

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di toko baju RKL B *Avenue*, yang beralamat di jalan raya Cilegon KM. 07 Pelamunan – Kramatwatu Serang. RKL B *Avenue* merupakan perusahaan *clothing independent*, dimana pakaian (*clothing*) dalam perusahaan ini dilakukan secara mandiri (*indie*). Artinya perusahaan RKL B *Avenue* melakukan produksi serta penjualan dengan produk merk perusahaan. Peneliti memilih perusahaan ini karena Sesuai dengan pembahasan yang sedang dilakukan dalam penelitian, yaitu tentang pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan di RKL B *Avenue*.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah berupa angka-angka dan pengolahannya melalui statistik.¹ Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang

¹ Moch. Sidiq Priadana dan Salaudin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 15.

disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah berasal dari subyek atau objek penelitian.²

Peneliti ini menggunakan jenis data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada. Data itu biasanya diperoleh perpustakaan-perpustakaan atau dari laporan-laporan peneliti terdahulu. Data sekunder disebut data tersedia.³ Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis apakah ada pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan di toko baju RKL *B Avenue*, maka penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari,

² Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 13.

³ Iqbal Hasan, *Pokok Pokok Materi Statistik I*, (PT.Bumi Aksara, 2003), 3.

⁴ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 61.

tetapi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti. Adapun populasi dalam peneliti ini mengenai biaya promosi dan volume penjualan di toko baju RKL B Avenue periode 2014-2016 dalam perbulannya.

2. Sampel

Sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau sampel juga dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.⁵ Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik sampel purposive (*purposive sampling*) adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam artian sesuai dengan penelitian penulis.⁶ Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini bagian dari jumlah populasi dijadikan sample berjumlah 36 sampel dalam kurun waktu tiga tahun perbulannya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan oleh penulis yaitu data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini

⁵ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 74.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 85.

biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu.⁷ Data yang diperoleh oleh penulis adalah dengan cara menyalin dokumen dari biaya promosi dan volume penjualan dari toko baju RKL Avenue periode 2014-2016.

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi bertujuan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya diperlukan perhitungan koefisien korelasi. Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen⁸

Tabel 3.1
Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi¹

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Haryadi Sarjono 2013

⁷ Misbahuddin & Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi ke-2* (Jakarta: PT BumiAksara, 2013), 21

⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 93.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, atau pun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal, maka metode alternatif yang biasa digunakan adalah statistik non parametik.⁹

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana ketidaksamaan varian dan residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Pada pembahasan ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji spearman's rho,

⁹ Duwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 71.

yaitu mengkorelasikan nilai residual (unstandardized residual) dengan masing-masing variabel independen. Jika signifikansi korelasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah heterokedastisitas.¹⁰

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi berurutan sepanjang waktu perikatan satu sama lainnya. Masalah ini muncul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.¹¹

Hal ini sering ditemukan pada runtut (*time series*) karena “pengganggu” pada seseorang individu/ kelompok yang sama pada periode berikutnya. Model yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

¹⁰ Duwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, 83.

¹¹ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan Teori & Aplikasi Dengan SPSS* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011), 125.

Tabel 3.2
Kriteria Pengujian Durbin – Watson

Hipotesis Nol	Keputusan	Kriteria
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d > dl$
Tidak ada autokorelasi positif	Nol Decision	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	Nol Decision	$4 - dl \leq d \leq 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

Sumber: Suliyanto 2011

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Pada umumnya, regresi linear sederhana yaitu terdiri atas dua variabel. Satu variabel yang berupa variabel terikat/tergantung diberi simbol Y dan variabel kedua yang berupa variabel bebas diberi simbol X. Regresi sederhana ini menyatakan hubungan kualitas antara dua variabel dan memperkirakan nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas. Persamaan yang digunakan untuk memperdiksi nilai variabel Y disebut dengan persamaan regresi. Bentuk umum dari persamaan regresi dinyatakan dengan persamaan matematika, yaitu : **$Y=a + Bx$**

Keterangan:

Y= variabel dependen

X= variabel independen

a : variabel intersept

b : koefisien korelasi¹²

4. Uji t Parsial

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui berpengaruh signifikan atau tidak pada penelitian.¹³

Uji t pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya adalah konstan. Adapun untuk mengetahui nilai t statistik tabel ditentukan dengan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan, yakni $df = (n-k-1)$, dimana nilai n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel.

Hipotesisnya adalah :

- 1) $H_0 = b_i = 0$, yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

¹² Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 131.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Cet. Ke3, (Bandung Alfabeta, 2014), 658

- 2) $H_a = b_i \neq 0$, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria Uji yaitu :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dikatakan signifikan, yang artinya secara parsial variabel independen yakni (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yakni (Y), maka hipotesis diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak atau dikatakan tidak signifikan, yang artinya secara parsial variabel independen yakni (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yakni (Y), maka hipotesis ditolak.¹⁴

5. Operasional Variabel Penelitian

Operasional merupakan suatu tindakan dalam membuat batasan-batasan yang akan digunakan dalam analisis. Adapun yang akan dianalisis adalah pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate*, 97

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel Bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independennya adalah biaya promosi. Biaya promosi merupakan variabel bebas (X), yaitu biaya promosi yang dilakukan oleh perusahaan secara baik, jumlah maupun dalam jangka waktunya. Akibatnya apabila biaya promosi mengalami peningkatan terhadap biayanya maka akan berdampak pada kenaikan volume penjualan.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah volume penjualan. Dalam penelitian ini, volume penjualan yang dimaksud adalah laba atau keuntungan perusahaan. Yang berasal dari total jumlah dalam perbulannya. Yaitu biaya promosi dan volume penjualan periode 2014-2016.