

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini akan menjelaskan hubungan memengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti.

B. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian dalam skripsi ini adalah biaya promosi (X1), biaya distribusi (X2) dan volume penjualan (Y). Lokasi penelitian dilakukan di DEALER HONDA WAY JEPARA LAMPUNG TIMUR.

C. Metode Penelitian

1. Oprasional Variabel

Definisi oprasional varibel penelitian digunakan untuk membatasi ruang lingkup atau npengertian variabel yang diteliti. Definisi oprasional bermanfaat untuk mengarahkan kepada pengukuran terhadap variabel-varibael serta pengembangan instrumen. Oprasional variabel seperti berikut :

2. Definisi konseptual

Periklanan merupakan suatu proses komunikasi yang terjalin antaraa pemberi pesan dengan penerima pesan dengan menggunakan media yang dipilih.

Promosi penjualan merupakan suatu bentuk promosi terhadap suatu produk yang dipasarkan dengan cara berkomunikasi berbagai macam bentuk.

Distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan).

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mengamati dan mencatat secara sistematis terhadap objek yang diteliti.

2. Metode Interview (wawancara terpinpin)

Wawancara terpinpin adalah pengumpulan data yang dilakukan pewawancara untuk mendapatkan informasi dari terwawancara. Jadi metode ini merupakan metode bantu di dalam mengadakan penelitian karena teknik untuk pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan tanya jawab antara pihak yang memerlukan data dengan pihak yang memberi data. (Suharsini Arikunto, 2009 : 126)

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan data-data catatan, dalam hal ini

diperoleh melalui dokumen dan arsip perusahaan.

4. Sumber Data

Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh langsung dari perusahaan oleh peneliti, misalnya volume penjualan, biaya promosi, dan biaya distribusi tahun 2015-2017.

5. Jenis Data Yang Diperlukan

a. Data Kualitatif

- Gambaran umum perusahaan
- Struktur organisasi

b. Data Kuantitatif

- Data mengenai biaya promosi tahun 2015-2017
- Data mengenai biaya distribusi tahun 2015-2017
- Data mengenai volume penjualan tahun 2015-2017

E. Metode Analisis Data

1. Analisis Kualitatif

Untuk memecahkan masalah yang ada pada waktu sekarang dengan cara mengumpulkan data, menyusun, mengidentifikasi data serta menginterpretasi data. (Winarno, 2001:85). Analisis ini digunakan untuk menerangkan tentang pengaruh biaya promosi dan distribusi terhadap volume penjualan DEALER DI HONDA WAY JEPARA LAMPUNG TIMUR?

2. Analisis Kuantitatif

Yaitu metode yang didasarkan pada formulasi tertentu dan ditunjukkan dengan angka. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan distribusi terhadap volume penjualan pada DEALER DI HONDA WAY JEPARA LAMPUNG TIMUR.

a. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah terdapat korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya ($t-1$). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat autokorelasi. Metode pengujian dilakukan dengan uji Durbin-Watson. (Romie Priyastama, 2017:131)

b. Uji Heterokedastitas

Uji Glejser test digunakan untuk mendekati ada tidaknya heterokedastisitas. Glejser menyarankan untuk meregresi nilai absolut dari penyimpangan residual terhadap variabel X (variabel bebas) yang diperkirakan mempunyai hubungan yang erat dengan X_i (Ghozali, 2001: 23). Masalah heterokedastisitas tidak terjadi apabila nilai signifikansi lebih besar dari $(0,05)$.

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah suatu keadaan yang terdapat hubungan korelasi yang sempurna diantara beberapa/semua variabel independen yang terdapat dalam model regresi. Dalam penelitian ini Multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan metode enter yaitu dengan melihat pada *Tolerance Value/Variance Inflation Factor (VIF)*. Pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolinearitas adalah mempunyai angka *tolerance value* mendekati 1 atau diatas $0,1$. (Santoso, 2001:51).

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh sebab akibat dengan menentukan nilai X (sebagai variabel bebas) dan untuk menaksir nilai-nilai yang berhubungan dengan Y (sebagai variabel terikat) secara serempak, dengan menggunakan rumus statistik: (Sugiyono, 2001: 192)

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = volume penjualan yang diamati

a = bilangan konstanta

b₁ & b₂ = koefisien regresi masing-masing variabel

X₁ = biaya promosi (dalam ribuan)

X₂ = biaya distribusi (dalam ribuan)

e = error

e. Uji T

Uji t berfungsi untuk mengetahui pengaruh secara individual antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Uji t dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{\beta_1}{S_{\beta_1}}$$

Keterangan :

β_1 = koefisien regresi variabel

S_{β_1} = kesalahan baku koefisien regresi/standar eror

Setelah dilakukan analisis data dari diketahui hasil perhitungannya maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai t hitung dengan tabel atau bisa juga dengan memperhitungkan signifikansi t lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau besar dari 0,05. Dari keterangan tersebut dapat ditarik kesimpulan apakah

hipotesis nol (H_0) atau hipotesis alternatif (H_a) tersebut ditolak atau diterima
Hipotesis adalah sebagai berikut :

H_0 = secara persial dapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H_a = secara persial tidak dapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel dependen dan variabel independen.

f. UJIF

Uji F untuk melihat apakah variabel indenpen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Melalui uji statistik dengan langkah-langkah menurut Lukas (2009:177) sebagai berikut :

$$\frac{r^2/k}{(1 - r^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi linier berganda

n = Banyaknya data

k = Banyaknya variabel bebas

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai f hitung dengan f tabel atau bisa juga dengan memperhatikan signifikan f lebih dari kecil atau sama dengan 0,05 atau signifikan f lebih besar dari 0,05 hipotesisnya adalah sebagai berikut :

H_0 = secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H_a = secara dari variabel independen terhadap variabel dependen.

g. Koefisien Determinasi (R^2)

Yaitu kemampuan variabel X (variabel independen) mempengaruhi variabel Y (variabel dependen). Semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y. Jadi apabila koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya. (Djarwanto PS dan Subagyo, 2008: 265).

h. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistika ini yang perlu diperhatikan adalah penulisan notasi yang harus berkaitan dengan parameter apa yang akan diuji. Parameter dapat berupa proporsi, varians, ataupun yang sering diuji yakni rerata. Setelah itu baru diperhatikan bentuk atau macam hipotesis alternatif, apakah "*two-tailed*" atau "*one-tailed*" tergantung bunyi pernyataan pada hipotesis penelitian pada akhir bab II. Penulisan hipotesis nol tetap sama dengan nol sepanjang tidak atau belum ada teori yang menyatakan $>$ atau $<$ nol.

1. Pengujian pengaruh X_1 terhadap Y

$H_0 : \beta_{X_1Y} \leq 0$ Tidak terdapat pengaruh positif antara biaya promosi (X_1) terhadap volume penjualan (Y)

$H_a : \beta_{X_1Y} > 0$ Terdapat pengaruh positif antara biaya promosi (X_1) terhadap volume penjualan (Y)

2. Pengujian pengaruh X_2 terhadap Y

$H_0 : \beta_{X_2 Y} \leq 0$ Tidak terdapat pengaruh positif antara biaya distribusi (X_2) terhadap volume penjualan (Y)

$H_a : \beta_{X_2 Y} > 0$ Terdapat pengaruh positif antara biaya distribusi (X_2) terhadap volume penjualan (Y)

3. Pengujian pengaruh X_1, X_2 , terhadap Y

$H_0 : \beta_{X_1 X_2 Y} \leq 0$ Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara biaya promosi (X_1) dan biaya distribusi (X_2) terhadap volume penjualan (Y)

$H_a : \beta_{X_1 X_2 Y} > 0$ Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara biaya promosi (X_1) dan biaya distribusi (X_2) terhadap volume penjualan (Y)