BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Daerah Istimewa Yogyakarta yang tepatnya dilakukan pada Kota Yogyakarta. Kota Yogyakarta dipilih karena menurut penulis kota yang dianggap paling berkembang dalam hal perekonomiannya di Daerah Istimewa Yogyakarta serta telah disebutkan sebelumnya penelitian ini memiliki batasan, oleh karena itu dipilih lokasi penelitian tersebut. Lokasi kediaman penulis juga berada di Kota Yogyakarta sehingga memudahkan dalam pencarian data penelitian ini.

3.2 Populasi dan sampel

Populasi adalah ruang lingkup atau besaran karakteristik dari seluruh objek yang diteliti. Sampel adalah besaran karakteristik tertentu dari sebagian populasi. Dalam penelitian yang dilakukan ini populasinya adalah usaha kecil yang bergerak pada bidang jasa, produk, jasa dan produk, retailer, distributor dan jenis usaha kecil lainnya. Terdapat dua alasan mengapa peneliti memilih usaha kecil sebagai objek penelitiannya, pertama jumlah usaha kecil di Kota Yogyakarta yang terbilang tidak sedikit atau banyak memudahkan peneliti untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dari pemilik usaha kecil, manajer maupun karyawan. Alasan

kedua karna banyaknya bidang usaha kecil yang berada pada Kota Yogyakarta dapat menambah wawasan dan relasi peneliti tentang usaha kecil itu sendiri sehingga dikedepannya jika peneliti ingin membuka bisnis atau usaha sudah memiliki ilmu atau bekal untuk memulai dan mengelola suatu bisnis.

Metode yang digunakan dalam pengambilan atau pengumpulan sampel pada penelitian ini adalah metode *non-probability sampling*. Menurut Agusli dan Kunto (2013) metode pengambilan sampel dengan dengan menentukan target sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, anggota populasi dipilih untuk menjadi sampel yang sesuai dengan kriteria disebut dengan teknik *Purposive sampling*. Berdasarkan teknik tersbut maka pandangan cocok atau tidaknya seorang responden dalam penelitian ini adalah berdasarkan karakteristik sebagai berikut:

1. Sampel yang digunakan dan diteliti adalah usaha kecil yang memiliki dan secara aktif menggunakan media sosial
2. Usaha kecil yang diteliti hanya di wilayah kota Yogyakarta

Roscoe dalam Sugiyono (2010) menyatakan jumlah sampel dalam penelitian ini dapat menggunakan perumusan sebagai berikut:

$$n = \frac{1}{4}\left[Z\,\frac{1/2\alpha}{E}\right]^2$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Batas Interval

α = Tingkat kesalahan data yang ditolerir peneliti

E = Deviasi sampling maksimum atau besar kesalahan maksimum yang digunakan peneliti.

Bila tingkat kepercayaan 95% (α = 5%). Artinya peneliti meyakini kesalahan duga dalam pengambilan sampel hanya sebesar 2%. Maka, Z1/2α =2,326. Disamping itu, deviasi sampling maksimum (E) ditetapkan 10%, yang berarti peneliti hanya mentolelir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi sejumlah 10% dari keseluruhan responden. Jika lebih dari 10%, maka pengambilan sampel harus diulang. Maka, besarnnya sampel minimal untuk dapat dianggap mewakili populasi dalam penelitian yang diperlukan sebesar:

$$n = \frac{1}{4}\left[\frac{2,326}{0,1}\right]^2$$

n = 135,3 dibulatkan menjadi 135

Maka berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel adalah 135 responden dan dalam hal ini dianggap sudah cukup mewakili populasi yang akan diteliti. Tetapi untuk mengatisipasi tingkat kesalahan dan data yang tidak valid maka jumlah responden ditambah seperempat dari jumlah minimal yaitu 170 responden. Agar bisa mewakili kota Yogyakarta secara keseluruhan, 170 responden akan di bagi rata di beberapa kecamatan yang ada di Yogyakarta. Seperti yang dipaparkan oleh Ghozali (2014) dengan rekomendasi ukuran sampel yang wajar antara 100 sampai 200.

3.3 Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang didapat langsung dari objek yang diteliti menggunakan pengukuran atau alat pengambilan data langsung kepada objek sebagai pusat informasi. Pada 30 objek pertama yang diambil datanya peneliti langsung mendatangi tempat UKM berada dan menanyakan satu persatu pertanyaan pada angket agar yang memberikan informasi tentang UKM lebih jelas dan merasa nyaman sehari peneliti mendatangi 3 sampai 4 UKM. Pada objek selanjutnya atau seterusnya peneliti hanya meninggalkan angket pada UKM yang dituju dan pada keesokan harinya peneliti baru mengambil angket yang telah diisi tersebut.

Data yang diperoleh lewat penggunaan kuesioner adalah data yang dikategorikan sebagai data faktual. Jawaban responden akan diukur menggunakan skala Likert yaitu sebagai berikut:

5 = SS (Sangat Setuju)

4 = S (Setuju)

3 = KS (Kurang Setuju)

2 = TS (Tidak Setuju)

1 = STS (Sangat Tidak Setuju)

Kuisioner diberikan langsung kepada responden berupa kuesioner tertutup, artinya dari setiap pertanyaan yang ada responden diminta menjawab dengan jawaban yang sudah tersedia.

3.4 Definisi operasional dan pengukuran variabel

Variabel yang akan dianalisis pada studi kali ini yaitu *Social Influence* (SI) atau pengaruh sosial sebagai variabel independen, *perceived usefulness* (PU) atau *Perceived Usefulness* sebagai variabel mediasi, satu variabel dependen yaitu niat untuk mengadopsi media sosial dan variabel moderator yaitu pengalaman menggunakan media sosial.

3.4.1 *Social Influence* (SI)

Salah satu faktor penentu PU yang paling sering diajukan adalah SI, yang didefinisikan sebagai persepsi pengguna bahwa orang-orang penting berpikir UKM harus mengadopsi teknologi (Venkatesh dan Davis, 2000). Petina, Koh dan Le (2012) mengatakan SI atau pengaruh sosial memiliki peran penting dalam penerapan media soaial, selain itu banyak pakar pemasaran menjelaskan potensi keuntungan dari penerapan media sosial tersebut dengan adanya pengaruh sosial Petina, Koh dan Le (2012). Variabel ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- Orang yang memiliki peran penting dalam perusahaan memandang perlunya penggunaan media sosial bagi perusahaan
- Kompetitor perusahaan ini menggunakan media social

- Perusahaan terbaik dalam bidang industry yang sejenis dengan kita menggunakan media social
- Perusahaan ini memang diharapkan menggunakan media sosial

3.4.2 *Perceived usefulness* (PU)

PU atau kegunaan yang dirasakan didefinisikan oleh Davis (2012) sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Gahtani, 2001). PU mengacu pada subyektif sebagai pengadopsi yang memungkinkan menggunakan sistem aplikasi tertentu agar dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya (Yuen dan Ma, 2008). PU juga membangun serta memiliki konsistensi dalam mempengaruhi penerimaan teknologi baru yang cukup kuat (Petina, Koh dan Le, 2012). Variabel ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- Menurut saya, media sosial mudah dipahami
- Menurut saya, media sosial mudah digunakan
- Menurut saya, media sosial fleksibel untuk berinteraksi
- Menurut saya, berkomunikasi dengan menggunakan media sosial mudah dipahami
- Menurut saya, mudah untuk menjadi ahli dalam menggunakan media sosial

3.4.3 Niat dan keberlanjutan untuk menggunakan media sosial

Niat untuk mengadopsi sangat dipengaruhi oleh PU. PU merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberlanjutan penggunaan sistem setelah penerimaan tahap awal (Davis *et al.,,* 1989). Ching dan Ong (2012) menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* berdampak pada sikap pengguna baik tahap sebelum maupun setelah penggunaan sistem. Johnson *et al.,* (2014) menyimpulkan bahwa pengguna yang menggunakan media sosial dapat merasakan manfaatnya dan mengembangkan niat untuk terus mengadopsi dimasa depan. Petina, Koh dan Le (2012) mengatakan bahwa SI juga berpengaruh secara signifikan terhadap niat untuk penggunaan media sosial. Variabel ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- Perusahaan akan terus menggunakan media sosial saat ini dan masa mendatang
- Perusahaan menggunakan media sosial secara teratur

3.4.4 Pengalaman menggunakan media sosial

Pengalaman dapat terbentuk karna adanya kejadian yang pernah dialami. Begitu juga dengan pengalaman menggunakan media sosial karna adanya penggunaan yang intensif. Venkatesh dan Davis (2000) melaporkan bahwa pengaruh faktor sosial secara signifikan dimoderatori oleh pengalaman. Ketika perusahaan telah menggunakan media sosial

dan tidak adanya indikator kinerja yang objektif, sesuai dengan apa yang diharapan pelanggan mungkin menjadi faktor yang paling penting untuk perusahaan berusaha meneruskan penggunaan media sosial dengan adanya inovasi dan pengalaman dalam menggunakan media sosial agar memenuhi keinginan pelanggan (Petina, Koh dan Le, 2012). Variabel ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- Perusahaan sudah menggunakan media sosial kurang lebih 5 tahun lamanya
- Perusahaan berpengalaman dengan penggunaan media sosial

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian

Validitas merupakan tingkat keandalan dan kesalihan alat ukur yang digunakan. Instrumen penelitian dapat dikatakan valid jika alat ukur berupa indikator pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid atau apa yang digunakan untuk mengukur yang seharusnya diukur (Janti, 2014). Dengan menetapkan taraf signifikan (α) sebesar 5%, item pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki nilai probabilitas tingkat kesalahan = 5% (0,05).

Reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian merupakan alat ukur sebenarnya atau mempunyai keadaan sebagai alat ukur pada semestinya (*reliable*) (janti, 2014). Suatu variabel dapat dikatakan *reliable* jika nilai *cronbach*

alpha sebesar > 70 (sanjaya, 2015). Uji reliabilitas juga dipergunakan untuk mengetahui seberapa jauh suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila uji tersebut dilakukan secara berulang (Zikmund *et al.*,, 2006). Suatu pertanyaan/indikator dikatakan reliable jika nilai koefisien alpha lebih besar dari 0,6.

3.5.2 Analisi Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan distribusi frekuensi karakteristik responden yang di kelompokan berdasarkan usia usaha, jenis usaha kecil, dan jumlah pendapatan usaha pertahun. Menurut Durianto *et al.*,, (2001) rumus yang digunakan untuk menghitung hasil distribusi frekuensi dalam bentuk prosentase yaitu :

$$\% = f \times 100\%$$

Keterangan :

% = skor presentase masing-masing karakteristik responden

f = frekuensi

N = jumlah data/ sampel

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui atau menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau

tidak. Model regresi dapat dikatakan memenuhi asumsi uji normalitas, jika pada data penelitian menyebar mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian ini digunakan cara analisis menurut Ghozali (2009) yang mengatakan uji normalitas data dapat menggunakan uji one sample kolmogrov-smirnov test untuk mengetahui signifikansi data yang terdistribusi normal. Selain itu pengujian juga dapat menggunakan analisis normal probability plot, yaitu dengan membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal dengan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan ploting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Ghozali (2016) mengatakan jika data terdistibusi secara normal, maka data yang digambarkan oleh garis akan mengikuti garis diagonalnya.

3.5.3.2 Uji Heteroskedatisitas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi terdapat atau terjadi ketidaksaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat pola titik-titik pada grafik *Scatterplots* regresi. Jika plot teracak dan tidak menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Model yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Selain itu menurut Pratiwi & Setiawan (2014) m odel regresi dikatakan bebas

heteroskedastisitas apabila signifikansi t dari hasil meregresi nilai absolut residual terhadap variabel bebas lebih dari 0,05.

3.5.4 Teknik Analisis Regresi

3.5.4.1 Teknik Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi merupakan hubungan secara linear antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini dipergunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen hasil dari analisis ini dapat mengetahui positif atau negatif hubungan antara kedua variabel selain itu analisis ini dipergunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + b_1 X_1 + e}$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen

b = Koefisien

X_1 = Variabel Independen

e = Tingkat Kesalahan

Pada persamaan regresi linier sederhana terdapat beberapa model. Model – model tersebut yaitu:

- Model 1 (Pengaruh PU terhadap niat keberlanjutan menggunakan media sosial)

  Y = Niat keberlanjutan menggunakan media sosial

  b = Koefisien

  X = PU

  e = Tingkat Kesalahan

- Model 2 (Pengaruh SI terhadap PU)

  Y = PU

  b = Koefisien

  X = Si

  e = Tingkat Kesalahan

- Model 3, (Pengaruh SI terhadap niat keberlanjutan menggunakan media sosial)

  Y = PU

  b = Koefisien

  X = Si

  e = Tingkat Kesalahan

3.5.4.2 Analisis Regresi Moderasi

Variabel moderasi digunakan untuk mengetahui dengan adanya variabel tersebut apakah dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen terhadap dependen.

Persamaan regresi moderasi sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_1 X_2 + e}$$

Keterangan :

Y = Niat keberlanjutan menggunakan media sosial

b_1, b_2, b_3 = Koefisien

X_1 = SI

X_2 = Pengalaman menggunakan Media Sosial

e = Tingkat Kesalahan

persamaan regresi moderasi selanjutnya akan disebut Model 4

3.5.5 Pengujian Hipotesis

3.5.5.1 Uji F

Pengujian hiipotesis menggunakan uji F bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya signifikansi pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan, dengan menggunakan derajat signifikansi sebesar α = 0,05. Berikut ini adalah langkah – langkah pengujiannya :

1. Merumuskan hipotesis

   Ho : tidak adanya pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

   Ha : adanya pengaruh yang signifikan secara simultan antara variable bebas terhadap variabel terikat.

2. Merumuskan kesimpulan

Jika probabilitas (sig.F) > α (0,05) maka Ho diterima dan Ha ditolak, hal tersebut menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jika probabilitas (sig.F) ≤ α (0,05) maka Ho ditolak dan Ha diterima, hal tersebut menunjukkan ada pengeruh signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3. Pengambilan Kesimpulan Hipotesis

3.5.5.2 Uji t

Analisis uji t dilakukan bertujuan untuk menunjukan pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Kuncoro, 2004). Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisi regresi menggunakan program SPSS dengan cara membandingkan tingkat signifikansinya (Sig.T) masing-masing variabel independen dengan taraf sig α = 0,05. Berikut ini adalah langkah – langkah pengujiannya :

1. Perumusan hipotesis

   Ho : tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

   Ha : terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

2. Perumusan kesimpulan

Jika probabilitas (sig.t) > α (0,05) maka Ho akan diterima dan Ha ditolak, hal tersebut menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jika probabilitas (sig.T) ≤ α (0,05) maka Ho akan ditolak dan Ha diterima, hal ini tersebut menunjukkan adanya pengeruh signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3. Pengambilan Kesimpulan

3.5.5.3 Koefisien Determinasi

Koefisien deteminasi merupakan teknik analisis dengan melihat besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) untuk mngukur seberapa besarnya pengaruh variabel independen terhadap nilai variabel dependen. Menurut Gujarati (2003) menyatakan bahwa nilai R2 dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

ESS = Explained Sum of Squares

TSS = Total Sum of Square

Ajusted R Square atau Besarnya koefisien determinasi (R^2) letaknya berada diantara 0 dan 1 atau $0 < R^2 < 1$. Jika R^2 Semakin besar nilainya dari hasil perhitungan (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel independen terhadap variabel dependen akan semakin besar. Sebaliknya jika nilai dari R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen amat terbatas.