

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan serangkaian pengamatan yang dilakukan selama jangka waktu tertentu terhadap suatu kejadian yang memerlukan penjelasan. Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kuantitatif dan kualitatif.

Menurut Muhammad muslich(2009:2) penelitian Kuantitatif merupakan model keputusan yang menggunakan angka. Angka mempunyai peranan yang sangat penting dalam pembuatan, penggunaan dan pemecahan model kuantitatif. Penelitian Kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian ini memanfaatkan Landasan teori sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan.

B. Obyek dan Lokasi Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah bauran promosi yang meliputi periklanan, *penjualan* pribadi, promosi penjualan dan volume penjualan Motor honda Pada dealer motor Jaya 2 Motor di Di Kali Rejo, Lampung Tengah.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kali Rejo jaya 2 motor yang beralamat Kalirejo, Kalirejo, *Central* Lampung *Regency* Kabupaten Lampung Tengah.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian ini dibentuk melalui langkah-langkah penelitian, mulai dari operasional variabel, penentuan dan jenis sumber data, metode pengumpulan data dan diakhiri dengan alat analisis data. metode penelitian adalah cara ilmiah mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan dalam suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, mengantisipasi masalah dalam bisnis (Sugiyono, 2016 :2).

1. Definisi operasional variabel

Variabel merupakan sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2016:59). Adapun variabel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah :

a) Variabel dependent (Y)

Volume penjualan (Y) adalah jumlah satuan barang yang dapat terjual pada konsumen yang dinyatakan dalam satuan unit. total dari hasil penjualan yang dicapai oleh perusahaan atau badan usaha, dari suatu kegiatan pemasaran dalam periode tertentu. Nilai penjualan dihitung berdasarkan satuan rupiah yang dihasilkan dari penjualan Di Kali Rejo jaya 2 motor.

b) Variabel independent (X)

Variabel independent (X) dalam penelitian ini ada 3 komponen yaitu :

- 1) Periklanan (X1) adalah suatu alat yang digunakan untuk membangun kesadaran (awareness) terhadap keberadaan jasa yang ditawarkan, menambah pengetahuan konsumen tentang jasa yang ditawarkan, membujuk calon konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut, dan membedakan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang mendukung positioning jasa. Untuk itu terdapat beberapa pilihan yang digunakan dalam periklanan, sebagai berikut :
 1. surat kabar
 2. Penyebaran brosur
 3. Radio
 4. spanduk
- 2) Penjualan pribadi (X2) adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga akan timbul keinginan untuk mencoba dan membelinya.
- 3) Promosi penjualan (X3) adalah Promosi penjualan yang terdiri dari alat insentif yang beraneka ragam, kebanyakan untuk jangka pendek, dirancang untuk merangsang pembelian produk tertentu lebih cepat dan lebih kuat oleh konsumen atau pedagang. dimanapun, periklanan selalu menawarkan alasan untuk membeli, promosi penjualan menawarkan insentif membeli. Alat-

alat tadi mencakup promosi konsumen misalnya ; sampel, kupon, penawaran uang kembali, pengurangan harga , hadiah barang, premi, kontes, stiker dagang, dan lain-lain.

2. Jenis dan Tehnik Pengumpulan Data

Jenis dari data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- a) Menurut Husein Umar (2012:42) data primer merupakan data yang di dapat dari sumber yang pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara langsung dengan pimpinan Dealer Di Kali Rejo jaya 2 motor
- b) Data Sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk gambar, tabel-tabel atau diagram-diagram. Husein umar (2012 :42).

Tehnik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian pustaka (*Library Research*) adalah dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data yang berasal dari literatur dan karya ilmiah yang berhubungan dengan topik penelitian ini.
2. Penelitian lapangan (*Field Research*) adalah penelitian dengan cara mengadakan penelitian langsung terhadap perusahaan yang menjadi objek penelitian untuk mendapatkan data-data dan informasi yang dibutuhkan dengan melakukan pengamatan dan pengumpulan data. Penelitian lapangan ini dilakukan dengan cara :

a) Observasi

Observasi adalah aktivitas yang dilakukan terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya. Data yang dapat diperoleh dari observasi ini adalah media yang digunakan dalam kegiatan promosi perusahaan.

b) Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan kepada manajer pemasaran dealer Jaya 2 Motor yang mengurus tentang penjualan dan beberapa tenaga kerja yang ikut berperan terhadap kegiatan promosi. Melalui wawancara ini peneliti dapat mengetahui data mengenai gambaran umum perusahaan dan strategi promosi perusahaan.

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu kegiatan pengumpulan data dari buku, catatan dan laporan-laporan yang tertulis dari perusahaan. Dengan metode dokumentasi peneliti dapat mengetahui data mengenai volume penjualan pada perusahaan Jaya 2 Motor Di Kali Rejo, Lampung Tengah.

D. Alat Analisis Data

Untuk keperluan analisis data guna mencari penyelesaian sesuai dengan permasalahan yang ada maka penulis menggunakan beberapa alat analisis yang relevan sebagai berikut:

1. Pengujian Persyaratan Analisis Regresi (data time series) Uji Asumsi Klasik

a. Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi.

Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah auto korelasi dengan uji Durbin-Watson (DW). Dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Nilai DW di bawah -4 ($DW < -4$), berarti diindikasikan ada autokorelasi yang positif.
- 2) Nilai DW di antara -4 sampai 4 ($-4 < DW < +4$), berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi.
- 3) Nilai DW di atas 4 ($DW > +4$), berarti diindikasikan ada autokorelasi positif.
- 4) Nilai DW di atas DL ($4-DW < DU$) berarti tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif pada data yang di uji.

b. Uji Asumsi Klasik multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linier antar variabel independent dalam regresi. Prasyarat yang

harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas.

Uji asumsi klasik multikolinearitas ini digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi(keeratn) hubungan/pengaruh antar variabel bebas melalui besaran koefisien korelasi (r). Multikolinearitas terjadi jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih besar dari 0,60. Dikatakan tidak terjadi multikolinearitas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,50 ($r < 0,50$):

1. Nilai tolerance adalah besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik (a).
2. Nilai variance adalah inflation fctor (VIF) adalah faktor inflasi penyimpangan baku kuadrat.

Nilai tolerance (a) dan variance inflation factor (VIF) dapat dicari dengan sebagai berikut :

Besar nilai tolerance (a) : $a = 1/ VIF$

Besar nilai variance inflation factor (VIF) : $(VIF) = 1/a$

Keterangan :

A : tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistic

VIF : Variance Inflatoin Factor

1. Variabel bebas mengalami multikolinearitas jika a hitung VIF.
2. Variabel bebas tidak mengalami multikolinearitas jika a hitung dan VIF hitung $< VIF$.

c. Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas di gunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik Heteroskedastisitas yaitu ada

ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala Heteroskedastisitas.

Dalam persamaan regresi berganda perlu diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi lainnya. Jika residual mempunyai varian yang sama, disebut homoskedastisitas dan jika tidak sama disebut Heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi Heteroskedastisitas.

1. Homoskedastisitas terjadi jika titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SRESID menyebar dibawah ataupun di atas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola tertentu.
2. Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titiknya mempunyai pola yang teratur, baik menyempit, melebar, maupun bergelombang-gelombang.

2. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

menurut suwanto (2016 : 67) analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negative.

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan :

Y	= Variabel dependen (volume penjualan)
X_1, X_2, X_n	= variabel independen
X_1	= Periklanan
X_2	= Penjualan pribadi
X_3	= Promosi penjualan
A	= konsta (nilai Y apabila $X_1, X_2, X_n = 0$)
B_1, b_2, b_n	= koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dianalisis dengan menggunakan analisis koefisien korelasi. Koefisien korelasi merupakan suatu indeks yang menunjukkan hubungan variabel terikat dengan variabel bebas, positif atau negatif dan menunjukkan derajat asosiasi (erat tidaknya hubungan) variabel-variabel tersebut.

kriteria pengujian yang digunakan yaitu :

Uji Koefisien Regresi X_1 :

- Ho diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ = tidak ada pengaruh yang signifikan antara periklanan terhadap volume penjualan.
- Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ = ada pengaruh yang signifikan antara periklanan terhadap volume penjualan.

Uji Koefisien Regresi X_2 :

- Ho diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ = tidak ada pengaruh yang signifikan antara penjualan pribadi terhadap volume penjualan.

- b) H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ = ada pengaruh yang signifikan antara penjualan pribadi terhadap volume penjualan.

Uji Koefisien Regresi X3 :

- a) H_0 diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ = tidak ada pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan terhadap volume penjualan.
- b) H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ = ada pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan terhadap volume penjualan.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_1 diterima atau secara bersama-sama variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikatnya secara serentak. Sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima atau secara bersama-sama variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan probability sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

Kriteria pengujian yang digunakan yaitu :

- a) H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ = tidak ada pengaruh yang signifikan antara periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, terhadap volume penjualan.
- b) H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ = ada pengaruh yang signifikan antara periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, terhadap volume penjualan.

d. Uji koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berganda (R^2) digunakan untuk mengukur tingkat korelasi atau pengaruh antar variabel bebas (periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan,) secara bersama sama (simultan) terhadap variabel terikat (volume penjualan).

1. Bila $R^2 = 1$ atau mendekati 1 atau lebih dari 1, maka semakin kuat pula kontribusi variabel bebas (periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan,) terhadap variabel terikat (volume penjualan). Dengan kata lain semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi variabel bebas terhadap variabel terikat .
2. Jika R^2 mendekati 0 maka semakin lemah variabel bebas (periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan,) terhadap variabel terikat (volume penjualan). Dengan kata lain semakin lemah model regresi variabel bebas terhadap variabel terikat.

3. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik merupakan dugaan sementara atau pernyataan yang perlu di uji kebenarannya. Benar atau tidaknya suatu hipotesis statistik belum dapat diketahui dengan pasti, kecuali kita melakukan pengujian dengan menggunakan keseluruhan populasi. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

a) $H_0 : \beta_1 \leq 0$: tidak ada pengaruh periklanan terhadap volume penjualan

$H_a : \beta_1 > 0$: ada pengaruh periklanan terhadap volume penjualan.

- b) $H_0 : \beta_2 \leq 0$: tidak ada pengaruh penjualan pribadi terhadap volume penjualan
- $H_a : \beta_2 > 0$: ada pengaruh penjualan pribadi terhadap volume penjualan.
- c) $H_0 : \beta_3 \leq 0$: tidak ada pengaruh promosi penjualan terhadap volume penjualan
- $H_a : \beta_3 > 0$: ada pengaruh promosi penjualan terhadap volume penjualan.
- d) $H_0 : \beta \leq 0$: tidak ada pengaruh periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, terhadap volume penjualan
- $H_a : \beta > 0$: ada pengaruh periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, terhadap volume penjualan