

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2021), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM mebel di Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang yang berjumlah 35 UMKM mebel.

3.1.2 Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari jumlah dan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh populasi (Menurut Sugiyono (2021), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 35 UMKM mebel. Karena seluruh populasi dapat dijangkau, maka seluruh populasi dijadikan responden penelitian, sehingga jumlah responden adalah 35 UMKM mebel.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara atau metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian, baik berupa data primer maupun sekunder. Pemilihan teknik harus disesuaikan dengan jenis penelitian (kualitatif/kuantitatif), variabel yang diteliti, tujuan penelitian, serta

sumber data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner.

Menurut Sugiyono (2021) Kuesioner adalah instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis, di mana responden diminta untuk memberikan jawaban sesuai kondisi atau persepsi mereka. Kuesioner dapat berbentuk tertutup (respon sudah tersedia pilihannya) atau terbuka (respon bebas ditulis oleh responden). Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner tertutup dengan skala 1-10 untuk mendapatkan data yang bersifat interval dan diberi skor atau nilai dengan kategori pertanyaan dengan jawaban sangat tidak setuju atau sangat setuju : Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 sangat setuju.

3.3 Konsep, Indikator Empirik, dan Skala Pungkuran Konsep.

Konsep, Indikator Empirik, dan Skala Pungkuran Konsep dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 3.1
Tabel Indikator Empirik dan Skala pengukuran

Konsep	Indikator Empirik	Skala
Inovasi Produk	1. Daya tahan Produk 2. Pembaruan kemasan produk 3. Variasi atau Jenis produk 4. Penyesuaian produk	Interval
Digital Marketing	1. Penggunaan media sosial 2. Perluasan jangkauan pasar 3. Kemudahan akses informasi 4. Interaksi dengan konsumen	Interval
Perkembangan UMKM	1. Volumen penjualan 2. Jumlah tenaga kerja 3. Jumlah Pelanggan 4. Aset dan Modal Usaha	Interval

3.4 Teknik Analisis Data

3.4.1 Analisis Pendahuluan

Analisis pendahuluan untuk menggambarkan indikator empirik dari Inovasi produk dan Digital marketing berdasarkan data yang dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner dari responden pelaku UMKM mebel si Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang.

Untuk mendapatkan gambaran mengenai derajat persepsi responden, digunakan perhitungan angka indeks yang ditentukan berdasarkan kriteria

Three-box-method (metode toga kotak) yang dikemukakan oleh Ferdinand (2014) dengan kriteria sebagai berikut :

10.00 - 40.00 =Rendah

40.01 – 70.00 = Sedang

>70.00 – ke atas = Tinggi

3.4.2 Analisis Lanjutan

1. Analisis Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018) Regresi linear berganda adalah model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas.

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Inovasi Bisnis (X_1) dan Digital Marketing (X_2) terhadap Perkembangan UMKM mebel (Y).

Rumus dari analisis linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y Perkembangan UMKM mebel (variabel dependen)

X_1 Inovasi Bisnis (variabel independen)

X_2 Digital Marketing (variabel independen)

a Konstanta (koefisien regresi)

b_1 (Koefisien regresi) variabel inovasi bisnis

b_2 (Koefisien regresi) variabel digital marketing

e Error (kesalahan prediksi)

2) Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghazali (2018), uji t adalah pengujian sejauh mana variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha=5\%$) Kriteria Pengujian

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $t.sig < 0,05$. Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $t.sig > 0,05$. Maka, H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3) Uji Simultan (Uji F)

Uji f adalah signifikan persamaan digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) secara bersama-sama terhadap variabel (Y)

Pengambilan Keputusan

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai $sig.f < . 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai $sig.f > . 0,05$, maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

4) Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Menurut Ghozali (2022), R^2 digunakan untuk menilai seberapa baik model regresi menjelaskan hubungan antarvariabel. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini untuk melihat koefisien determinasi menggunakan nilai adjusted R^2 untuk mengetahui model regresi yang terbaik. Dimana R^2 berkisar antara $0 < R^2 < 1$, artinya :

- a. Jika nilai R^2 semakin mendekati nol berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen semakin kecil.
- b. Jika nilai R^2 semakin mendekati satu berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen semakin besar.