

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian *field research* (penelitian lapangan), yaitu peneliti terjun langsung ke *setting* penelitian dimana yang menjadi *setting* penelitian ini adalah PT. Selok Jaya Juwana.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu sebagai metode positivistik karena berlandaskan filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.<sup>1</sup> Kemudian dideskripsikan untuk mengambil simpulan. Pendekatan ini memudahkan peneliti dalam menghitung data-data yang didapat dari pengaruh harga, promosi dan saluran distribusidi PT. Selok Jaya Juwana.

### B. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek itu.<sup>2</sup> Populasi pada penelitian ini adalah konsumen di PT. Selok Jaya Juwanayang tidak diketahui secara pasti jumlahnya.

#### 2. Sampel

Menurut Ferdinand, bila dalam penelitian yang populasinya tidak diketahui secara pasti, digunakan teknik

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2017), 13.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: CV Alfabeta, 2003), 55.

*sampling* kemudahan. Berdasarkan *sampling* kemudahan ini, peneliti menyeleksi dengan menyaring kuesioner yang ada. Misalnya digunakan ukuran sampel untuk estimasi nilai rerata, maka penghitungan jumlah sampel berdasarkan rumus sebagai berikut :<sup>3</sup>

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel

Z : Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5%  
= 1,96

Moe : *Margin of error* yaitu tingkat kesalahan maksimum dalam pengambilan sampel yang dapat ditoleransi.

Dengan menggunakan *Margin of error* sebesar 10% = 0,1, maka jumlah sampel yang diambil sebesar:

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,1)^2} = \frac{3,8416}{4 (0,01)} = \frac{3,8416}{0,04} = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh jumlah sampel yang harus dipenuhi sebanyak 96,04 (dibulatkan menjadi 96) responden.

Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dalam pengambilan sampel, yaitu teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>4</sup> Adapun metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sumber, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui dipandang cocok sebagai sumber data.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini yaitu konsumen di PT. Selok Jaya Juwana.

---

<sup>3</sup>Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2006), 53.

<sup>4</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 60.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 60.

### C. Identifikasi Variabel

Variabel adalah *construct* yang diukur dengan berbagai macam nilai untuk memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai fenomena-fenomena.<sup>6</sup>Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel *independen* dan variabel *dependent* sebagai berikut :

1. Variabel X (*independent*/bebas)

Variabel *independent* merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent*).<sup>7</sup> Terdapat tiga variabel bebas/*independent* dalam penelitian ini, yakni harga, promosi dan saluran distribusi.

2. Variabel Y (*dependent*/terikat)

Variabel terikat/*dependent* merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas.<sup>8</sup>Variabel terikat (*dependent*) dalam penelitian ini adalah volume penjualan.

### D. Variabel Operasional

Untuk mempermudah dan memperjelas apa yang dimaksud dengan variable-variabel dalam penelitian ini maka diperlukan definisi operasional. Variable operasional adalah suatu definisi mengenai variable yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variable tersebut yang dapat diamati.<sup>9</sup>

**Tabel 3.1. Variabel Operasional**

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Referensi
Harga (X <sub>1</sub> )	Nilai suatu produk yang diukur dengan	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga	Suri Amilia & M. Oloan

<sup>6</sup>Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 69.

<sup>7</sup>Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 77.

<sup>8</sup>Husein Umar, *Metode Riset Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), 101.

<sup>9</sup>Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kudus: STAIN Kudus, 2009, 138

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Referensi
	uang, dimana berdasarkan nilai tersebut, penjual atau produsen bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimilikinya kepada pihak lain dengan memperoleh keuntungan tertentu. <sup>10</sup>	dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Asmara Nst, “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa”, Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol.6, No.1, Mei 2017
Promosi (X <sub>2</sub> )	Sarana yang digunakan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen (langsung atau tidak langsung)	1. Potongan harga 2. Kupon berbelanja 3. Penjualan langsung 4. <i>Frequent Shopper Program</i> (Program pelanggan setia)	Lukman Sujudi, “Pengaruh Promosi Penjualan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Warung Six Di

<sup>10</sup>Irawan, dkk, *Pemasaran Prinsip dan Kasus*, 110.

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Referensi
	tentang produk atau merek yang mereka jual.		Pekanbaru, Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim, 2019, 13.
Saluran distribusi ( $X_3$ )	Saluran distribusi untuk suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh produsen dalam menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri. <sup>11</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tempat</li> <li>2. Waktu</li> <li>3. Bentuk</li> <li>4. Informasi</li> </ol>	Benny Irawan, “Pengaruh Saluran Distribusi Dan Harga Diskriminasi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Presol Indo Prima Palembang ( Studi Kasus )”
Volume penjualan (Y)	Tingkat penjualan maksimum yang dapat dicapai oleh penjual. <sup>12</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mencapai volume penjualan</li> <li>2. Mendapatkan laba</li> <li>3. Menunjang pertumbuhan perusahaan</li> </ol>	Indra Sasangka & Rahmat Rusmayadi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan

<sup>11</sup>Basu Swastha, “*Azs-Azas Marketing*”, Edisi Kedua, Liberty, Yogyakarta, 1981, 192.

<sup>12</sup>Fauzi Dwi Putra, “Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*: Vol. 9 No.2 (2017), 465.

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Referensi
			Terhadap Volume Penjualan Pada Mini Market Minamart'90 Bandung”, Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi, Vol. 2 No. 1 2018

### E. Teknik Pengumpulan Data

Berbagai data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan berbagai metode, yaitu:

#### 1. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab lisan kepada pihak yang akan diteliti, yaitu konsumen PT. Selok Jaya Juwana. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau sedikit – tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.<sup>13</sup>

#### 2. Metode kuisisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>14</sup>

Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini adalah model tertutup karena jawabannya telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala Likert. Skala Likert

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cet. 15 (Bandung: Alfabeta, 2012), 194.

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 142.

digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>15</sup> Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, dengan empat alternatif jawaban sebagai berikut :

**Tabel 3.2. Alternatif Jawaban Responden**

Simbol	Alternatif jawaban	Skor
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dapat mengukur aspek-aspek dalam penelitian dan dapat dipercaya konsistensinya, maka akan dilakukan uji validitas dan reabilitas terhadap alat-alat tersebut.

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid jika menunjukkan ukur yang valid atau dapat digunakan untuk mengukur sesuatu yang seharusnya diukur. Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur.<sup>16</sup>

Cara mengukur validitas yaitu dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (uji dua sisi dengan sig.0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

<sup>15</sup>Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Cet. 1 (Kudus : Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015), 93.

<sup>16</sup>Yaya Suryana, *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 234-235.

- b. Jika  $r$  hitung  $< r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig.0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).<sup>17</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian mempunyai keandalan sebagai alat ukur, diantaranya diukur melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu jika fenomena yang diukur tidak berubah.<sup>18</sup> Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik *cronbach alpha*( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha*  $> 0,60$ .<sup>19</sup>

## G. Uji Asumsi Klasik

Teknik pengujian yang dipakai adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Dengan melakukan uji asumsi klasik, maka peneliti dapat menetapkan apakah penelitian ini menggunakan statistik parametris atau statistik nonparametris. Kebijakan ini perlu diambil agar hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan pada populasi yang lebih luas.

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan analisis grafik. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

#### a. Analisis Grafik

Analisis grafik yaitu dengan melihat grafik histogram dan grafik normal P-Plot. Pada prinsipnya

---

<sup>17</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS* (Jakarta: Buku Seru, 2010), 90.

<sup>18</sup> Yaya Suryana, *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan*, 235.

<sup>19</sup> Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 98.

normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### **b. Analisis Statistik**

Uji statistik dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah dengan melihat uji statistik non-parametrik Kolmogorov – Smirnov (K-S).<sup>20</sup>

#### **2. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk 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 homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.<sup>21</sup>

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residualnya (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di studentized. Dasar analisis:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar

---

<sup>20</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*, 160-164.

<sup>21</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*, 139.

kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>22</sup>

**3. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a. Nilai Tolerance  
Nilai tolerance, nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance  $\leq 0,10$ .
- b. Nilai Variance Inflation Faktor (VIF)
  - 1) Jika nilai VIF  $\geq 10$  maka terdapat persoalan multikolonieritas di antara variabel bebas.
  - 2) Jika nilai VIF  $\leq 10$  maka tidak terdapat persoalan multikolonieritas diantara variabel bebas.<sup>23</sup>

**H. Teknik Analisis Data**

**1. Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis dan penelitian yang sudah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ) dan Saluran Distribusi ( $X_3$ ) terhadap Volume Penjualan(Y).

Adapun untuk mencari persamaan regresi berganda, maka digunakan rumus :

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$

<sup>22</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, 134.

<sup>23</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 105-106.

Dimana :

- Y = Volume Penjualan
- X1 = Harga
- X2 = Promosi
- X3 = Saluran Distribusi
- a = Nilai Intercept (Konstanta)
- b1 = Koefisien regresi hargadengan Volume Penjualan
- b2 = Koefisien regresi promosidengan Volume Penjualan
- b3 = Koefisien regresi saluran distribusiProduk dengan Volume Penjualan
- e = eror/faktor lain di luar penelitian

## 2. Uji Signifikansi Parameter individual (Uji t)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel *independent* (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (Y). Langkah-langkah pengujian:

a. Menentukan hipotesis:

Ho: Secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.

Ha: Secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ )

c. Kriteria pengujian

1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak atau jika  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  di tolak

2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima atau jika  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima

## 3. Uji Signifikan Parameter Simultan (F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap nilai variabel *dependent*.

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

a. Merumuskan hipotesis

Ho: secara simultan tidak berpengaruh

Ha: secara simultan berpengaruh

- b. Tingkat signifikansi  
Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ )
- c. Kriteria pengujian  
Ho diterima jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$   
Ho ditolak jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$ .<sup>24</sup>

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

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan pengaruh antara dua variabel. Besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 0 besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) suatu persamaan regresi, semakin kecil pula pengaruh semua variabel *independent* terhadap nilai variabel *dependent*. Sebaliknya, semakin mendekati 1 besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) suatu persamaan regresi, maka semakin besar pula pengaruh semua variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.<sup>25</sup>

Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan. Sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya memiliki nilai koefisien determinasi yang tinggi. Secara matematis jika nilai  $R^2=1$ , maka  $adjusted R^2=R^2=1$  sedangkan jika nilai  $R^2=0$ , maka  $adjusted R^2=(1-k)/(n-k)$ , jika  $k>1$ , maka  $adjusted R$  akan bernilai negatif.<sup>26</sup>

<sup>24</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistic Data Dengan SPSS*, 67.

<sup>25</sup>Algifari, *Analisis Regresi (Teori, Kasus, dan Solusi)* (Yogyakarta:BPFE, 2000), 68.

<sup>26</sup>Imam Ghazali, *Analisis Multivariate*, 98.