

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Jenis dan pendekatan penelitian.

Adapun jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden untuk menemukan realitas apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif mempergunakan data angka dengan berbagai klasifikasi dalam bentuk presentase, frekuensi, nilai rata – rata, dan sebagainya yang diolah secara matematis dengan rumus – rumus statistik<sup>1</sup>. 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<sup>2</sup>. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif maka data – data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka – angka. Kemudian angka – angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan.

##### B. Sumber data.

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan Data Primer dan Data Sekunder, yaitu :

###### 1) Data primer

Data primer atau yang pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung pada sumber objek sebagai sumber informasi yang diberi. Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Responden

<sup>1</sup> Marzuki, *Metodologi Riset*, Ekonosia, Yogyakarta, 2005, hlm. 14-16

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 37

yang menjawab daftar kuesioner tersebut adalah karyawan perusahaan Hendra Jaya Kudus.

## 2) Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti tersebut secara tidak langsung melalui media perantara atau yang diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data sekunder tersebut berupa catatan atau laporan yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) perusahaan yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan.<sup>3</sup>

## C. Populasi dan sampel.

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek /subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>4</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah penelitian yaitu bagian pemasaran dan staff Perusahaan Rokok di Hendra Jaya Kudus yang berjumlah 38 karyawan. Penentuan jenis populasi ini didasarkan atas alasan bahwa yang akan di uji adalah saluran dsitribusi dan harga pada volume penjualan di Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus. Sampel pada penelitian ini adalah 38 karyawan pada perusahaan Hendra Jaya Kudus. Jumlah populasi dalam rangka efisiensi dan keefektifan penelitian, dilakukan sampling (pengambilan sampel) sebagai representasi populasi.

**Tabel 3.1**  
**Jumlah staf karyawan Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus**

Jabatan	Jumlah	Prosentase(%)
Pemilik	1	2.6%
Manager	1	2.6%
Bagian Personalia	9	23.7%
Bagian Keuangan	4	10.5%

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Alfabeta, Bandung, 2012, hlm. 308-309

<sup>4</sup> Sugiyono, *Op. Cit*, hlm. 80

Bagian Pemasaran	8	21.1%
Bagian Pembelian	5	13.2%
Bagian Produksi	10	26.3%
Jumlah	38	100%

*Sumber data `Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus*

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut<sup>5</sup>. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel<sup>6</sup>

### D. 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 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 saluran distribusi dan harga.
2. Variabel dependen : variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. <sup>7</sup>Variabel dependen dalam penelitian ini adalah volume penjualan (Y).

<sup>55</sup> *Ibid.*, hlm. 81

<sup>6</sup> *Ibid.*, hlm. 85

<sup>7</sup> *Ibid.*, hlm. 38-39

### E. Definisi operasional.

Definisi operasional adalah penentuan konsep (*construct*) sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan *construct* yang lebih baik<sup>8</sup>.

Variabel dan definisi operasional akan dijelaskan sebagaimana tabel berikut:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Oprasional	Indikator	Skala
Saluran distribusi (X1)	Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang digunakan untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen	1. Informasi 2. Promosi 3. Negosiasi. 4. Pemesanan 5. Pengambilan resiko 6. Pengambilan resiko 7. Kepemilikan fisik 8. Pembayaran 9. Hak milik <sup>9</sup>	<i>Likert</i>
Harga (X2)	Harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayannya	1. Keadaan perekonomian 2. Penawaran 3. Elastisitas permintaan 4. Persaingan 5. Biaya <sup>10</sup>	<i>Likert</i>
Volume penjualan (Y)	Hasil akhir yang telah dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan	1. Kondisi penjual 2. Kondisi pasar 3. Modal	<i>Likert</i>

<sup>8</sup> Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, 2002, BPFE Yogyakarta hlm. 69

<sup>9</sup> Windri Sulistiya Nigrum, "Pengaruh Saluran Distribusi Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada UKM Sandal Di Mojokerto", Vol.01 No. 01 Tahun 2012

<sup>10</sup> Basu Swastha dan Sukotja, *Op. Cit*, hlm.211-215

	tersebut.	4. Kondisi organisasi perusahaan <sup>11</sup>	
--	-----------	--	--

## F. Teknik pengumpulan data

Metode Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survey yaitu dengan cara menyebar kuesioner.

### 1) Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner ini 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>12</sup>.

Kuesioner dapat dibedakan menjadi dua: kuisisioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka, yaitu bila responden diberi kesempatan untuk menjawab sendiri yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, dan pendidikan. Sedangkan kuesioner tertutup yaitu bila responden hanya diberi kesempatan untuk memilih jawaban yang telah disediakan. Pertanyaan tertutup dapat berbentuk pilihan berganda atau check list<sup>13</sup>.

Dalam metode survei didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), dimana 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

<sup>11</sup> Basu Swastha, *Manajemen penjualan*, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta, 2001, hlm. 129-131.

<sup>12</sup> Sugiyono, *Op. Cit*, hlm 142

<sup>13</sup> Sonny Sumarsono, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2004, hlm.81

tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.<sup>14</sup>

## 2) Interview (wawancara)

Di sini wawancara digunakan untuk sebagai teknik pengambilan data, kemudian apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahannya yang harus diteliti nanti, dan apabila nanti peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam lagi dan jumlah respondennya yang sedikit atau kecil<sup>15</sup>. Penelitian ini menggunakan wawancara secara langsung pada Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus karena untuk memperoleh data responden yang dibutuhkan

## G. Uji validitas dan reabilitas instrumen.

### 1. Uji validitas instrumen

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner valid dan reliabel. Maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin di ukur.<sup>16</sup> 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.

### 2. Reabilitas instrumen

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reabilitas alat ukur tersebut diuji. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan

<sup>14</sup>Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 93

<sup>15</sup>*Ibid.*, hlm. 137

<sup>16</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Media Kom, Yogyakarta, 2010, hlm. 90.

konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama.<sup>17</sup> Setiap alat pengukur harusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

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.

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.

#### H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan atau penyakit. Berikut ini macam-macam 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 diantara variabel independen. Jika variabel bebas (independen) saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang antar nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.<sup>18</sup> 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

<sup>17</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002, hlm.113.

<sup>18</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariati dengan Program IBM SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2001, hlm. 95.

yang umumnya dipakai adalah nilai tolerance 0,01 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.

## 2. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk 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 terdapat problem autokorelasi.<sup>19</sup>

## 3. Uji 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 yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah heteroskedastisitas.<sup>20</sup>

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya) yang telah di-studentized. 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.

## 4. Uji normalitas

Uji normalitas data adalah untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara:

- a. Melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

---

<sup>19</sup> *Ibid*, hlm. 99.

<sup>20</sup> *Ibid*, hlm. 125.

- b. Dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

### I. Analisis Data Regresi Berganda.

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel Saluran Distribusi dan Harga terhadap Volume Penjualan.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan garis regresi ganda adalah sebagai berikut:<sup>21</sup>

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y : *volume penjualan*

a : Konstanta

$b_1, b_2$  : Koefisien regresi

$X_1$  : Saluran Distribusi

$X_2$  : Harga

e : Standar eror

#### a) 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:

---

<sup>21</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistika 1(Statistik Deskriptif)*, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hlm. 269.

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

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

b) 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:

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

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

c) 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>22</sup>.

---

<sup>22</sup> Imam Ghozali, *Op. cit.*, hal. 44-45