

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di *Counters* Anyer, Serang. Waktu penelitian dari bulan Mei 2017-Juni 2017. Dengan alasan karena terdapat masalah yang menarik untuk diuji dan diteliti secara ilmiah yang berkaitan dengan masalah yang akan penulis teliti, yaitu tentang pengaruh media promosi terhadap Pendapatan.

#### **B. Metode Penelitian**

Tujuan Penelitian Ini adalah:

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Media promosi terhadap di *Counters* Anyer, Serang.
2. Untuk mengetahui berapa besar tingkat pengaruh Media promosi terhadap Pendapatan di *Counters* Anyer, Serang.

### **C. Populasi Dan Sampel**

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, dimana sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).<sup>1</sup> Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh karena jumlah populasi yang didapat kurang dari 100, sehingga seluiruh populasi dijadikan sample. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka sampel dalam penelitian ini diambil dari laporan trend penjualan dan promosi berupa pendapatan dan Media Promosi selama satu tahun pada periode 2016, dengan jumlah sampel adalah 12. Yaitu laporan perbulan dalam satu tahun.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yaitu: data primer dan data sekunder.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&*, ... .. 81.

a. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner,

kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.

b. Data sekunder, yaitu data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah, artikel, buku-buku sebagai teori, dan lain sebagainya.<sup>2</sup>

## 2. Instrumen Data

Instrumen atau alat pengumpulan data yang dilakukan dalam melakukan penelitian menggunakan tiga cara. Yaitu sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi yaitu metode penelitian dengan melakukan pengamatan kegiatan lapangan untuk memperoleh data primer yang berisikan informasi-informasi dari *Counter Anyer*.

b. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi yaitu metode penelitian dengan cara membaca, mempelajari dan menganalisa laporan

---

<sup>2</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015), 89.

pendapatan pada *Counter Anyer*. Hal ini bertujuan untuk memperoleh data sekunder dalam menganalisis permasalahan yang diteliti dan juga untuk dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian.

c. Wawancara (interview)

Wawancara yaitu mengadakan tanya jawab langsung dengan berbagai pihak terkait yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian, sehingga peneliti dapat mendapatkan data yang dibutuhkan.

## **E. Teknik Analisis Data**

Untuk dapat dianalisis besarnya pengaruh Media Promosi terhadap pendapatan maka menggunakan statistik sebagai berikut:

### **1. Statistik Deskriptif**

Statistik Deskriptif adalah pengelolaan data untuk tujuan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Dalam statistik deskriptif dapat menghasilkan tabel, grafik, dan diagram.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Wiratna Sujarweni dan Poly Endrayato, *Statistika Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 23

Penelitian ini menggunakan metode penelitian statistik, yaitu dengan analisis regresi linear sederhana, uji t, koefisien korelasi sederhana, dan koefisien Determinasi.

a. Analisa Regresi Sederhana

Regresi linear sederhana adalah suatu model ekonometri yang menyatakan nisbah kasual antara satu variabel dengan variabel lain. Analisis regresi digunakan untuk memprediksi seberapa jauh nilai perubahan variabel dependen, bila nilai variabel independen naik atau turun.<sup>4</sup> Manfaat dari hasil analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik atau menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak.

Rumus yang digunakan dalam analisis regresi sederhana yaitu:

$$Y = a + bX$$

Yaitu dimana Y: Variabel tidak bebas (dependen)

X: Variabel bebas (independen)

$a$ : Konstanta

$b$ : Koefisien arah regresi

---

<sup>4</sup> Sugiono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), 260.

## b. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk membuktikan apakah benar terdapat pengaruh antara biaya pemasaran dengan pendapatan atau tidak dengan melakukan uji t. Dimaksudkan untuk menguji apakah besarnya atau kuatnya hubungan antara variabel yang diuji sama dengan nol, sehingga dapat ditentukan apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Penelitian ini digunakan tingkat signifikan  $\alpha = 0,05$  artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kemelesetan 5% karena dinilai cukup ketat untuk mewakili keberadaan antara variabel-variabel yang diuji. Taraf nyata 5% untuk diuji 2 arah ( $\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$ ) dengan derajat bebas  $df = n-k-1 = 12-1-1 = 10$ . Nilai taraf nyata  $\alpha/2 = 0,025$  dan dari  $df = 10$ , maka dapat diketahui t tabel sebesar 2,228.

Adapun perumusan hipotesis pada uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara media promosi (X) terhadap pendapatan (Y).
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Media Promosi (X) terhadap pendapatan (Y).

c. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Analisis koefisien korelasi sederhana yaitu suatu analisis untuk menilai derajat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, pengukuran koefisien ini dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi person product moment untuk menguji hipotesis asosiatif/hubungan bila datanya terbentuk internal/ratio.<sup>5</sup>

Analisis koefisien korelasi sederhana bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Batas koefisien korelasi ( $r$ ) ditentukan oleh:

$$-1 < r < 1$$

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, ... .. 260.

(-) berarti terdapat hubungan terbaik antara variabel x dan variabel y,

(+) berarti terdapat hubungan searah antara variabel x dan variabel y.

Adapun interpretasi dan koefisien korelasi adalah:

1. Apabila  $r = 1$ , hubungan Media Promosi (X) dan pendapatan (Y) sempurna secara positif, dan apabila mendekati 1 maka hubungannya sangat kuat dan positif.
2. Apabila  $r = -1$ , hubungan Media Promosi (X) dan pendapatan (Y) sempurna secara negatif, dan apabila mendekati -1 maka hubungan sangat kuat dan negative.
3. Apabila  $r = 0$ , maka hubungan Media Promosi (X) dan pendapatan (Y) tidak ada hubungan.

**Tabel 3.1**

Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi<sup>6</sup>

| <b>Interval Koefisien</b> | <b>Tingkat Hubungan</b> |
|---------------------------|-------------------------|
| 0,00-0,199                | Sangat rendah           |
| 0,20-0,399                | Rendah                  |
| 0,40-0,599                | Sedang                  |

---

<sup>6</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, ... .. 184.



|            |             |
|------------|-------------|
| 0,60-0,799 | Kuat        |
| 0,80-1,000 | Sangat kuat |

Sumber: Sugiyono, 2012

#### d. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh perubahan variabel X (Media Promosi) terhadap variabel Y (pendapatan). Maka digunakan koefisien determinasi yaitu suatu bilangan yang merupakan bentuk kuadrat dari koefisien korelasi ( $r^2$ ), koefisien ini disebut dengan koefisien penentu karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen.

$$CD = r^2 \times 100\%$$

Dimana CD : Nilai koefisien determinasi

$r^2$  : Nilai analisis korelasi yang dikuadratkan

100% : untuk menyatukan dalam presentase

Untuk mengetahui  $r^2$ , perlu dicari korelasi ( $r$ ) dengan menggunakan nilai korelasi.

## **2. Analisis Kuantitatif**

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan analisis statistik. Analisis statistik adalah cara untuk mengolah informasi data (kuantitatif) yang berhubungan dengan angka-angka, bagaimana mencari, mengumpulkan, dan mengolah data, sehingga sampai menyajikan data dalam bentuk sederhana dan mudah untuk dibaca atau data yang diperoleh dapat dimaknai.

## **3. Pengujian Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik adalah persyaratan yang harus dipenuhi pada analisis regresi yang berbasis Ordinary Least Squer (OLS). Pengujian asumsi klasik yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

### **a. Uji Normalitas Data**

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi data normal atau mendekati data normal. Uji normalitas data menggunakan SPSS versi 22 menggunakan plot uji normalitas data.

Deteksi distribusi data normal atau tidak dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari plot.

Dasar pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan didalam model regresi.<sup>7</sup> Uji heteroskedastis bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

Model yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 22 menggunakan plot uji

---

<sup>7</sup> Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2010), 160.

heteroskedastisitas. Dasar dalam pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi antara residual pada suatu pengamatan dengan dengan pengamatan lain pada model regresi. Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara residual pada periode sebelumnya ( $t-1$ ). Metode yang digunakan untuk mengetahui permasalahan autokorelasi yaitu dengan uji Durbin-Watson (DW test) dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Duwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 87.

- 1) Jika  $d$  lebih kecil dari  $dL$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi yang positif.
- 2) Jika  $d$  terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi, tidak ada autokorelasi positif maupun negatif.
- 3) Jika  $d$  terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $(4-dU)$  dan  $(4-dL)$  maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

**Tabel 3.2**  
**Kriteria Pengujian Durbin –Waston**

| Hipotesis Nol                   | Keputusan     | Jika                        |
|---------------------------------|---------------|-----------------------------|
| 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 negative | Nol decision  | $4 - dl \leq d \leq 4 - dl$ |
| Tidak ada autokorelasi negative | Tidak ditolak | $du < d < - du$             |

Sumber : suliarto 2011

## F. Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel adalah penentuan kontruk sehingga menjadi variabel yang dapat diamati dan diukur dengan menentukan hal yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu.

Dalam penelitian ini, variabel yang diteliti dibagi menjadi dua yaitu:

1. Variabel bebas ( Independent Variabel)

Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab atau timbulnya variabel terikat (dependent variabel). Dalam penelitian ini variabel bebasnya yaitu (X) Media Promosi.

2. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai variabel terikat (Y) yaitu pendapatan.

Adapun untuk memperjelas kedua variabel ini maka peneliti menyajikan data dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
Operasional Variabel

| <b>Variabel</b>                | <b>Sub Variabel</b>                           | <b>Indicator</b>   | <b>Ukuran</b> |
|--------------------------------|---|--|---------------|
| Media Promosi<br>(independent) | Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan promosi | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Radio</li> <li>• Baliho</li> <li>• Humas</li> </ul> | Rupiah        |

|                        |  |  |               |
|------------------------|--|--|---------------|
|                        | pada periklanan tahun 2016.                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internal Perusahaan</li> <li>• Demo Produk/ccontoh</li> <li>• Online</li> </ul> |               |
| Pendapatan (Dependent) | Jumlah pendapatan yang diperoleh selama periode 2016 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Barang yang berhasil dijual</li> <li>• Jangka waktu</li> </ul>                  | Jumlah barang |