Internet Marketing</i>	1. Aspek Informasi	<i>Immediacy</i>	Kecepatan dalam menanggapi komentar	Kuesioner tertutup & pedoman wawancara terbuka
			Informasi website di-update secara berkala	Pedoman wawancara terbuka
			Ketepatan dalam memberikan informasi produk yang ditawarkan	Kuesioner tertutup & pedoman wawancara terbuka
		<i>Personalisation</i>	Kemampuan pengelola dalam memberikan keamanan pada saat pengunjung melakukan aktivitas	Kuesioner tertutup & pedoman wawancara terbuka
			Kemampuan dalam membuat pengunjung merasakan personalisasi	Kuesioner tertutup & pedoman wawancara terbuka
			Kemudahan dalam berkomunikasi secara personal	Kuesioner tertutup
		<i>Relevance</i>	Kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung	Kuesioner tertutup & pedoman wawancara terbuka
			Informasi website dapat dimengerti	Kuesioner tertutup
			Kelengkapan isi dari informasi yang diberikan	Kuesioner tertutup
			2. Tampilan Website	<i>The header</i>
Kecocokan tema website dengan kondisi lokasi	Kuesioner tertutup & ceklis tertutup			
<i>The navigation bar</i>	Website mendeskripsikan lokasi, dan kegiatan secara jelas			Kuesioner tertutup
	Tombol navigasi website			Kuesioner tertutup & ceklis tertutup



**TABEL 3.3**  
**OPERASIONAL VARIABEL**  
**(LANJUTAN)**

		<i>The main body</i>	Elemen gambar dan teks pada website menarik perhatian	Kuesioner tertutup & ceklis tertutup
			Website memuat konten-konten yang menarik	Kuesioner tertutup
			Informasi yang ada pada website terorganisir	Kuesioner tertutup
			Struktur informasi mudah dimengerti	Kuesioner tertutup & ceklis tertutup
			Kejelasan dalam menyampaikan informasi	Kuesioner tertutup & ceklis tertutup
			Kerapihan posisi elemen website	Kuesioner tertutup & ceklis tertutup
		<i>The footer</i>	Kelengkapan website sebagai menu sekunder dengan link yang terkait	Kuesioner tertutup & ceklis tertutup
			Website dikenali dan diakui	Kuesioner tertutup & ceklis tertutup
		<i>The sidebar</i>	Kejelasan berbagai informasi mengenai produk yang ditawarkan	Kuesioner tertutup & ceklis tertutup
			Kelengkapan informasi yang dinamis diberikan	Kuesioner tertutup

## 8. Analisis Data

Mengacu kepada latar belakang yang dijelaskan sebelumnya, penelitian mempergunakan teknik analisis statistik deskriptif dengan memakai tabel frekuensi dan garis kontinum. Penilaian kuesioner dilakukan dengan skala Likert. Berikut merupakan bobot penilaian pada kuesioner dalam penelitian ini:

**TABEL 3.4**  
**BOBOT PENILAIAN SKALA LIKERT**

No	<u>Alternatif Jawaban</u>	<u>Bobot Penilaian</u>	
		<u>Bila Positif</u>	<u>Bila Negatif</u>
1	<u>Sangat Setuju</u>	5	1
2	<u>Setuju</u>	4	2
3	<u>Cukup</u>	3	3
4	<u>Tidak Setuju</u>	2	4
5	<u>Sangat Tidak Setuju</u>	1	5

Sumber : Sugiyono (2013 : 94)

Untuk menganalisis suatu indikator, hitung frekuensi jawaban dari tiap kategori lalu jumlahkan. Lalu tiap indikator memiliki jumlah, selanjutnya untuk dibuat garis kontinum. Dalam menentukan jenjang interval, bisa memakai rumus dari oleh Sudjana (2005:79), yaitu:

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pertanyaan}}$$

Apabila nilai rata-rata sudah didapatkan, lalu hasil tersebut diinterpretasikan menggunakan tabel kontinum, sebagai berikut:

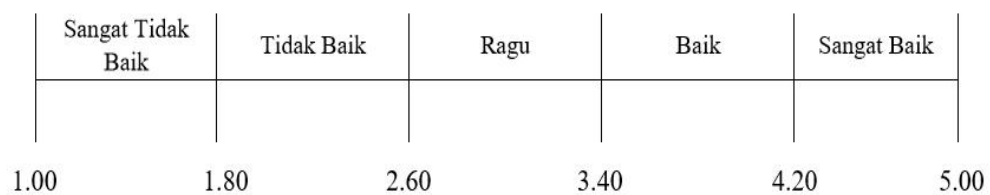
- a. Indeks Minimum : 1
- b. Indeks Maksimum : 5
- c. Interval : 5-1 = 4
- d. Jarak Interval : (5-1) : 5 = 0,8

**TABEL 3.5**  
**KATEGORI SKALA**

<u>Skala</u>		<u>Kategori</u>
1,00	1,80	<u>Sangat Tidak Baik</u>
1,81	2,60	<u>Tidak Baik</u>
2,61	3,40	<u>Cukup</u>
3,41	4,20	<u>Baik</u>
4,21	5,00	<u>Sangat Baik</u>

Sumber : Sugiono (2003:134)

**GAMBAR 3.1**  
**GARIS KONTINUM**



Kemudian penulis juga menggunakan SPSS 25.0 sebagai alat bantu untuk mengolah data temuan. Pandangan penelitian deskriptif dari John W. Creswell (2013) yaitu rumusan masalah dimana berkaitan sama pertanyaan pada variabel mandiri yaitu variabel yang berdiri sendiri, baik satu atau lebih variabel.

Dan unit analisis penelitian yaitu pengunjung dan media promosi. Pengunjung yang dijadikan bahan kajian yaitu pengunjung yang mengunjungi *website* SAU dengan media yang dikaji *website* SAU.

## 9. Jadwal Penelitian

**TABEL 3.6**  
**JADWAL KEGIATAN**

Kegiatan	Bulan																								
	Februari			Maret			April			Mei			Juni			Juli			Agustus						
Pembuatan TOR																									
Pengumpulan TOR																									
Bimbingan UPE																									
Pengumpulan UPE																									
Presentasi UPE																									
Revisi UPE																									
Pengumpulan Data																									
Pengelolaan Data																									
Penyusunan PA																									
Pengumpulan PA																									
Sidang PA																									
Revisi PA																									

Sumber : Data Olahan Penulis, 2020