

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

#### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini berjenis *deskriptif* yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti suatu kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, dan suatu sistem pemikiran dan ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dalam penelitian kali ini adalah membuat diskripsi gambaran atau lukisan secara sistematis, *factual* atau akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.<sup>1</sup>

#### 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan *kuantitatif*, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Hal ini sesuai dengan pendapat yang mengemukakan penelitian *kuantitatif* adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.<sup>2</sup>

### B. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>3</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan perusahaan mondy Mebel diketahui bahwa banyak konsumen yang datang untuk berbagai keperluan, namun konsumen yang telah melakukan pembelian selama satu tahun terakhir dari 2016-2017 sebanyak 360 orang dengan tingkat kesalahan yang masih ditolerir sebesar 10%.

---

<sup>1</sup>Moh. Nazir, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), 63.

<sup>2</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 80-83.

<sup>3</sup>Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 61.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental sampling* yaitu pengambilan sampel secara aksidental (*accidental*) dengan mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian.<sup>5</sup> Pengambilan sampel dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan

n = Sampel

N = Populasi

e = Margin error

Sehingga perhitungan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{360}{1 + 360(0,1)^2}$$

$n = 78,26 \rightarrow$  dibulatkan menjadi 79 orang

Adapun Sampel dalam penelitian ini sebanyak 79 orang.

## C. Tata Variabel Penelitian

*Variabel* penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Macam-macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel *Independen* : Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah biaya distribusi ( $X_1$ ), biaya promosi ( $X_2$ ).

---

<sup>4</sup>Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 62.

<sup>5</sup>Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 64

2. Variabel Dependen : Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>6</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah volume penjualan (Y).

#### D. Definisi Operasional

Variabel dan definisi operasional akan dijelaskan sebagaimana tabel berikut:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Saluran Distribusi (X <sub>1</sub> )	Saluran distribusi adalah organisasi – organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. <sup>7</sup>	1. Tempat 2. Waktu 3. Bentuk 4. Informasi <sup>8</sup>	Skala <i>likert</i>
Promosi (X <sub>2</sub> )	Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi	1. Personal selling 2. Periklanan 3. Promosi penjualan 4. Hubungan masyarakat 5. Pemasaran langsung <sup>10</sup>	Skala <i>likert</i>

<sup>6</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 39.

<sup>7</sup>Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, (Jakarta: PT.Indeks, 2007), 82.

<sup>8</sup>Sopi'ah dan Syihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel*, (Jogjakarta : Andi Offset, 2008), 128-129.

	senang lalu membeli produk tersebut. <sup>9</sup>		
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan konsumen sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternative. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternative. <sup>11</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tujuan membeli sebuah produk</li> <li>2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek</li> <li>3. Kemantapan pada sebuah produk</li> <li>4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain</li> <li>5. Melakukan pembelian ulang</li> </ol>	Skala <i>Likert</i>

Dalam metode survei didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), di mana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang berifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut, sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), ragu-ragu (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1). Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.<sup>12</sup>

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dapat diperoleh dengan menggunakan metode kuesioner, metode observasi, metode dokumentasi.

#### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat

<sup>10</sup>Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2012), 127.

<sup>9</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta : BPFE Yogyakarta, 2003), 197.

<sup>11</sup>Indriyo Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta : BPFE Yogyakarta, 2003), 139.

<sup>12</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2013, 93.

pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila diketahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan Metode Angket (*Kuisisioner*).<sup>13</sup> Pertanyaan ini digunakan untuk menganalisa jawaban yang diberikan *responden* pada pertanyaan tertutup karena taraf kognisi akan menjadi faktor penting dalam menjawab pertanyaan tertutup.

## 2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, tetapi melalui dokumen. Dokumen adalah catatan tertulis yang isinya merupakan pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa, dan berguna bagi sumber data, bukti, informasi kealamiah yang sukar diperoleh, sukar ditemukan, dan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki.<sup>14</sup>

## 3. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.<sup>15</sup> Observasi sebagai alat pengumpulan data harus sistematis artinya observasi serta pencatatannya dilakukan menurut prosedur atau aturan-aturan tertentu sehingga dapat diulangi kembali oleh peneliti lain. Selain itu hasil observasi itu harus memberikan kemungkinan untuk menafsirkan secara ilmiah.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 142.

<sup>14</sup> Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011), 83.

<sup>15</sup>M. Burhan Bungin, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*", (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2005), 143.

<sup>16</sup> S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 107.

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas Instrumen

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner valid dan reliabel. Maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ . Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah konstruk. Apabila  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisisioner atau skala, apakah item item pada kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur.<sup>17</sup>

### 2. Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal instrumen pengukuran dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0.06.

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur harusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten.<sup>18</sup>

Di dalam penelitian ini digunakan skala Likert untuk memberi arti bagi jawaban responden yang dinyatakan dengan nilai 1-5. Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner tersebut valid dan reliabel, maka dilakukan uji validitas membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* lebih besar 0,06.

---

<sup>17</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Media Kom, 2010), 90

<sup>18</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), 113.

## G. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.<sup>19</sup> Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Faktor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *Tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi. Nilai yang umum dipakai adalah nilai toleransi 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.<sup>20</sup>

### 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$ . Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang menggunakan titik kritis, yaitu batas bawah ( $dl$ ) dan batas atas ( $du$ ). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *Intercept* (konstanta) dalam model regresi, serta tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup>Masrukin, *Metodologi Kuantitatif*, (Kudus: Sekolah Tinggi Agama Islam Negri Kudus (STAIN), 2009), 180.

<sup>20</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 92.

<sup>21</sup>Masrukin, *Metodologi Kuantitatif*, (Kudus: Sekolah Tinggi Agama Islam Negri Kudus (STAIN), 2009), 184.

Kriteria pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:<sup>22</sup>

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi positif	No desicison	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	No desicison	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi positif atau negative	Tidak ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan.

Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak normal dapat dilakukan beberapa cara, yaitu:

---

<sup>22</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariati Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 100.



- a. Tes statistik berdasarkan *kurtosis* dan *skewness*.
- b. Tes statistik berdasarkan *tes of normality* (*Shapiro-Wilk* dan *kolmogorov Smirnov test*).<sup>23</sup>

#### 4. Uji Data Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).<sup>24</sup>

#### H. Uji Statistik

##### 1. Analisis Data Regresi Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan garis regresi ganda adalah sebagai berikut:<sup>25</sup>

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y	:	Keputusan Pembelian
a	:	Konstanta
$b_1b_2b_3$	:	Koefisien regresi
$X_1$	:	Saluran Distribusi
$X_2$	:	Promosi
e	:	Standart error

<sup>23</sup>Masrukin, *Metodologi Kuantitatif*, (Kudus: Sekolah Tinggi Agama Islam Negri Kudus (STAIN), 2009) 128.

<sup>24</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariati Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 125.

<sup>25</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistika*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 269.

## 2. Uji-t (Signifikansi Parameter Parsial)

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara  $T_{hitung}$  dan  $T_{tabel}$  dengan ketentuan:

$$T_{hitung} > T_{tabel} = H_0 \text{ ditolak (ada pengaruh)}$$

$$T_{hitung} < T_{tabel} = H_0 \text{ diterima (tidak ada pengaruh)}$$

## 3. Hasil Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikan parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikan dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F.

Kesimpulan diambil dengan melihat  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan:

$$F_{hitung} > F_{tabel} = H_0 \text{ ditolak (ada pengaruh)}$$

$$F_{hitung} < F_{tabel} = H_0 \text{ diterima (tidak ada pengaruh)}$$

## 4. Menghitung Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisis yang dibuat. Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung semakin besar, hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerapkan variasi variabel tergantung.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariati Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 44.