

## **BAB III**

### **PROSEDUR PENELITIAN**

#### **3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di PT. Sessa Gasimandea yang beralamat di Jalan Haji Muhi XII No. 2 Pondok Pinang, Jakarta Selatan, Telp. (021) 7650455.

Waktu pengerjaan penelitian ini berlangsung sekitar lebih kurang 4 bulan, terhitung mulai dari bulan Maret 2015 sampai dengan bulan Juni 2015.

#### **3.2. Strategi dan Metoda Penelitian**

Strategi penelitian yang digunakan dalam menganalisis masalah yang akan dibahas adalah strategi asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel yaitu biaya promosi ( $X_1$ ) dan biaya distribusi ( $X_2$ ), serta nilai penjualan ( $Y$ ). Dalam penelitian ini strategi asosiatif dimaksudkan untuk dapat menjelaskan pengaruh biaya promosi ( $X_1$ ) dan biaya distribusi ( $X_2$ ) terhadap nilai penjualan ( $Y$ ) produk busana muslim di PT. Sessa Gasimandea.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ex post facto*. Metode *ex post facto* yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk menelaah peristiwa yang telah terjadi pada periode waktu tertentu, lalu kembali ke masa lalu untuk mengetahui dan memahami faktor-faktor yang dapat menimbulkan peristiwa tersebut. Hal ini dilakukan karena variabel-variabel yang akan diteliti yaitu berupa biaya promosi, biaya distribusi, dan nilai penjualan telah ada, sehingga peneliti dapat melakukan perbandingan dan menarik kesimpulan.

### **3.3. Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.3.1. Populasi penelitian**

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang mempunyai karakter tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh data biaya promosi, biaya distribusi, dan nilai penjualan produk busana muslim pada PT. Sessa Gasimandea.

#### **3.3.2. Sampel penelitian**

Sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Yaitu sampel yang dipilih dengan justifikasi (pertimbangan tertentu) atau diambil sesuai kriteria penelitian. Adapun sampel penelitian ini adalah data biaya promosi, biaya distribusi, dan nilai penjualan dari tahun 2009 hingga tahun 2014 dalam bentuk data tahunan.

### **3.4. Unit-Unit Analisis Penelitian**

Penelitian ini terdiri dari unit-unit penelitian yang diperlukan sebagai alat penunjang dalam analisis hasil penelitian yang dinamakan analisis penelitian. Unit-unit analisis dalam penelitian ini adalah biaya promosi, biaya distribusi, dan nilai penjualan produk busana muslim PT. Sessa Gasimandea.

### **3.5. Metoda Pengumpulan Data**

#### **3.5.1. Studi kepustakaan**

Penelitian kepustakaan (*library research*) merupakan usaha untuk mendapatkan gambaran dari masalah pokok penelitian, terutama mengenai objek yang menjadi pokok pembahasan. Studi ini dilakukan dengan cara mengambil

beberapa *literature* yang berhubungan dengan masalah penelitian untuk mencari teori yang mendasari sebagai pedoman dalam melakukan penelitian.

### **3.5.2. Penelitian lapangan**

Riset lapangan adalah riset yang dilakukan secara langsung terhadap objek yang diteliti guna mendapatkan data yang diperlukan. Instrumen yang digunakan peneliti, yaitu :

#### **1. Wawancara**

Pengumpulan data dengan melakukan komunikasi yang mengajukan beberapa pertanyaan terkait kepada divisi *marketing and communication* dan divisi *accounting* untuk mendapatkan data yang sesuai dan akurat.

#### **2. Observasi**

Pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian. Observasi dimaksudkan agar memperoleh data sekunder melalui pengamatan tidak langsung, yaitu dengan mempelajari laporan keuangan tentang nilai penjualan, laporan biaya promosi, dan laporan biaya distribusi pada PT. Sessa Gasimandea.

## **3.6. Metoda Analisis Data**

### **3.6.1. Pengolahan data**

Data yang terkumpul kemudian ditabulasi untuk memudahkan pengolahan data. Data tersebut disajikan dalam tabel untuk mempermudah dalam melakukan analisa dan memahami data sehingga data yang disajikan akan lebih sistematis. Selanjutnya data akan diolah dengan komputer menggunakan program SPSS versi 21.0 untuk mendapatkan hasil perhitungan yang akurat dan lebih efisien.

SPSS adalah sebuah program aplikasi yang memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog yang sederhana sehingga mudah untuk dipahami cara pengoperasiannya. SPSS dapat membaca berbagai jenis data atau memasukkan data secara langsung ke dalam SPSS Data Editor. Bagaimanapun struktur dari file data mentahnya, maka data dalam Data Editor SPSS harus dibentuk dalam bentuk baris (cases) dan kolom (variables). Case berisi informasi untuk satu unit analisis, sedangkan variable adalah informasi yang dikumpulkan dari masing-masing kasus.

### **3.6.2. Penyajian data**

Dalam skripsi ini data yang telah dikumpulkan akan disajikan dalam bentuk tabel dan gambar, serta penjelasan tentang hasil pengujian hipotesis secara *ex post facto*.

### **3.6.3. Analisis statistik data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Analisis regresi linier berganda**

Analisis linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan.

- $\hat{Y}$  = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
- $X_1$  = Variabel independen (biaya promosi)
- $X_2$  = Variabel independen (biaya distribusi)
- $a$  = Konstanta (nilai  $\hat{Y}$  apabila  $X_1$  dan  $X_2 = 0$ )
- $b_1$  = Koefisien regresi yang menunjukkan besarnya perubahan taksiran nilai penjualan yang diakibatkan berubahnya satu satuan biaya promosi, dengan asumsi biaya distribusi konstan.
- $b_2$  = Koefisien regresi yang menunjukkan besarnya perubahan taksiran nilai penjualan yang diakibatkan berubahnya satu satuan biaya distribusi, dengan asumsi biaya promosi konstan.

## 2. Koefisien determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) secara serentak terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.  $R^2$  sama dengan 0, maka tidak ada sedikit pun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikit pun variasi variabel dependen. Sebaliknya,  $R^2$  sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.

Nilai determinasi yang digunakan pada penelitian ini adalah nilai adjusted  $R^2$ . Digunakannya nilai tersebut karena nilai adjusted  $R^2$  pada

saat mengevaluasi model regresi dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel tidak bebas (terikat). Apabila  $R^2$  mendekati 1 berarti variabel bebas sangat berpengaruh terhadap variabel tidak bebas. Koefisien determinasi dinyatakan dengan rumus :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan.

KD = Koefisien determinasi.

R = Koefisien korelasi ganda.

#### 3.6.4. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis terhadap koefisien regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

##### 1. Uji koefisiensi regresi secara parsial

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

##### a. Pengaruh biaya promosi ( $X_1$ ) terhadap nilai penjualan (Y).

i.  $H_0 : \beta_i = 0$  (secara parsial tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan biaya promosi terhadap nilai penjualan).

$H_a : \beta_i \neq 0$  (secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan biaya promosi terhadap nilai penjualan).

ii. Untuk menguji pengaruh perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara parsial, dapat dilihat dari nilai *Significance t* dibandingkan dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) 5% (0,05) dengan kriteria :

$H_0$  ditolak, jika *Significance t* < 0,05 dan

Ho diterima, jika *Significance t*  $\geq 0,05$

- b. Pengaruh biaya distribusi ( $X_2$ ) terhadap nilai penjualan (Y).
- i.  $H_0 : \beta_2 = 0$  (secara parsial tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan biaya distribusi terhadap nilai penjualan).  
 $H_a : \beta_2 \neq 0$  (secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan biaya distribusi terhadap nilai penjualan).
  - ii. Untuk menguji pengaruh perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara parsial, dapat dilihat dari nilai *Significance t* dibandingkan dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) 5% (0,05) dengan kriteria :

Ho ditolak, jika *Significance t*  $< 0,05$  dan

Ho diterima, jika *Significance t*  $\geq 0,05$

## 2. Uji koefisien regresi secara simultan

- i.  $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$  (secara simultan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan biaya promosi dan biaya distribusi terhadap nilai penjualan).  
 $H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$  (secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan biaya promosi dan biaya distribusi terhadap nilai penjualan).
- ii. Untuk menguji pengaruh perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara simultan dapat dilihat dari nilai *Significance F* dibandingkan dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) 5% (0,05) dengan kriteria :

Ho ditolak, jika *Significance F*  $< 0,05$  dan

Ho diterima, jika *Significance F*  $\geq 0,05$