

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian *field research* atau penelitian lapangan yang dilakukan dengan tujuan melihat hubungan antar variabel atau pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Penelitian ini sering disebut penelitian korelasional.¹ Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bukti empiris pengaruh atau hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen yaitu pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada Studi pada Perusahaan Manufaktur *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015 secara parsial.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Adapun penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui salah satu aspek dari sasaran penelitian secara meluas walaupun pengumpulan datanya menggunakan teknik pengambilan sampel. Hasil penelitian ini dapat berlaku secara umum bagi seluruh wilayah sasaran penelitian.²

Penentuan rancangan suatu penelitian memiliki dua tujuan. Pertama penetapan rancangan penelitian dapat membatasi studi, memperjelas alur penelitian, jadi dalam hal ini rancangan akan membatasi bidang penelitian. Kedua penetapan rancangan itu berfungsi untuk memenuhi kriteria inklusi-eksklusi atau memasukan mengeluarkan suatu informasi yang baru diperoleh di lapangan.

¹ Toto Syatori dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Pustaka Setia, Bandung, 2012, hlm. 57.

² *Ibid.*, hlm. 56.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.³ Penelitian jenis populasi ini didasarkan alasan bahwa yang akan diuji pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan Studi pada Perusahaan Manufaktur *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015. Adapun populasi penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan tahunan perusahaan Manufaktur *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015 yang berjumlah 17 perusahaan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai “wakil” dari para anggota populasi. Sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴ Adapun kriteria dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.1
Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian

No	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan Manufaktur <i>Food and Beverages</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015	17
2.	Perusahaan Manufaktur <i>Food and Beverages</i> yang tidak secara berturut -turut terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015	(4)
3.	Perusahaan yang tidak memiliki kelengkapan variabel penelitian	(2)
4.	Perusahaan pengamatan	11
5.	Dikalikan periode penelitian 2012-2015	4
6.	Jumlah sampel penelitian	44

³Suharsimi Arikunto, *prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 1993, hlm. 102.

⁴Saifuddin Azwar, *Op.Cit.*, hal. 117.

Adapun nama-nama perusahaan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Sampel Penelitian

No	Kode	Nama
1	ADES	PT. Akasha wira internasional Tbk
2	AISA	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
3	DAVO	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
4	DLTA	PT. Delta DJakarta Tbk
5	ICBP	PT. Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk
6	INDF	PT Indofood sukses makmur Tbk
7	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk
8	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk
9	PSDM	PT. Prasidha Aneka Niaga Tbk
10	ROTI	PT. Nipon Indosari Corpindo Tbk
11	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk

Sumber : Data Bursa Efek Indonesia Tahun 2015.

C. Tata Variabel Penelitian

Agar penelitian ini lebih terfokus, maka penelitian ini perlu diadakan pembatasan penelitian sebagai berikut:

- Obyek penelitian adalah data biaya promosi, biaya distribusi dan data volume penjualan Studi pada Perusahaan Manufaktur *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015.
- Variabel penelitian dibatasi menjadi:
 - Variabel Dependen : volume penjualan.
 - Variabel Independen : biaya promosi, biaya distribusi.

D. Definisi Operasional

Tabel 3.3
Definisi Operasional

No	Variabel	Devinisi oprasional	Indikator	Skala
1.	Biaya Promosi (x1)	Semua biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan promosi, seperti pembuatan leaflet, stiker,	Data yang digunakan adalah biaya promosi tahun 2012-2015, dalam bentuk data	Nominal

		brosur, spanduk, kalender, serta mengikuti kegiatan pameran dan seminar. ⁵	tahunan.	
2.	Biaya Distribusi (x2)	biaya yang digunakan oleh produsen ke konsumen untuk menyalurkan barang dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri. ⁶	Data biaya distribusi dari tahun 2012-2015, dalam bentuk data tahunan.	Nominal
3.	Volume Penjualan (Y)	Volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. ⁷	Data yang digunakan adalah data volume penjualan tahun 2012-2015, dalam bentuk data tahunan.	Nominal

E. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diukur dalam skala numerik (angka).

Sumber data penelitian ini menggunakan data penelitian ini menggunakan data yang telah dikumpulkan oleh Studi pada Perusahaan Manufaktur *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015 dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Data laporan yang diperoleh dari data laporan keuangan perusahaan tahun 2014 yang terdiri dari data biaya promosi, distribusi dan data volume penjualan Studi pada Perusahaan Manufaktur *Food and Beverages* yang

⁵ Morisson, MA. "Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu)", Edisi Pertama. Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2010, hlm. 2.

⁶ Nita Novita, dkk, *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan Pada PT Selaras Kausa Busana*, Jurnal Ilmiah, STIE MULIA PRATAMA BEKASI, 2015, hlm. 4.

⁷ Freddy Rangkuti, *Op. Cit*, hlm. 57.

Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015 yang berhubungan dengan penelitian.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life historic*), biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁸ Metode dokumentasi diambil dari Studi pada Perusahaan Manufaktur *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015, yang berupa data profil organisasi, sejarah berdirinya, struktur organisasi, dan penyebaran karyawan, foto saat dilakukan penelitian, dan observasi dan lain sebagainya.

F. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Berdasarkan *normal probability plot* jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas suatu data adalah dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Demikian dengan hanya melihat histogram ini bisa menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Dikatakan lulus uji

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2012, hlm. 139.

normalitas atau data terdistribusi dengan normal jika *normal probability plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai Cuttof yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.⁹

Sehingga sebuah penelitian yang baik dan dikatakan lulus uji multikolinieritas, jika hasil output SPSS pada kolom *tolerance* menunjukkan nilai lebih dari 0,10 dan atau nilai *variance inflation factor* (VIF) dibawah angka 10.

3. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson.

⁹ Imam Ghozali, *Op. Cit*, hlm. 91.

Tabel 3.4
Kaidah pengambilan keputusan Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Syarat
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$d_l < d < d_u$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tidak ada keputusan	$4 - d_u < d < 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi positif/negatif	Terima	$Du < d < 4 - du$

Sehingga sebuah penelitian yang baik dikatakan lulus uji autokorelasi jika tidak ada autokorelasi positif atau negatif pada penelitian tersebut. Dengan kaidah pengambilan keputusan jika nilai output SPSS pada kolom Durbin Watson diantara *degree of upper* (d_u) dan dibawah $4 - d_u$ dengan ketentuan pengambilan nilai tabel Durbin Watson untuk baris n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel bebas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).¹⁰

Jika grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

¹⁰ Ibid., hlm. 105.

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi berganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan regresi ganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Dimana :

- Y = volume penjualan
- a = bilangan konstanta
- b₁ = koefisien regresi biaya promosi dengan volume penjualan
- b₂ = koefisien regresi biaya distribusi dengan volume penjualan
- X₁ = biaya promosi
- X₂ = biaya distribusi¹¹

2. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R² 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 (*crossection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.¹²

3. 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

¹¹ *Ibid.*, hlm. 19.

¹² *Ibid.*, hlm. 97.

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:

- a. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti menolak H_0 dan menerima H_a yang berarti biaya promosi dan distribusi secara parsial atau individual mempengaruhi volume penjualan.
- b. Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti menerima H_0 dan menolak H_a yang berarti biaya promosi dan distribusi secara parsial atau individual tidak mempengaruhi volume penjualan.¹³

4. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen (X) berpengaruh bersama-sama signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini apakah adanya pengaruh biaya promosi dan distribusi terhadap volume penjualan.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan membandingkan nilai F_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka 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 table distribusi F.

¹³ Ibid., hlm. 67.