

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Ruang Lingkup Penelitian**

##### **1. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dimulai dari bulan Juli-Agustus 2015. Lokasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah PT. Pt. Adtek Tranding Indonesia di Ruko Blok VD. 03 No.42 Kawasan The Boulevard Citra Raya Tangerang.

##### **2. Metode Penelitian**

Metode adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Sesuai dengan pokok masalah dan tujuan yang telah dirumuskan, dalam penelitian “ pengaruh saluran distribusi langsung terhadap volume penjualan” maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis yaitu suatu metode yang berusaha mengumpulkan, menyajikan serta menganalisis data sehingga dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai objek yang diteliti dan menarik kesimpulan berdasarkan penelitian yang dilakukan. Dengan cara melakukan penelitian untuk dapat melihat hubungan antara saluran distribusi terhadap volume penjualan.

### 3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya<sup>1</sup>. Populasi terdiri atas manusia atau orang, file-file atau dokumen-dokumen yang dapat dipandang sebagai objek penelitian.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti, atau sebagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi di mana pengambilan yang dilakukan harus mewakili populasi atau harus representative. Pengambilan sampel perlu dilakukan mengingat jumlah populasi yang tidak mungkin bila dijadikan sampel secara keseluruhan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka yang jadi sampel dalam penelitian ini dititik beratkan pada pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan, data yang digunakan adalah volume penjualan selama tiga tahun dimulai dari tahun 2012-2014 diambil dari laporan penjualan sehingga jumlah sampel adalah 36.

---

<sup>1</sup> Mahi M. Hikmat, *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) h. 60

## **B. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Teknik pengumpulan data yaitu dengan mengadakan pengamatan secara langsung mengenai proses saluran distribusi terhadap volume penjualan.

2. Studi dokumentasi

Yaitu mengumpulkan data dengan jalan membaca, mempelajari dan menganalisa bahan-bahan yang berupa buku-buku, diktat, majalah, koran, dan lain-lain yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Hal ini dimaksudkan agar penulis dapat memperoleh data sekunder di dalam menganalisa permasalahan yang diteliti dan juga untuk dijadikan pedoman dalam melaksanakan studi lapangan.

3. Wawancara ( interview)

Yaitu mengadakan tanya jawab langsung dengan bagian-bagian yang berwenang yang berhubungan dengan masalah yang sedang penulis teliti sehingga penulis bisa mendapatkan data yang penulis butuhkan.

Adapun sumber dan jenis data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari tempat penelitian atau data yang diperoleh dari sumber pertama seperti hasil wawancara yang dilakukan peneliti.

### 2. Data sekunder

Data sekunder diperoleh dari mempelajari buku-buku dan referensi yang berhubungan dengan penelitian ini, data sekunder juga merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pengumpul data primer atau pihak lain. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari dokumen atau catatan, laporan, dan peraturan-peraturan yang berhubungan dengan penelitian yang telah dilakukan.

## **C. Pengujian Asumsi Klasik**

### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier yang berbasis Ordinary Least Square (OLS). Tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linier misalnya uji multikolinieritas tidak dapat dipergunakan pada analisis regresi linier sederhana, adapun uji asumsi klasik yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

#### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel dependent, variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal

ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data menggunakan SPSS versi 16 menggunakan plot uji normalitas data.

Deteksi normalitas:

Deteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari plot.

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar di sekitar 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

Uji heteroskedastisitas adalah menguji apakah dalam suatu model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas, model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS versi 16 menggunakan plot uji heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan:

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

Uji asumsi autokorelasi adalah menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.

Untuk memeriksa adanya autokorelasi biasanya dipakai uji Durbin Watson dengan rumus sebagai berikut:

$$DW = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

Keterangan :

t= periode waktu

$e_t$ = residual pada periode

$e_{t-1}$ = residual pada satu periode sebelum t

cara mendeteksi autokorelasi adalah menggunakan tabel seperti dibawah ini:

Tabel 3.1

Pengukuran autokorelasi

Durbin Watson	Kesimpulan
Kurang dari 1,10	Ada autokorelasi

1,10 sampai dengan 1,54	Tanpa kesimpulan
1,55 sampai dengan 2,46	Tidak ada autokorelasi
2,47 sampai dengan 2,90	Tanpa kesimpulan
Lebih dari 2,90	Ada autokorelasi

#### D. Teknik Analisis Data

Untuk dapat dianalisis besarnya pengaruh distribusi terhadap volume penjualan maka menggunakan pendekatan statistik sebagai berikut:

##### 1. Analisis Regresi Sederhana

Regresi linear sederhana adalah suatu model ekonometri yang menyatakan nisbah kasual antara satu variabel dengan variabel lain. Analisis regresi digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh nilai perubahan variabel dependen, bila nilai variabel independen naik atau turun.<sup>2</sup> Manfaat dari hasil analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \alpha + bX$$

Yaitu dimana Y: Variabel tidak bebas atau dependent

X: Variabel bebas atau independent

$\alpha$ : Konstanta

$b$  : koefisien arah regresi

---

<sup>2</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: ALFABETA, 2012) h. 260

berdasarkan rumus diatas dapat dihitung nilai a dan b dengan

menggunakan rumus:

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

## 2. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Yaitu suatu analisis untuk menilai derajat hubungan antara variabel independent dan variabel dependent, pengukuran koefisien ini dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi person product moment untuk menguji hipotesis asosiatif/hubungan bila data nya berbentuk internal/ratio.<sup>3</sup> Karena untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara satu variabel independent dengan satu variabel dependent. Maka rumus yang digunakan:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum x)^2(n(\sum y^2)) - (\sum y)^2}}$$

Dimana : r: koefisien korelasi

n: banyaknya sampel

X : Variabel tidak terikat (distribusi)

Y: Variabel terikat (volume penjualan)

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, h. 260

Batas koefisien korelasi ( $r$ ) ditentukan oleh :

$$-1 < r < 1$$

(-) berarti terdapat hubungan terbalik 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 saluran distribusi ( $X$ ) dan volume penjualan ( $Y$ ) sempurna secara positif dan apabila mendekati 1 hubungannya sangat kuat dan positif.
2. Apabila  $r = -1$ , hubungan saluran distribusi ( $X$ ) dan volume penjualan ( $Y$ ) sempurna secara negatif dan apabila mendekati -1 hubungannya sangat kuat dan negatif.
3. Apabila  $r = 0$ , maka hubungan saluran distribusi ( $X$ ) dan volume penjualan ( $Y$ ) tidak ada hubungan.

Tabel 3.2

Pedoman interpretasi koefisien korelasi<sup>4</sup>

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

### 3. Koefisien Determinasi

Yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh perubahan variabel X ( saluran distribusi) terhadap variabel Y (volume penjualan). maka digunakan koefisien determinasi yaitu suatu bilangan yang merupakan bentuk kuadrat dari koefisien korelasi ( $r^2$ ).Koefisien ini disebut koefisien penentu karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen.<sup>5</sup>

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

Dimana CD = nilai koefisien determinasi

$r^2$  = nilai analisis korelasi yang dikuadratkan

100% = untuk menyatukan dalam presentase

---

<sup>4</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* h.184

<sup>5</sup>Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, h.231.

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

#### 4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk membuktikan apakah benar terdapat pengaruh antara saluran distribusi dengan volume penjualan yaitu 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 tidak. 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 perbedaan antara variabel-variabel yang diuji. Taraf nyata 5% untuk uji dua arah ( two tail test) ( $\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$ ) dengan derajat bebas  $df = n - k - 1 = 12 - 1 - 1 = 10$ . Nilai taraf nyata  $\alpha/2 = 0,025$  dan  $df = 10$ , maka dapat diketahui t tabel sebesar 2,228.

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan uji “t” dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan : t = nilai uji t

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

Kemudian hasilnya ( $t_{hitung}$ ) dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  ( $\alpha = 5\%$   $df = n-1n1$ ), maka dapat dibuat kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis.

Adapun perumusan hipotesis ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara saluran distribusi (X) terhadap volume penjualan (Y).
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara saluran distribusi (X) terhadap volume penjualan (Y).

### E. Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel adalah penentuan construct sehingga menjadi variabel yang dapat di amati dan di ukur dengan menentukan hal yang di perlukan untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>6</sup>

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

Tabel 3.3

Operasional variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran
Saluran distribusi (independent)	Produk yang disalurkan dari perusahaan kepada grosir atau agen	- Kesepakatan - Adanya kepercayaan - Jangka waktu	Rupiah

<sup>6</sup> Husen Umar, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 33

		- return	
Volume penjualan (dependent)	Tingkat penghasilan yang diperoleh dari hasil penjualan	- adanya jangka waktu - adanya perjanjian antara dua belah pihak - adanya jaminan	Rupiah