

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan serta dapat dipertanggung jawabkan dalam penyusunan skripsi, peneliti menggunakan jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan).

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yang menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistik.¹

Dalam penelitian kuantitatif yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa sesuatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungan gejala bersifat kasual (sebab akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja.²

Untuk menentukan pengaruh pengembangan produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap volume penjualan dengan unsur pokok yang harus ditentukan sesuai dengan masalah yang ada, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan menghasilkan karya ilmiah yang berbobot dan sesuai dengan kriteria karya ilmiah, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Penelitian jenis populasi ini didasarkan alasan bahwa yang akan di uji pengaruh pengembangan produk ,harga, distribusi dan promosi terhadap volume penjualan Rizky Bakery Cendono Dawe Kudus. Populasi dalam penelitian

¹ Saifuddin Anwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 5

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 50

³ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 72-73

ini adalah seluruh konsumen atau pelanggan Rizky Bakery sebagai responden.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi, untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakil).⁴

Dalam metode pengambilan sampel, peneliti memakai metode *sampling incidental*, *sampling incidental* adalah metode pengambilan sampel responden yang ditemui secara tidak sengaja, yaitu siapapun yang secara tidak sengaja berjumpa dengan peneliti bisa digunakan sebagai sampel, jika dilihat orang yang tidak sengaja ditemui tersebut sesuai dengan kriteria responden.⁵

Apabila didalam penelitian tidak diketahui pasti jumlah populasinya, maka dapat menggunakan metode *purposive sampling* kemudahan, menurut metode *purposive sampling* kemudahan tersebut, peneliti menyelesaikan dengan menyeleksi kuesioner yang ada. Seperti menggunakan ukuran sampel sebagai estimasi nilai rerata, dengan demikian perhitungan jumlah sampel berdasarkan rumus sebagai berikut:⁶

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan
5% = 1,966

⁴ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 57

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta 2018), 156

⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 115

Moe = *Margin Of Error Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan 10% = 0,1

Bila angka dimasukkan kedalam rumus diatas maka jumlah sampel yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1,966^2}{4(0,1)^2} = \frac{3,865156}{4(0,01)} = \frac{3,865156}{0,04} = 96,6$$

Dari jumlah perhitungan rumus diatas maka diperoleh hasil 96,6 dan kemudian dibulatkan menjadi 100 responden yang merupakan konsumen dari Rizky Bakery.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya merupakan hal yang diteliti. Sesuatu yang nilainya tetap, tanpa variasi nilai tidak dapat dijadikan variabel penelitian. Sebelum riset dilakukan maka harus menetapkan terlebih dahulu dengan jelas variabel apa yang akan diteliti sesuai permasalahan riset. Pembagian variabel berdasarkan pada hubungan antar variabel dalam sebuah riset, sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab besar kecilnya variabel yang lain.
2. Variabel tergantung (*dependen*) adalah variabel yang variasinya dipengaruhi oleh variasi variabel bebas.⁷

Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah pengembangan produk (X_1) harga (X_2) distribusi (X_3) dan promosi (X_4). Sedangkan variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah volume penjualan (Y), dari masing-masing variabel tersebut dapat diukur dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya yang dituangkan dalam sebuah kuesioner, sehingga lebih terarah dan sesuai dengan metode yang digunakannya.

⁷ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), 76-78

D. Variabel Operasional

Untuk mempermudah dan memperjelas apa yang dimaksud dengan variabel-variabel dalam penelitian ini maka dipengaruhi definisi operasional. Variabel operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.⁸

Table 3.1
Variabel Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator Dalam Pernyataan	Skala
	Pengembangan Produk (X_1)	Pengembangan produk adalah penciptaan produk-produk dengan karakteristik berbeda, yang menawarkan manfaat baru atau manfaat tambahan untuk para konsumen. ⁹	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Produk orisinal/asli ▪ Produk yang disempurnakan ▪ Produk yang dimodifikasi ▪ Merek baru yang dikembangkan 	<i>Likert</i> Keterangan: 1. Sangat tidak setuju 2. Tidak setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat setuju
	Harga (X_2)	Harga ialah uang yang diperuntukkan sebagai alat penukar	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keterjangkauan harga ▪ Kesesuaian harga dengan kualitas 	<i>Likert</i> Keterangan: 1. Sangat tidak

⁸ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 138

⁹ Subagyo, Nur Aini Masruroh dan Indra Bastian, “*Akuntansi Manajemen Berbasis Desain*”, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2018), 43

		suatu barang atau jasa. ¹⁰	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prduk ▪ Daya saing harga ▪ Kesesuaian harga dengan manfaat 	setuju 2. Tidak setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat setuju
	Distribusi (X ₃)	Distribusi adalah cara perusahaan menyalurkan barangnya mulai dari perusahaan sampai ke tangan konsumen akhir. ¹¹	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Saluran distribusi ▪ Cakupan pemasaran ▪ Lokasi mudah dijangkau ▪ Persediaan klengkapan produk ▪ Transportasi 	<i>Likert</i> Keterangan: 1. Sangat tidak setuju 2. Tidak setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat setuju
	Promosi (X ₄)	Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat mengenali produk yang ditawarkan oleh perusahaan minat untuk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Personal selling</i> (penjualan tatap muka) ▪ Periklanan ▪ Promosi penjualan ▪ Publisitas ▪ Hubungan Masyarakat 	<i>Likert</i> Keterangan: 1. Sangat tidak setuju 2. Tidak setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat setuju

¹⁰ Mas' ud Machfoedz dan Mahmud Machfoedz, *Kewirausahaan Metode, Manajemen dan Implementasi*, (Yogyakarta: BPFE, 2015), 197

¹¹ Kasmir, “*Kewirausahaan, Edisi Revisi*”, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 195

		membeli produk tersebut. ¹²		
	Volume Penjualan (Y)	Volume penjualan ialah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan. ¹³	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mencapai volume penjualan ▪ Mendapatkan laba ▪ Menunjang pertumbuhan perusahaan 	<p><i>Likert</i> Keterangan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat tidak setuju 2. Tidak setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat setuju

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode *field research* yaitu dengan cara langsung ke objek penelitian untuk memperoleh data-data primer dengan cara, yaitu:

1. Wawancara kepada pihak Rizky Bakery, informasi yang diperoleh dari hasil wawancara terdiri atas profil perusahaan, struktur perusahaan, jenis roti dan kue yang dihasilkan, proses bisnis perusahaan, jumlah konsumen,

¹² Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen)*, 152

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol)*, 404

berapa banyak roti yang terjual dan harga roti dan kue yang ada di Rizky Bakery.

2. Observasi langsung ke Rizky Bakery untuk mengamati jenis roti dan kue yang paling banyak diminati oleh konsumen.
3. Kuesioner, penyebaran kuesioner ini ke responden terkait penilaian terhadap variabel penelitian.

F. Pengujian Data

1. Uji Validitas

Uji validitas instrumen digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut. 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 table* untuk *degree of freedom* ($df = n - k$). dalam hal ini adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Apabila *r hitung* lebih besar dari *r table* maka hasilnya valid.¹⁴

Uji validitas dapat menggunakan rumus, untuk menghitung tingkat validitas adalah Pearson Correlation Product Moment, sebagai berikut:¹⁵

$$r_{xy} = \frac{N (\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \cdot \sum x^2 - |\sum x|^2)(N \cdot \sum y^2 - |\sum y|^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = *r* hitung

N = jumlah sampel

$\sum x^2$ = kuadrat faktor variabel X

¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate deng Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2009), 49

¹⁵ J. Supranto dan Nandan Limakrisna, *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi edisi 3*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), 97

$\sum y^2$ = kuadrat faktor variabel Y

$\sum xy$ = jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Jika r hitung $>$ atau $= r$ tabel maka butir dikatakan valid. Jika r hitung $<$ r tabel maka butir dikatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reabilitas instrumen sebagai alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reabilitas dapat dilakukan dengan dua cara:

a. *Repeated Measure* atau Pengukuran Utang

Disini seseorang akan disodorkan pertanyaan yang sama dengan waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.

b. *One Shot* atau Pengukuran skala kecil

Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reabilitas dengan Uji Statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0.60 (Nunnally, 1960).¹⁶

Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus koefisien alfa (*Cronbach Alpha*) yang digunakan dalam konsistensi internal. Dengan rumusan sebagai berikut:¹⁷

$$CA = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

¹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate deng Program SPSS*, 45-46

¹⁷ J. Supranto dan Nandan Limakrisna, *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi* edisi 3, 99

Keterangan:

α = reliability as (koefisien Alfa)

k = banyaknya butir item/soal

α_t^2 = varian total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya atau cara untuk mengolah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut bisa dipahami dan bermanfaat untuk solusi permasalahan. Analisis data merupakan kegiatan mengubah data hasil dari penelitian menjadi informasi yang nantinya bisa digunakan dalam pengambilan kesimpulan. Tujuannya untuk mendeskripsikan data sehingga bisa dipahami, untuk selanjutnya dapat disimpulkan.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas (independen) saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ontogonal. Variabel ontogonal adalah variabel bebas yang antar nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam modal regresi adalah dengan nilai Tolerance dan Variance Inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang bernilai rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai yang umumnya dipakai adalah nilai tolerance 0,01 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.¹⁸

¹⁸ Rambat Lupiyodi & Ridho Bramulya Ikhsan, *Praktikum Metode Riset*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), 134-135

b. Uji Autokorelasi

Penguji autokorelasi adalah untuk melihat apakah ada hubungan *linier* antara *error* serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (*data time series*). Untuk melihat atau mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi digunakan Uji Durbin-Waston kemudian dibandingkan dengan nilai *d*-table. Hasil perbandingan akan menghasilkan kesimpulan seperti sebagai berikut:

Ketentuan	Keterangan
$0 < d < dl$.	Autokorelasi positif
$d - dl < d < 4$	Autokorelasi negatif
$dl - < d < du$	Tidak ada kepastian terjadi autokorelasi
$4 < du < d < 4 - dl$	Tidak ada kepastian terjadi autokorelasi
$du - < d < 4 - du$	Tidak terjadi autokorelasi positif atau negative

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot antara ZRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah distudentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam satu model regresi.

d. 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 memiliki distribusi data normal yang mendekati normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distributor sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (*Bell Shaoed*). Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingnya ke kiri tau ke kanan. Uji normalitas pada analisis regresi dan multivariante sebenarnya sangat kompleks, karena dilakukan pada seluruh variabel secara bersama-sama. Namun uji ini bisa dilakukan pada setiap variabel, dengan logika bahwa jika secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas, maka secara bersama-sama (*multivariante*) variabel-variabel tersebut juga dianggap memenuhi asumsi normalitas.¹⁹

2. Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan korelasi linier diantara dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat. Penganalisan tersebut bertujuan untuk menaksir angka variabel teikat, jika angka variabel bebas mengalami naik dan turun serta melihat korelasi diantara variabel bebas terhadap variabel terikat apakah setiap variabel bebas mempunyai pengaruh positif atau negatif.

Dalam penganalisan data, penelitian disini memakai rumus persamaan regresi liner berganda sebagai berikut:²⁰

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Dimana:

Y = volume penjualan

¹⁹ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 187

²⁰ M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2001), 269

- a = bilangan konstanta
 b_1 = koefisien regresi pengembangan produk dengan volume penjualan
 b_2 = koefisien regresi harga dengan volume penjualan
 b_3 = koefisien regresi distribusi dengan volume penjualan
 b_4 = koefisien regresi promosi dengan volume penjualan
 X_1 = pengembangan produk
 X_2 = harga
 X_3 = distribusi
 X_4 = promosi
 E = error

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data saling (*crosssection*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.²¹

c. Uji T (parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Analisis parsial (uji t) ini digunakan untuk menguji besarnya pengaruh dari variabel independen secara parsial atau individual dengan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

²¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate deng Program SPSS*, 67

- a. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti menolak H_0 dan menerima H_a .
 - b. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti menerima H_0 dan menolak H_a .²²
- d. Uji F (simultan)**

Uji F disunakan untuk menguji apakah variabel independen (X) berpengaruh bersama-sama signifikan terhadap variabel dependen (Y). dalam penelitian ini apakah adanya pengaruh pada variabel dependen atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan membandingkan nilai F_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, H_0 ditolak.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima. Apabila kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:
 - 1) Tarif signifikan = 0,05 ($\alpha = 5\%$)
 - 2) Derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = n-k$
 - 3) F_{tabel} yang nilainya dari daftar tabel distribusi F.

²² Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate deng Program SPSS*, 87
