

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini terdiri dari empat variabel, yaitu variabel bebas (X) adalah pengaruh harga, distribusi, promosi dan variabel terikat (Y) adalah volume penjualan. Dalam desain penelitian ini dimulai dari masalah yang bersifat kuantitatif dengan membatasi masalah dalam rumusan masalah. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan instrumen penelitian yang bertujuan agar dalam mencari data dan memperoleh data yang teliti dan akurat. Selanjutnya data yang kita peroleh dari instrumen kemudian di uji dengan menggunakan uji asumsi klasik dan regresi linier berganda. Data yang telah di kumpulkan kemudian selanjutnya dianalisis yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan.

Data analisis selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel dan diberikan pembahasan. Setelah hasil penelitian diberikan pembahasan maka selanjutnya dapat disimpulkan yaitu jawaban singkat terhadap rumusan masalah berdasarkan data yang telah terkumpul. Karena penelitian melakukan penelitian bertujuan memecahkan masalah, maka peneliti berkewajiban memberikan saran-saran.

B. Tahapan Penelitian

1. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80), "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi atau objek pada penelitian ini yaitu laporan mengenai harga produk, biaya promosi dan biaya distribusi di PT. Tunas Dwipa Matra Kabupaten Tulang Bawang Barat tahun 2019-2020.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81), "Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sampel

Pada penelitian ini yaitu laporan mengenai harga produk, biaya promosi dan biaya distribusi di PT. Tunas Dwipa Matra Kabupaten Tulang Bawang Barat tahun 2019-2020.

2. Tahapan

Tahapan pengambilan data sampel dalam penelitian ini yaitu :

- a. Mendefinisikan populasi yang akan diamati.
- b. Menentukan kerangka sampel dan kumpulan semua peristiwa yang mungkin terjadi.
- c. Menentukan teknik atau metode sampling yang tepat.
- d. Melakukan pengumpulan data.
- e. Melakukan pemeriksaan ulang pada proses sampling.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi dari variabel yang diteliti untuk memudahkan cara pengukuran. Secara operasional variabel dibagi menjadi variabel bebas dan variabel terikat. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (*Variabel Independent*)

Variabel bebas merupakan variabel yang tidak tergantung dengan variabel lainnya. Variabel bebas adalah variabel yang memberikan perubahan pada variabel terikat. (Sugiyono, 2015: 33). Variabel bebas pada penelitian ini adalah :

a. Harga

Harga adalah salah satu elemen dari bauran pemasaran, dan juga jumlah uang yang harus dibayar guna mendapatkan produk tersebut. Kemudian Penetapan harga bertujuan untuk mendapatkan keuntungan sebagai pendapatan, bertahan hidup, mendapatkan pangsa pasar, dan untuk mengetahui produksi maksimal. Dalam penelitian ini harga merupakan nilai jual dari produk motor di PT. Tunas Dwipa Matro Tulang Bawang Barat selama tahun 2019-2020.

b. Distribusi

Distribusi adalah seperangkat organisasi yang saling bergantung dan bekerja sama dalam menyalurkan produk atau jasa kepada konsumen. Dalam penelitian distribusi dinyatakan banyaknya biaya yang dikeluarkan dalam saluran distribusi sehingga produk sampai kepada konsumen baik

itu secara langsung maupun melalui pedagang perantara dalam satuan rupiah di PT. Tunas Dwipa Matro Tulang Bawang Barat selama tahun 2019-2020.

c. Promosi

Promosi merupakan komunikasi yang disampaikan penjual kepada pembeli dengan cara menyebarkan informasi untuk mempengaruhi atau membujuk ataupun mengingatkan konsumen untuk merubah sikap dan tingkah laku konsumen agar bersedia menerima, membeli, dan loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Dalam penelitian ini promosi diperhitungkan berdasarkan banyaknya biaya yang dikeluarkan dalam upaya promosi baik itu promosi secara langsung maupun media cetak, elektronik maupun online di PT. Tunas Dwipa Matro Tulang Bawang Barat selama tahun 2019-2020.

2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel yang tergantung pada variabel lain disebut variabel terikat (*dependent variable*). Variabel terikat merupakan variabel yang mendapatkan pengaruh dari data karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015: 33). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah :

Volume Penjualan

Volume penjualan adalah besarnya unit produk yang dijual yang dinyatakan dalam jumlah unit yang harus dicapai dalam penjualan produk. Dalam penelitian ini volume penjualan dihitung berdasarkan jumlah produk yang terjual dalam satuan bulan di PT. Tunas Dwipa Matro Tulang Bawang Barat selama tahun 2019-2020.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data skunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari PT. Tunas Dwipa, antara lain mencakup data mengenai harga motor, biaya distribusi, biaya promosi, dan volume penjualan selama periode 2019-2020.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Data sekunder dalam penelitian ini antara lain mencakup keadaan, dokumentasi, struktur organisasi kantor.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan untuk melakukan teknik pengumpulan data dalam penelitian adalah sebagai berikut :

a. Penelitian Kepustakaan (*Library Study*)

Penelitian kepustakaan adalah metode pengumpulan data berdasarkan buku-buku, website atau artikel yang berkaitan dengan pembahasan penelitian.

b. Penelitian Lapangan (*Field Study*)

Penelitian lapangan adalah pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada perusahaan yang bersangkutan, baik melalui observasi dan wawancara. Pengumpulan data menggunakan penelitian lapangan dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut :

1) Observasi

Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2017:145), mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dalam metode ini penulis dapat memperoleh data gambaran umum volume penjualan pada PT. Tunas Dwipa Matra dan sebagai lanjutan untuk melakukan penelitian yang lebih spesifik guna mendapatkan data yang *valid*.

2) Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan komunikasi dengan sumber data. komunikasi tersebut dilakukan dengan tanya-jawab secara lisan, baik langsung maupun tidak langsung. Dalam metode ini peneliti menggunakan teknik bertatap muka atau secara langsung dengan manajer dan karyawan PT. Tunas Dwipa Matra untuk memperoleh informasi yang lebih dalam tentang harga, distribusi, dan promosi serta volume penjualan yang ditetapkan.

3) Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2015:329) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian yang meliputi data biaya harga, biaya distribusi, promosi, dan penjualan.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah sebuah alat yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data penelitian berupa lembar dokumentasi hasil pengumpulan data harga motor, biaya distribusi, biaya promosi, dan volume penjualan selama periode 2019-2020.

F. Teknik Analisis Data

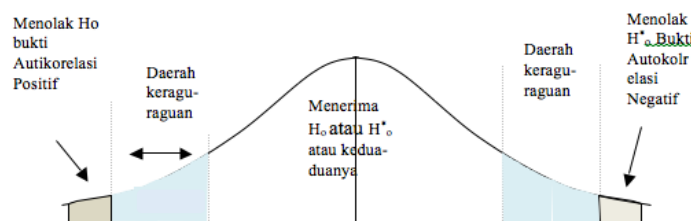
1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan antara korelasi antara variabel independent (Santoso, 2012:203). Salah satu metode untuk mendiagnosa adanya *multicollinearity* adalah dengan menganalisis nilai *tolerance* dan *variance factor* (VIF). Nilai *cut off* yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai sama dengan VIF lebih dari 10%.

b. Uji Autokorelasi

Menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ sebelumnya (Santoso, 2012:201). Ada tidaknya autokorelasi adalah apabila nilai statistik *Durbin Watson* (DW) mendekati angka 2 maka dapat dinyatakan bahwa data pengamatan tersebut tidak memiliki autokorelasi dan sebaliknya maka dinyatakan terdapat autokorelasi.



Gambar 2. Koefisien DW pada uji Autokorelasi

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi, terjadi perbedaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Santoso, 2012:208). Pendekatan yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZEPRED dengan residualnya SPRESID.

2. Pengujian Hipotesis

a. Model Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda menurut Sugiyono (2016:192). Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis ke-1, ke-2, ke-3 dan ke-4, yaitu pengaruh harga, distribusi, promosi, promosi secara parsial dan secara simultan atau bersama-sama terhadap volume penjualan. Adapun persamaan regresi linear berganda untuk model penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan :

Y = Volume penjualan

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefensi regresi

x_1, x_2, x_3, x_4 = Variabel bebas (Harga, distribusi, dan promosi)

e = error term

Regresi berganda adalah model regresi atau prediksi yang melibatkan lebih dari satu variable bebas atau prediktor. Istilah regresi berganda dapat disebut juga dengan istilah *multiple regression*.

b. Uji T

Menurut Ghozali (2016:98), uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen". Uji t adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Pada penelitian ini, uji t dilakukan dengan menggunakan uji satu sisi dan digunakan untuk menguji hipotesis 1 dan 2, dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Adapun ketentuannya sebagai berikut :

- 1) Jika angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya Harga (X_1), distribusi (X_2), dan promosi (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan (Y).
- 2) Jika angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya harga (X_1), distribusi (X_2), atau promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan (Y).

c. Uji F

Menurut Ghozali (2016:98), "Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Pada penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama atau simultan variabel harga (X_1), distribusi (X_2), dan promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan (Y), dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Adapun ketentuannya sebagai berikut:

- 1) Jika angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti harga (X_1), distribusi (X_2), dan promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan (Y).
- 2) Jika angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti harga (X_1), distribusi (X_2), dan promosi (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan (Y).

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi yang disimbolkan dengan R^2 yang bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas atau variabel independen (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y), atau dengan kata lain nilai koefisien determinasi atau R Square ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap Variabel Y .

Menurut Imam Ghozali (2016:97), “koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variable dependen”. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti variasi variable dependen yang sangat terbatas. Dan nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variable-variable independen sudah dapat memberi semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis statistik merupakan dugaan atau pernyataan yang perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis penelitian ini adalah:

1. $H_0: \beta_1 \leq 0$: Harga tidak berpengaruh terhadap volume penjualan
 $H_a: \beta_1 > 0$: Harga berpengaruh terhadap volume penjualan
2. $H_0: \beta_2 \leq 0$: Distribusi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan
 $H_a: \beta_2 > 0$: Distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan
3. $H_0: \beta_3 \leq 0$: Promosi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan
 $H_a: \beta_3 > 0$: Promosi berpengaruh terhadap volume penjualan
4. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \leq 0$: Harga, distribusi, dan promosi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap volume penjualan
 $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$: Harga, distribusi, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan

