

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini yaitu pada masyarakat di Kota Malang yang umumnya pernah mencari informasi dari situs berita. Selain itu peneliti juga mengunjungi kantor redaksi malangonline.com, Perumahan Pondok Mulia B124, Simpang Sulfat Selatan, Kota Malang. Tempat tersebut sebagai tempat dimana peneliti memperoleh data-data yang diperlukan.

#### **1.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis yang dipakai dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksploratif (*eksploratori*). Penelitian kuantitatif yaitu penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang data-datanya berupa angka-angka atau data-data yang diangkakan (Sugiyono,2001:22). Pendekatan eksploratif merupakan salah satu pendekatan penelitian yang digunakan untuk meneliti sesuatu (yang menarik perhatian) yang belum diketahui, belum dipahami, belum dikenali dengan baik. Menurut Kotler (1997:122), penelitian eksploratif bertujuan menghimpun informasi awal yang akan membantu upaya menetapkan masalah dan merumuskan hipotesis.

#### **1.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Menurut Arikunto (2002) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sedangkan menurut Singarimbun dan Effendi (1995:152) mendefinisikan

populasi sebagai jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.

Populasi dari penelitian ini yaitu pada masyarakat Kota Malang yang pernah membuka situs malangonline.com.

### **3.3.2 Sampel**

Penentuan sampel ini sangat penting karena mewakili populasi penelitian. Menurut Nasir (1999:325) bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Sementara Winarno Surakhmad berpendapat bahwa sampel adalah penarikan sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi.

Sampel dari penelitian ini yaitu pada sebagian masyarakat Kota Malang yang pernah membuka situs malangonline.com.

### **3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Dalam suatu penelitian sering menggunakan data sampel. Sampel yang baik dapat menggambarkan/mewakili populasinya. Untuk memperoleh sampel yang baik diperlukan suatu metode yang baik dalam menentukan suatu sampel.

Karena jumlah populasi yang tidak diketahui, maka pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan pedoman yang dikemukakan oleh Malhotra (2004:103) yang menyatakan bahwa besarnya jumlah sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan banyaknya item variabel-variabel yang diamati dengan 4 atau 5 kali banyaknya item-item variabel yang diamati atau diobservasi. Dalam penelitian ini terdapat 20 item daripada variabel-variabel yang diteliti. Jadi jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti sebanyak 100 responden (20x5).

#### **1.4 Data dan Sumber Data**

Arikunto (2002:107) menjelaskan bahwa sumber data adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Di bawah ini adalah data yang digunakan dalam penelitian:

1. Data primer, yaitu data yang diambil dari lapangan yang diperoleh melalui pengamatan, wawancara dan kuisisioner. Data primer yang diperlukan dalam penelitian ini adalah kuisisioner yang disebarakan kepada masyarakat yang mengunjungi situs malangonline.com.
2. Data sekunder, yaitu semua data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek yang diteliti. Data sekunder yang diperlukan adalah dokumen-dokumen perusahaan mengenai gambaran umum perusahaan, struktur perusahaan, dan sistem layanan yang berkaitan dengan pelayanan jasa pada situs malangonline.com.

#### **1.5 Teknik Mengumpulkan Data**

##### **1. Kuisisioner**

Tehnik pengumpulan data menggunakan metode kuisisioner yaitu suatu daftar yang berisikan rangkaian pernyataan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, angket disebarakan kepada responden, terutama kepada penelitian survey (Cholid Narbuko, Abu Ahmad; 2005).

##### **2. Wawancara**

Metode wawancara yaitu cara pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab atau wawancara secara langsung kepada responden (Arikunto, 1998:231). Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan pada pemimpin umum, pemimpin

redaksi, dan bagian Informasi Teknologi (IT) di kantor redaksi malangonline.com. Pertanyaan yang diajukan yaitu seputar profil perusahaan, kinerja keseharian perusahaan, dan targetan ke depan. Piranti yang digunakan yaitu alat perekam dan alat tulis.

### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan data yang dikumpulkan dengan melihat dokumen atau catatan-catatan yang relevan dengan masalah (Arikunto, 1998: 114). Dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat majalah dan internet yang berhubungan dengan produk seperti perkembangan produk, kegiatan perusahaan dan sebagainya.

#### 1.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut Nazir (2003:126) definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberi arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut.

Mengacu pada tujuan penelitian, faktor/variabel yang akan diambil adalah faktor/variabel dari konsep-konsep tentang berbagai variabel perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam mengunjungi situs malangonline.com, meliputi:

1. **Variabel independen (X)**, merupakan variabel tentang perilaku masyarakat yang berdasarkan teori-teori perilaku konsumen terkait dengan keputusan masyarakat dalam mengunjungi situs malangonline.com.

2. **Variabel dependen (Y)**, merupakan variable responsi masyarakat yang bersyarat yang dinilai dengan 1 dan 0. Variabel dalam penelitian ini dipengaruhi oleh:

**Tabel 3.1**  
**Variabel, Indikator, dan Item Penelitian**

Variabel	Indikator	Item
Responsi masyarakat Kota Malang pada situs berita malangonline.com	Produk situs (X1)	a. Ketersediaan informasi/berita (X1.1) b. Aktualitas berita (X1.2) c. Desain dan tata letak (X1.3)
	Frekwensi Promosi situs (X2)	a. Sumber (X2.1) b. Kesan (X2.2)
	Tempat (X3)	a. Situs mudah ditemukan (X3.1) b. Kemudahan sistem akses (X3.2)
	Sosial (X4)	a. Keluarga (X4.1) b. Teman (X4.2) c. Perkumpulan atau komunitas (X4.3)
	Personal (X5)	a. Umur (X5.1) b. Pekerjaan (X5.2) c. Gaya Hidup (X5.3) d. Situasi Ekonomi (X5.4)
	Psikologi (X6)	a. Motivasi (X6.1) b. Persepsi (X6.2)

		c. Pembelajaran (X6.3) d. Kepercayaan dan Evaluasi (X6.4)
	Budaya (X7)	a. Kelas/lingkungan sosial (X7.1) b. Ras/adat (X7.2)

### 1.7 Skala Pengukuran

Pada penelitian ini pengukuran yang dilakukan adalah menggunakan skala likert. Dimana skala likert menurut Efendy dalam Singarimbun (1987:111) adalah ukuran gambaran yang didasarkan pada suatu cara yang lebih sistematis untuk memberi skor pada indeks. Skala likeet digunakan untuk mengukur pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiono 1993:63).

Jawaban semua instrument yang menggunakan skala likert mempunyai ukuran dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk jawaban responden dibagi menjadi lima kategori penilaian yaitu:

- (a) nilai 5 apabila tanggapan responden sangat setuju,
- (b) nilai 4 apabila tanggapan responden setuju,
- (c) nilai 3 apabila tanggapan responden netral,
- (d) nilai 2 apabila tanggapan responden tidak setuju, serta
- (e) nilai 1 apabila tanggapan responden sangat tidak setuju

(Malhotra, 1996:275).

Dengan demikian semakin besar nilai yang diberikan oleh responden, maka semakin besar variabel yang terkait.

## 1.8 Uji Instrument Penelitian

### 3.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkattingkat keabsahan (validitas) suatu alat ukur (Arikunto, 1998:160). Suatu alat ukur yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya alat ukur yang kurang valid berarti memiliki tingkat validitas yang rendah. Tinggi rendahnya validitas alat ukur menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Untuk menguji korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total, digunakan rumus korelasi *product moment*. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (n\sum x)^2\} X \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

n = banyaknya responden

x = variabel pertama

y = variabel kedua

xy = skor hasil kali variabel pertama dan kedua

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu alat ukur cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data,

karena alat ukur tersebut sudah baik (Arikunto, 1998:170). Untuk menguji tingkat reliabilitas dalam penelitian ini digunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keterangan:

R11 = reliabilitas instrumen

K = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sigma_b^2$  = jumlah varians butir

$\sigma_1^2$  = varian total

Suatu instrumen dikatakan *reliable* (handal) bila memiliki koefisien kehandalan atau alpha sebesar 0,60 atau lebih. (Arikunto, 1998:171).

## 1.9 Pengujian Model

Sebelum menganalisis secara parsial, terlebih dahulu dilakukan beberapa pengujian antara lain:

### 3.9.1 Uji Signifikansi Model dan Parameter (Uji G)

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_p = 0$$

$$H_1: \text{sekurang-kurangnya terdapat satu } \beta_j \neq 0$$

Statistika uji yang digunakan:

$$G = -2 \ln \frac{\text{Likelihood (model A)}}{\text{Likelihood (model B)}}$$

Model B: model yang hanya terdiri konstanta saja

Model A: model yang terdiri dari satu variabel

G berdistribusi Khi Kuadrat dengan derajat bebas p atau  $G \sim \chi_p^2$



Ho ditolak jika  $G > \chi^2_{\alpha,p}$ ;  $\alpha$  : tingkat signifikansi

Bila Ho ditolak, artinya model A signifikan pada tingkat signifikansi  $\alpha$ .

### 3.9.2 Uji Kelayakan Model (*Hosmer and Lemeshow test*)

Setelah dilakukan uji G, kemudian dilakukan Uji Kelayakan Model (*Hosmer and Lemeshow test*) yang diperlukan untuk melihat ada atau tidak adanya perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati. Jika tidak ada perbedaan yang nyata, maka model probabilitas logit ini layak dipakai untuk analisis selanjutnya. Hipotesa yang digunakan adalah:

$H_0$  = Tidak ada perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati

$H_1$  = Ada perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati

Dengan dua dasar pengambilan keputusan:

1. Berdasarkan perbandingan Chi-Square uji dan table
  - Jika Chi-Square hitung  $<$  Chi-Square table maka  $H_0$  diterima
  - Jika Chi-Square hitung  $>$  Chi-Square table maka  $H_0$  ditolak
2. Berdasarkan perbandingan tingkat signifikansi
  - Jika probabilitas  $>$  0,05 maka  $H_0$  diterima
  - Jika probabilitas  $<$  0,05 maka  $H_0$  ditolak

### 1.10 Metode Analisis Data

Untuk menjawab responsi masyarakat, dan faktor-faktor apa saja yang menyebabkan, maka menggunakan analisis berganda model logit. Dengan menggunakan bantuan program SPSS. Menurut Ghozali (2005) model logit adalah suatu cara untuk menguji apakah probabilitas terjadinya variabel terikat dapat diprediksi dengan variabel bebasnya.

$$P_i = E(Y=1|X_i) = 1b + 2 b X_i \dots(1)$$

Dimana X adalah variable independent, dan Y= 1 jika masyarakat merespon baik. Model ini menunjukkan masyarakat yang merespon baik pada situs:

$$P_i = E(Y=1) | X_i = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_1 + \beta_2 X_i)}} \dots(2)$$

Dimana:

$$P_1 = \frac{1}{1 + e^{-z_i}} \dots(3)$$

Persamaan di atas merupakan *Logistik distribution function* (logit) dimana:

$$Z_i = \beta_1 + \beta_2 X_i \dots(4)$$

Bila P<sub>1</sub> adalah probabilitas untuk masyarakat yang merespon baik yaitu Y<sub>i</sub> =1, dan (1-P<sub>i</sub>) adalah probabilitas untuk konsumen yang tidak merespon (buruk) yaitu Y<sub>i</sub> =0, maka:

$$1 - P_i = \frac{1}{1 + e^{-z_i}} \dots(5)$$

Distribusi  $Y_i$  dapat dilihat pada tabel berikut:

$Y_i$	Probability
0	$1-P_i$
1	$P_i$
Total	1

Selanjutnya untuk persamaan (1) dapat diubah menjadi:

$$\frac{P_i}{1-P_i} = \frac{1+e^{z_i}}{1+e^{-z_i}} = e^{z_i} \dots (6)$$

$P_i/(1-P_i)$  adalah *odds ratio* dalam hal responsi yaitu probabilitas bahwa masyarakat yang merespon baik terhadap masyarakat yang tidak merespon buruk. Selanjutnya, dengan menggunakan logaritma alamiah (natural log), dapat diperoleh persamaan:

$$L_i = \ln \frac{P_i}{1-p_i} = Z_i = \beta_1 + \beta_2 X_i \dots (7)$$

$L$  adalah log dari *odds ration*, yang tidak hanya linier pada variable  $X$ , namun juga linier pada parameternya,  $L$  disebut logit. Selanjutnya masyarakat merespon baik, maka:

$$L = \ln \frac{1}{(0)} \dots (8)$$

Sedangkan jika masyarakat yang merespon buruk:

$$L = \ln \frac{0}{(1)} \dots (9)$$

Pendugaan parameter yang menggunakan data individu dilakukan dengan prosedur maximum log likelihood. Model umum analisis logitnya (dari keputusan

masyarakat merespon Malangonline.com) adalah  $Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, D)$  dari model umum ini kemudian dibuat sebuah model persamaan regresi yang akan diestimasi dengan bentuk:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_{10}D + u$$

Dimana:

$Y$  = Dummy (response baik atau buruk)

Bila  $Y = 1$ , masyarakat yang merespon baik

$Y = 0$ , masyarakat yang merespon buruk

$a$  = konstanta

$b_1 \dots b_{10}$  = koefisien regresi

$u$  = galat

#### **X1. Produk Situs**

$X_{1.1}$  = Ketersediaan informasi berita/lengkap

$X_{1.2}$  = Berita yang disajikan aktual/up to date

#### **X2. Frekwensi Promosi Situs**

$X_{2.1}$  = Publikasi malangonline.com berjalan maksimal

$X_{2.2}$  = Fasilitas yang ditawarkan sudah baik

#### **X3. Tempat**

$X_{3.1}$  = Pada google atau perangkat lain, situs mudah ditemukan

$X_{3.2}$  = Saat membuka halaman situs, mudah diakses

#### **X4. Sosial**

$X_{4.1}$  = Mengunjungi situs karena pengaruh keluarga

$X_{4.2}$  = Mengunjungi situs karena pengaruh teman

X4.3 = Mengunjungi situs karena pengaruh komunitas/keluarga

#### **X5. Personal**

X5.1 = Umur berpengaruh untuk mengunjungi situs

X5.2 = Pekerjaan berpengaruh untuk mengunjungi situs

X5.3 = Gaya hidup berpengaruh untuk mengunjungi situs

X5.4 = Situasi ekonomi berpengaruh untuk mengunjungi situs

#### **X6. Psikologi**

X6.1 = Motivasi dalam diri berpengaruh untuk mengunjungi situs

X6.2 = Persepsi pada situs lain berpengaruh untuk mengunjungi situs

X6.3 = Faktor pembelajaran berpengaruh untuk mengunjungi situs

X6.4 = Faktor kepercayaan berpengaruh untuk mengunjungi situs berulang-ulang

#### **X7. Budaya**

X7.1 = Kelas/lingkungan sosial berpengaruh untuk mengunjungi situs

X7.2 = Ras/adat berpengaruh untuk mengunjungi situs