

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif, penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala (Sujarweni, 2015:16).

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah volume penjualan, variable independen dalam penelitian ini yaitu harga jual, biaya promosi dan biaya distribusi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif.

Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu didalam kehidupan manusia yang dinamakan sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif (Sujarweni, 2015:39).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014:56) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa akan menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. (Mayang Sari Lubis, 2018:19).

Populasi umum yaitu seluruh laporan keuangan PT. Graha Pertiwi Mandiri sejak perusahaan berdiri 2015 sampai saat ini.

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sujarweni, (2015:81) Sampel adalah sebagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Metode

sampling yang dipilih dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Berdasarkan metode ini, maka kriteria penentuan sampel yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu: Laporan keuangan PT. Graha Pertiwi Mandiri mencakup daftar harga jual, biaya promosi dan biaya distribusi dari Jan 2016 - Des 2020 data bulanan.

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1 Data

Data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Pada penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu berupa laporan keuangan. Data sekunder adalah sumber data yang secara tidak langsung memberikan data kepada peneliti. Menurut Sugiyono (2017:137) Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dan menunjang penelitian ini. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari laporan keuangan PT. Graha Pertiwi Mandiri selama tahun 2016-2020, data dihitung perbulan. Selain itu juga dengan melakukan studi pustaka yaitu pengumpulan data sebagai landasan teori serta penelitian terdahulu didapat dari dokumen - dokumen, buku, internet serta sumber data tertulis lainnya yang berhubungan dengan informasi yang dibutuhkan.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Dokumentasi adalah metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat dan mendokumentasikan data-data yang berhubungan dengan penelitian, dokumen bisa berbentuk tulisan-tulisan dan gambar (Sugiyono, 2017: 240). Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain adalah dengan melakukan dokumentasi penulis mencari data langsung dari catatan-catatan atau laporan keuangan yang ada pada PT. Graha Pertiwi Mandiri selama Januari 2016 - Desember 2020. Data sekunder yang diambil dari PT. Graha Pertiwi Mandiri ini terdiri dari laporan auditor independen dan laporan keuangan perusahaan sesuai dengan kriteria pemilihan sampel. Selain itu juga dengan melakukan studi pustaka yaitu pengumpulan data sebagai landasan teori serta penelitian terdahulu didapat

dari dokumen - dokumen, buku, internet serta sumber data tertulis lainnya yang berhubungan dengan informasi yang dibutuhkan.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2017: 38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga mendapatkan informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel dependen dan variabel independen sebagai berikut:

3.4.1 Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Menurut (Sinulingga, 2015:86) Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif maupun secara negatif. Kata mempengaruhi dalam konteks ini mempunyai arti bahwa jika variabel independen ada maka variabel dependen juga ada, dan jika nilai variabel independen berubah maka nilai variabel dependen juga berubah. Variabel independen dalam penelitian ini terdapat 4 variabel yaitu:

1. Harga (X_1)

Menurut Kotler dan Armstrong (2013:151), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Hansen dan Mowen (2011, hal. 633) mendefinisikan “Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”. Menurut Mulyadi (2011, hal. 273) bahwa “Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up”. Harga dalam variabel harga ini merupakan daftar harga jual produk silicone sealant merek Dowsil di PT. Graha Pertiwi Mandiri pada 2016-2020.

2. Biaya Promosi (X_2)

Menurut Malau (2017:229) Biaya promosi berkaitan dengan biaya marketing communication. Untuk mencapai sebuah perencanaan yang afektif dari sebuah strategi komunikasi pemasaran. Perencanaan sebuah aktifitas kegiatan komunikasi pemasaran harus disesuaikan dengan kemampuan pembiayaan atau anggaran yang disediakan. Dengan melihat berapa besar dari jumlah barang yang akan dijual oleh perusahaan kepada masyarakat dan besar keuntungan yang ditargetkan untuk dicapai. Tinggi atau rendahnya biaya atau anggaran komunikasi pemasaran akan menentukan apa saja yang akan dibiayakan, segmentasi mana saja yang akan dituju dengan media apa saja, dan dengan efek apa. Biaya Promosi adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran perusahaan. Indikator biaya promosi seperti: biaya percetakan brosur, koran, majalah, hingga website serta biaya terkait kegiatan penjualan mencakup komisi, bonus, kompensasi, biaya entertainment hingga biaya perjalanan dinas.

3. Biaya Distribusi (X_3)

Biaya distribusi adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen, dimana di dalamnya termasuk biaya transportasi. Menurut Abdul Halim (2012:429) Distribusi merupakan penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Biaya distribusi adalah biaya yang terjadi untuk menjual dan mengirim produk. Data biaya distribusi pada penelitian ini diambil dari tahun 2016-2020, dalam bentuk data bulanan.

3.4.2 Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2017:39) Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Volume penjualan (Y) adalah hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Data yang digunakan adalah

data volume penjualan tahun silicone sealant merek Dowsil Januari 2016 - Desember 2020, dalam bentuk data bulanan.

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1 Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Sciences*) v.26 hal ini dilakukan agar dalam mengolah data statistik dapat lebih cepat dan tepat.

3.5.2 Penyajian Data

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan di sajikan dalam bentuk table agar lebih sistematis dalam memahami dan menganalisa data yang disajikan.

3.5.3 Metode Analisis Statistik Data

3.5.3.1 Uji Asumsi Klasik

Persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS) adalah uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang umum digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2018: 109). Pengujian asumsi klasik digunakan untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian dengan mengetahui bahwa data berdistribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas heteroskedastisitas dan autokorelasi diantara variabel yang dijelaskan dalam model regresi

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel-variabel dalam penelitian mempunyai sebaran distribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan teknik Komolgorov-Smirnov. Kriteria yang digunakan yaitu data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > dari tingkat alpha yang ditetapkan (5%), karenanya dapat dinyatakan bahwa data berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji asumsi tentang multikolinearitas ini dimaksudkan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linear antara variabel bebas (independen) satu dengan variabel bebas (independen) yang lainnya. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi multikolinearitas atau tidak, yaitu menggunakan nilai tolerance dan nilai VIF. Jika nilai tolerance $> 0,1$ maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Jika nilai VIF < 10 , maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak di antara data pengamatan tersebut menggunakan koefisien signifikansi. Apabila koefisien signifikansi lebih besar dari 0,050 (alpha), maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas di antara data pengamatan tersebut. Bila signifikansi $<$ dari 0,050 maka dinyatakan terjadi heteroskedastisitas. Cara lain dalam menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak yaitu dengan membandingkan thitung dan ttabel. Jika thitung $<$ ttabel maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji asumsi tentang autokorelasi sangat penting untuk dilakukan tidak hanya pada data yang bersifat time series saja, akan tetapi semua data (independen variabel) yang diperoleh perlu diuji terlebih dahulu autokorelasinya apabila akan dianalisis dengan regresi linear ganda. Ada tidaknya autokorelasi dalam penelitian ini dideteksi dengan menggunakan uji Durbin –Watson. Ukuran yang digunakan untuk menyatakan ada tidaknya autokorelasi, yaitu apabila nilai statistik Durbin_Watson diantara du dan 4-du atau $du < DW <$

4- du, maka dapat dinyatakan bahwa data pengamatan tersebut tidak memiliki autokorelasi.

3.5.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3) dan Variabel dependen (Y). analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Sugiyono (2014:125) Regresi berganda didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Pada penelitian ini menggunakan alat bantu program statistik SPSS 26.0. untuk mempermudah proses pengolahan data-data penelitian dari program tersebut akan didapatkan output berupa hasil pengolahan dari data yang dikumpulkan, kemudian output hasil pengolahan data tersebut diinterpretasikan akan dilakukan analisis terhadapnya. Setelah dilakukan analisis barulah kemudian diambil sebuah kesimpulan sebagai sebuah hasil dari penelitian. Regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada regresi linier berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat keputusan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata kepulauan seribu pulau pari sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah produk wisata, persepsi harga dan promosi. Model hubungan keputusan mengunjungi dengan variabel variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana :

Y : Volume Penjualan (Variabel Dependen)

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

X_1 : Harga Jual (Variabel Independen)

X_2 : Biaya Promosi (Variabel Independen)

X_3 : Biaya Distribusi (Variabel Independen)

3.5.3.2 Uji Hipotesis

Hipotesis digunakan atau dipakai untuk menguji apakah terdapat pengaruh variabel bebas Harga Jual (X_1), Biaya Promosi (X_2), dan Biaya Distribusi (X_3) dan variabel terkait Volume Penjualan (Y). Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis :

1. Uji Hipotesis T Secara Parsial (Uji-t)

Uji ini digunakan mengetahui dalam model regresi variable independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap dependen (Y). Apabila koefisien regresi signifikan pada t -signifikan $< 0,05$ atau 5% berarti variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, sebaliknya jika $0,05$ atau 5% maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Uji Hipotesis ini menggunakan SPSS 26.0 dengan hasil perhitungan dibandingkan dengan T_{tabel} dan t_{hitung} .

A. Uji Koefisien regresi pengaruh harga jual terhadap volume penjualan

Menentukan hipotesis

$$H_0 : \beta_1 \leq 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel (n) = 60, menentukan table distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$, (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variable independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) Kriteria pengujiannya:

H_0 diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Dengan membandingkan t hitung dan t tabel serta menarik kesimpulan menjadi hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

B. Uji Koefisien regresi pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan

Menentukan hipotesis

$$H_0 : \beta_1 \leq 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel (n) = 60, menentukan table distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%: 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat

kebebasan (df) $n-k-1$, (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variable independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) Kriteria pengujiannya:

Ho diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Dengan membandingkan t hitung dan t tabel serta menarik kesimpulan menjadi hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

C. Uji Koefisien regresi pengaruh biaya distribusi terhadap volume penjualan

Menentukan hipotesis

$$H_0 : \beta_1 \leq 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel (n) = 60, menentukan table distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%: 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat

kebebasan (df) $n-k-1$, (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variable independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) Kriteria pengujiannya:

Ho diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Dengan membandingkan t hitung dan t tabel serta menarik kesimpulan menjadi hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

2. Uji Hipotesis F Secara Parsial (Uji-F)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Apabila $F_{signifikan} < 0,05$ berarti hipotesis diterima, yakni terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika $F_{signifikan} > 0,05$ maka hipotesis ditolak, yakni tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.5.3.3 Koefisien Determinasi

Sugiyono (2014:128) Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerapkan variasi variabel independen. Nilai determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai adjusted r^2 . Digunakan nilai tersebut karena nilai adjusted r^2 pada saat mengevaluasi model regresi dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel tidak bebas. Apabila R^2 mendekati berarti variabel bebas sangat berpengaruh terhadap variabel tidak bebas.

Guna mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variable dependen secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi dengan rumus:

1. Determinasi parsial X_1 terhadap Y (X_2, X_3 konstan)

$$KD_{Y1.23} = (r_{Y1.23})^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.4)$$

2. Determinasi parsial X_2 terhadap Y (X_1, X_3 konstan konstan)

$$KD_{Y2.13} = (r_{Y2.13})^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.5)$$

3. Determinasi parsial X_3 terhadap Y (X_1, X_2 konstan konstan)

$$KD_{Y3.12} = (r_{Y3.12})^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.6)$$

4. Determinasi berganda X_1, X_2 dan X_3 terhadap Y

$$KD_{123} = r_{Y123}^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.7)$$