

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal, karena ingin mengetahui hubungan sebab akibat variabel yang mempengaruhi dan variabel yang dipengaruhi (Sugiyono, 2013: 59). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

#### B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di *Home Industry* Mie Soun di desa Manjung Kabupaten Klaten, Jawa Tengah dan akan dilakukan pada bulan Januari hingga Maret 2019.

#### C. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi dari penelitian ini berjumlah 64 orang pengusaha industri mie soun yang terdapat di Kabupaten Klaten.

##### 2. Sampel

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling* dengan rumus Slovin, rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Tingkat Signifikansi (0,05) (Riduan & Kuncoro, 2012: 210)

Berdasarkan jumlah populasi dalam penelitian, maka:

$$n = \frac{64}{64(0,05)^2+1} = 55 \text{ orang pengusaha}$$

Maka, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 55 orang pengusaha mie soun Manjung, Klaten.

#### **D. Variabel Penelitian**

##### **1. Jenis Variabel**

###### **a. Variabel Terikat**

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari perubahan karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu tingkat pertumbuhan *Home Industry* (Y<sub>2</sub>).

###### **b. Variabel Bebas**

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menjadi sebab berubahnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu media sosial (X<sub>1</sub>) dan motivasi kerja (X<sub>2</sub>).

###### **c. Variabel Intervening**

Variabel intervening adalah variabel yang bersifat menjadi perantara (*mediating*) antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah kinerja karyawan (Y<sub>1</sub>).

##### **2. Definisi Operasional**

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel penelitian, yaitu:

- a. Yang dimaksud tingkat pertumbuhan *Home Industry* dalam penelitian ini adalah kenaikan pada pendapatan penjualan (omset) yang diterima oleh pengusaha mie soun Manjung. Pertumbuhan usaha tersebut diukur dengan selisih jumlah pendapatan perusahaan (omset) dari tahun 2017 – 2018 dan dijadikan dalam persentase. Serta tingkat pertumbuhan *Home Industry* tersebut dilihat dari segi nominal.
- b. Yang dimaksud media sosial disini adalah intensitas penggunaan jejaring sosial oleh pengusaha dalam berkomunikasi dengan konsumen (pemasaran) dan mencari informasi bisnis yang lain. Untuk mengukur penggunaan media sosial dengan menggunakan indikator sebagai berikut: publisitas, promosi, dan membangun hubungan. Penggunaan media sosial disini masih tahap aplikasi *WhatsApp* (WA). Pada penggunaan media sosial ini yang diteliti ialah pemilik usaha.
- c. Motivasi kerja adalah dorongan untuk semangat bekerja dari dalam diri karyawan yang dipersepsikan oleh pemilik usaha. Untuk mengukur motivasi kerja digunakan dimensi dan indikator sebagai berikut: kebutuhan fisiologis (upah, bonus) dan kebutuhan keamanan (kondisi kerja, keamanan kerja). Pada penelitian yang dinilai adalah karyawan, tetapi dilihat dari sudut pandang pemilik usaha (persepsi pengusaha).
- d. Kinerja karyawan adalah performa atau hasil kerja karyawan selama mereka bekerja dan yang menilai kinerja karyawan tersebut ialah pemilik usaha. Untuk mengukur kinerja karyawan digunakan

indikator sebagai berikut: kompetensi, disiplin, dan kerja tim. Pada penelitian yang dinilai adalah karyawan, tetapi dilihat dari sudut pandang pemilik usaha (persepsi pengusaha).

## **E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data**

### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Kuisisioner**

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup, yaitu kuisisioner yang jawabannya telah disediakan dan responden tinggal memilihnya. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh data variabel media sosial ( $X_1$ ), motivasi kerja ( $X_2$ ), dan kinerja karyawan ( $Y_1$ ).

#### **b. Dokumentasi**

Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang omset penjualan pengusaha *Home Industry* mie soun di Desa Manjung, Klaten.

### **2. Instrumen Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan angket yang berisi butiran pernyataan yang diberikan kepada responden untuk mendapatkan suatu jawaban atau tanggapan. Penelitian ini juga menggunakan dokumentasi yang diperuntukkan untuk mendapatkan data penelitian yang berupa omset pengusaha selama tahun 2017 sampai tahun 2018. Indikator tiap variabel akan diringkas dalam tabel kisi – kisi instrumen berikut:

**Tabel 3. Kisi – Kisi Instrumen**

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen	No item	Jumlah
Tingkat Pertumbuhan Usaha	Pendapatan	Selisih jumlah pendapatan perusahaan (omset) dari tahun 2017 – 2018.	Dokumentasi		
Pemanfaatan Media Sosial		• Publisitas	Angket	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8	8
		• Promosi	Angket	11, 13, 14, 15, 16, 18	6
		• Membangun hubungan	Angket	9, 10, 12, 17, 19, 20	6
Motivasi kerja	• Kebutuhan Fisiologis.	• Upah	Angket	21, 25, 26, 28	4
		• Bonus		22, 23	2
	• Kebutuhan Keamanan.	• Rasa Tanggung Jawab.	Angket	29, 30	2
	• Keamanan kerja	24*, 27		2	
Kinerja Karyawan		• Kompetensi	Angket	33, 34, 38, 40, 41	5
		• Disiplin		32, 35, 36, 37	4
		• Kerja tim		31*, 39	2

(\*) Pernyataan Negatif

Skala pengukuran dalam angket ini menggunakan skala likert. Dengan skala likert ini responden diminta untuk memberikan respon terhadap setiap pertanyaan maupun pernyataan yang tersedia dengan cara memilih salah satu alternatif jawaban yang dianggap benar. Setiap jawaban memiliki skor yang berbeda-beda, maka jawaban setiap item instrumen dapat diberi skor yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4. Skor Jawaban Instrumen**

No	Alternatif Jawaban	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
1	Sangat Setuju	Skor 4	Skor 1
2	Setuju	Skor 3	Skor 2
3	Tidak Setuju	Skor 2	Skor 3
4	Sangat Tidak Setuju	Skor 1	Skor 4

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji validitas instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir – butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan analisis faktor konfirmatori (CFA) dengan menggunakan *software SPSS* versi 21 *for windows*. Menurut Hair (2010) suatu instrumen dinyatakan valid apabila masing – masing nilainya  $> 0,50$ .

Layak atau tidaknya analisis faktor dilakukan, dapat dilihat dengan menggunakan uji *Kaiser Meyer – Olkin* (MSO). Apabila nilai indeks tinggi (berkisar antar 0,5 samapi 1,0) berarti analisis faktor layak dilakukan. Sedangkan jika nilainya dibawah 0,5 maka analisis faktor tidak dapat dilakukan (Ghozali, 2013). Jika nilai KMO dan uji *Bartlett's Test of Sphericity* menunjukkan signifikan, maka akan dilihat nilai *Anti-Image Corelation*. Apabila nilai *Anti-Image Corelation* suatu item lebih kecil dari 0,5, maka item tersebut harus dikeluarkan dari analisis faktor. Hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

#### a) Hasil analisis faktor variabel media sosial.

Tabel 3 tersebut menunjukkan bahwa nilai *Kaiser Meyer – Olkin* (KMO) sebesar 0,780 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Pada tabel *anti – image matrices correlation* (lampiran) menunjukkan bahwa terdapat 5 dari 20 item memiliki nilai item dibawah 0,5, sehingga 5 item

tersebut dibuang dan tersisa 15 item. Berdasarkan *total variance explained*, dari 15 item yang dianalisis menghasilkan 3 faktor.

**Tabel 5. KMO dan Uji Bartlett's Media Sosial**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,780
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	475,633
	Df	105
	Sig.	,000

Sumber: Data Primer, diolah pada 2019

Dari 15 item yang tidak valid sejumlah 2 item. Jadi dapat disimpulkan bahwa tersisa 13 item pernyataan yang layak digunakan untuk penelitian dan dapat dianalisis lebih lanjut. Sedangkan 2 item tersebut tidak digunakan dalam penelitian.

b) Hasil analisis faktor variabel motivasi kerja

Tabel 4 di bawah menunjukkan bahwa nilai *Kaiser Meyer – Olkin* (KMO) sebesar 0,694 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Pada tabel *anti – image matrices correlation* (lampiran) menunjukkan bahwa terdapat 1 dari 10 item memiliki nilai item dibawah 0,5, sehingga tersisa 9 item dan menghasilkan 4 faktor. Hasil uji coba instrumen media sosial diperoleh ukuran KMO dan uji Bartlett's sebagai berikut:

**Tabel 6. KMO dan Uji Bartlett's Motivasi Kerja**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,694
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	169,964
	df	36
	Sig.	,000

Sumber: Diolah pada 2019

c) Hasil analisis faktor variabel kinerja karyawan

Hasil uji coba instrumen media sosial diperoleh ukuran KMO dan uji Bartlett's sebagai berikut:

**Tabel 7. KMO dan Uji Bartlett's Kinerja Karyawan**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,702
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	286,365
	Df	45
	Sig.	,000

Sumber: Data Primer, diolah pada 2019

Tabel 5 tersebut menunjukkan bahwa nilai *Kaiser Meyer – Olkin* (KMO) sebesar 0,702 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Maka dapat diartikan bahwa jumlah sampel telah memungkinkan untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

Pada tabel *anti – image matrices correlation* (lampiran) menunjukkan bahwa terdapat 1 dari 11 item memiliki nilai item dibawah 0,5, sehingga 1 item tersebut dibuang dan tersisa 10 item. Berdasarkan *total variance explained*, dari 10 item yang dianalisis menghasilkan 3 faktor.

2. Uji reliabilitas instrumen

Uji realibilitas kuisisioner dapat dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi derajat ketergantungan dan stabilitas dari alat ukur. Pengujian reliabilitas terhadap seluruh pernyataan yang dipergunakan dalam penelitian ini akan menggunakan formula *Cronbach's Alpha*. Adapun rumus *Cronbach's Alpha* (Sugiyono, 2013: 365):



$$r = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Keterangan:

K = mean kuadrat antara subyek

$\sum S_i^2$  = mean kuadrat kesalahan

$S_t^2$  = varian total

Bentuk konsistensi hanya berlaku untuk instrumen yang memiliki lebih dari satu item karena mengacu pada bagaimana homogenitas item atau seberapa baik mereka mengukur satu konstruk. Koefisien *Alpha* adalah ukuran lain konsistensi internal. Indeks keandalan instrumen dengan formula *Alpha* yang digolongkan baik apabila nilai indeks lebih besar dari 0,7 agar dapat dikatakan bahwa instrumen sudah reliabel (Muijs, 2004). Hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

Variabel	Batas Normal	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Media Sosial	0,70	0,893	Reliabel
Motivasi Kerja	0,70	0,817	Reliabel
Kinerja Karyawan	0,70	0,891	Reliabel

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2019.

Tabel 9 menunjukkan bahwa semua item pernyataan dari variabel yang diteliti adalah reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. Jadi dapat disimpulkan bahwa instrumen media sosial, motivasi kerja, dan kinerja karyawan sudah reliabel.

## G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis jalur (*path analysis*).

### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari:

#### a. Uji Normalitas

Normalitas menunjuk pada pengertian adanya sebaran data yang normal. Normal dalam arti mengikuti asumsi distribusi normal sebuah sebaran data (Nurgiyantoro, dkk: 2017). Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Uji ini dilakukan dengan membandingkan distribusi kumulatif relatif hasil observasi dengan distribusi kumulatif teoritisnya. Kriteria penilaian adalah jika hasil uji data memiliki taraf signifikansi (Sig) > 5% atau 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal dan apabila signifikansi (Sig) data < 5% atau 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

#### b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier. Linieritas merupakan uji prasyarat untuk analisis regresi. Dimana uji ini dipakai untuk memastikan apakah ada hubungan yang linier antara data kedua atau lebih variabel yang diuji. Untuk melihat kelinieran dengan memerhatikan pedoman jalur *deviation from linearity*. Dinyatakan linier apabila indeks penyimpangan linieritas (*F Deviation from linearity*) > 0,05 (Nurgiyantoro, dkk: 2015, 201).

c. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas menunjuk pada pengertian bahwa antarvariabel independen saling berkorelasi secara signifikan. Jika terjadi korelasi atau ada hubungan yang linier diantara variabel independen, hal itu akan menyebabkan prediksi terhadap variabel dependen menjadi bias karena ada masalah hubungan di antara variabel-variabel independen tersebut. Jadi, pada analisis regresi seharusnya tidak terjadi masalah multikolinieritas (Nurgiyantoro, dkk: 2015). Ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance* (T). Jika nilai VIF < 10 dan nilai T > 0,01, maka tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pengujian dilakukan dengan uji *Glejser* dengan meregresi masing-masing variabel independen dengan absolute residual sebagai variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji *Glejser* adalah:

- 1) Jika nilai signifikansi < 5% (sig < 0,05) maka terdapat heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikasnsi > 5% (sig > 0,05) maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

## 2. Uji Hipotesis Penelitian

### a. Metode Analisis Jalur (*Path Analysis*)

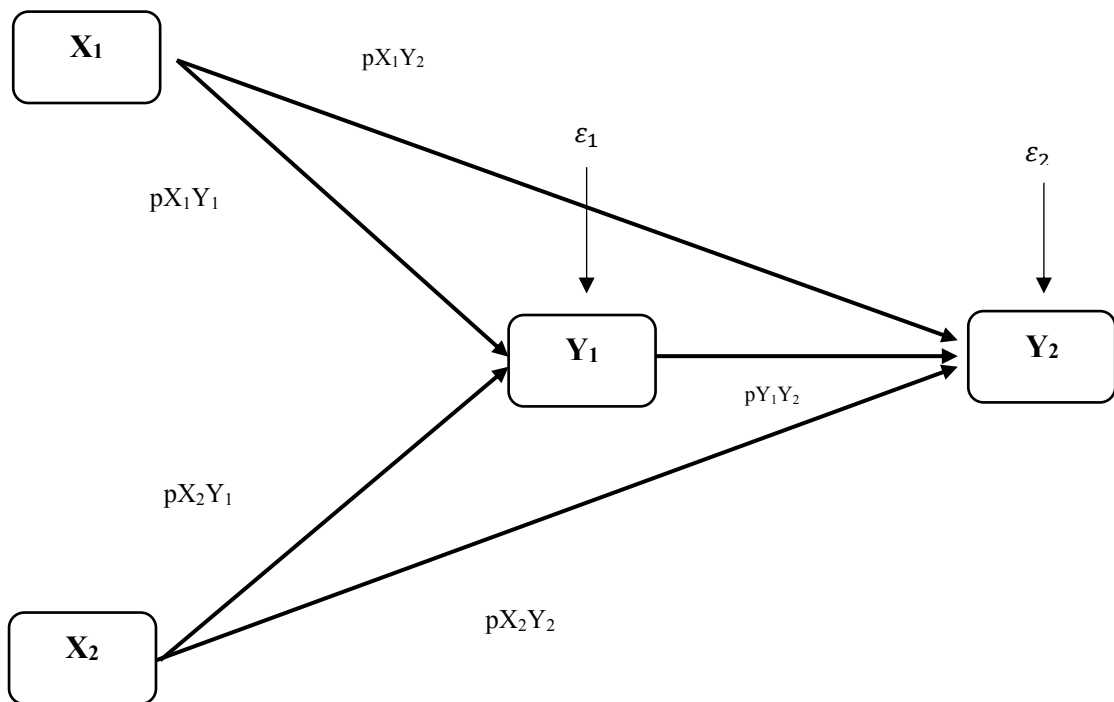
Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur yang digunakan untuk mengetahui hubungan variabel terikat dengan variabel bebasnya. Analisis jalur dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh tidak langsung variabel bebas (media sosial ( $X_1$ ) dan motivasi kerja ( $X_2$ )) terhadap variabel bebas (perkembangan usaha ( $Y_2$ )) melalui variabel intervening (kinerja karyawan ( $Y_1$ )). Serta apakah variabel bebas memiliki pengaruh signifikan atau tidak. Dengan kriteria  $H_0$  ditolak jika nilai probabilitas dari masing – masing variabel kurang 5% ( sig. < 0,05).

Analisis ini berguna untuk mencari koefisien jalur (*path coefficients*). Koefisien jalur (*path coefficients*) sesungguhnya adalah koefisien regresi yang telah dibakukan. Koefisien jalur adalah koefisien regresi standar (beta) yang menunjukkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang telah tersusun dalam diagram jalur. Apabila dalam diagram jalur terdapat dua atau lebih variabel, maka dapat dihitung koefisien parsialnya.

Dalam analisis jalur tersebut, dapat ditentukan strukturnya persamaan. Terdapat dua struktur persamaan, yaitu:

$$Y_1 = \alpha_1 + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon_1 \text{ (sebagai persamaan substruktur 1)}$$

$$Y_2 = \alpha_2 + b_3X_1 + b_4X_2 + b_5Y_1 + \varepsilon_2 \text{ (sebagai persamaan substruktur 2)}$$



**Gambar 2. Diagram Analisis Jalur**

Setelah menentukan struktur tersebut maka analisis dilakukan pada masing – masing substruktur.

1) Analisis substruktur 1

Pada bagian ini dilakukan analisis regresi untuk mengetahui pengaruh baik secara parsial maupun simultan. Hipotesis dalam analisis ini adalah ada pengaruh secara langsung media sosial dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Jika signifikansi penelitian  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak (Pardede dan Manurung, 2014: 58-79).

## 2) Analisis substruktur 2

Pada bagian ini dilakukan analisis regresi untuk mengetahui pengaruh baik secara parsial maupun simultan. Hipotesis dalam analisis ini adalah ada pengaruh secara langsung media sosial, motivasi kerja, dan kinerja karyawan terhadap tingkat pertumbuhan usaha *Home Industry* Mie Soun Manjung, Klaten. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Jika signifikansi penelitian  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak (Pardede dan Manurung, 2014: 58 – 79).

Untuk menghitung pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung dan pengaruh total. Maka dapat menggunakan formula sebagai berikut:

### 1) Pengaruh langsung

a) Pengaruh variabel media sosial terhadap kinerja karyawan.

$$X1 \rightarrow Y1 = \text{koefisien regresi standar (beta) 1}$$

b) Pengaruh variabel motivasi kerja terhadap kinerja karyawan.

$$X2 \rightarrow Y1 = \text{koefisien regresi standar (beta) 2}$$

c) Pengaruh variabel media sosial terhadap tingkat pertumbuhan usaha.

$$X1 \rightarrow Y2 = \text{koefisien regresi standar (beta) 3}$$

d) Pengaruh variabel motivasi kerja terhadap tingkat pertumbuhan usaha.

$$X2 \rightarrow Y2 = \text{koefisien regresi standar (beta) 4}$$

e) Pengaruh variabel kinerja karyawan terhadap tingkat pertumbuhan usaha.

$$Y1 \rightarrow Y2 = \text{koefisien regresi standar (beta) } 5$$

2) Pengaruh tidak langsung

a) Pengaruh variabel media sosial terhadap tingkat pertumbuhan usaha melalui kinerja karyawan.

$$X1 \rightarrow Y1 \rightarrow Y2 = \text{koefisien regresi standar (beta) } 1 \times \text{koefisien regresi standar (beta) } 5 = IE_1.$$

b) Pengaruh variabel motivasi kerja terhadap tingkat pertumbuhan usaha melalui kinerja karyawan.

$$X2 \rightarrow Y1 \rightarrow Y2 = \text{koefisien regresi standar (beta) } 2 \times \text{koefisien regresi standar (beta) } 5 = IE_2.$$

3) Pengaruh Total (Pengaruh Langsung + Pengaruh Tidak Langsung)

a) Pengaruh variabel media sosial terhadap tingkat pertumbuhan usaha melalui kinerja karyawan.

$$X1 \rightarrow Y1 \rightarrow Y2 = \text{koefisien regresi standar (beta) } 1 + IE_1 = TE_1.$$

b) Pengaruh variabel motivasi kerja terhadap tingkat pertumbuhan usaha melalui kinerja karyawan.

$$X2 \rightarrow Y1 \rightarrow Y2 = \text{koefisien regresi standar (beta) } 2 + IE_2 = TE_2.$$