

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif, maksudnya bahwa dalam menganalisa data dengan menggunakan angka-angka rumus atau model matematis. Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul dimasyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. Kemudian mengangkat permukaan karakter atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun variabel tersebut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuantitatif, jenis penelitian kuantitatif adalah jenis metode yang digunakan untuk mencari penelitian dua variabel. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan.

B. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Bebas: Biaya Promosi (X)

Biaya promosi adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membiayai aktivitas atau kegiatan promosi.

2. Variabel Terikat : Volume Penjualan (Y)

Volume penjualan adalah banyaknya barang yang dibeli/dikonsumsi oleh konsumen pada periode waktu tertentu.

Untuk memperjelas variabel penelitian penulis rangkum dalam tabel definisi operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 2. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator/ Ukuran	Skala
Biaya Promosi (X)	Biaya promosi adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membiayai aktivitas atau kegiatan promosi	Jumlah uang/ dana yang dikeluarkan untuk membiayai promosi	Rasio
Volume Penjualan (Y)	Volume penjualan adalah banyaknya barang yang dibeli/dikonsumsi oleh konsumen pada periode waktu tertentu	Jumlah barang yang dibeli oleh konsumen pada periode waktu tertentu.	Rasio

Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2020.

C. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode dokumentasi merupakan cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip dan buku tentang pendapat, teori atau hukum yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data berupa laporan hasil penjualan, biaya promosi yang diberikan oleh perusahaan.

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:56), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Seluruh data laporan biaya promosi, dan penjualan tahun 2019.

2. Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiono (2012 : 116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Sedangkan teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah data laporan biaya promosi, dan penjualan tahun 2019.

E. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Metode statistik deskriptif dipilih untuk menjelaskan demografi responden dan deskripsi variabel penelitian. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum dan minimum. Ghozali (2016:19)

2. Analisis Statistik

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis penelitian, data dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan alasan karena terdiri dari dua variabel yakni satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Adapun rumus persamaan regresinya adalah :

$$\check{Y} = a + bX$$

Keterangan :

\check{Y} = Variabel terikat volume penjualan

X = Variabel bebas biaya promosi

b = Koefisien Variabel X

a = Konstanta

b. Uji t

Uji-t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen dengan rumusan hipotesis sebagai berikut :

H₀ : variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel tidak bebas.

H_a : variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Kemudian nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan kesalahan 5% dengan dk= n-1 dengan kriteria keputusan:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka tolak H_0 dan terima H_a artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka terima H_0 dan tolak H_a artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

(Sugiyono, 2012:237)

Kemudian untuk memberikan tafsiran besar kecilnya korelasi variabel biaya promosi dengan variable volume penjualandapat diinterpretasikan terhadap koefisien korelasi dengan pedoman sebagai berikut:

Tabel 3.
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi	Tingkat hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Tinggi
0.80 – 1.000	Sangat tinggi

Sumber: Sugiyono (2012:231)

c. Koefisien Determinasi

Penggunaan koefisien determinasi (*R-Square*) pada penelitian ini untuk mengetahui besaran pengaruh biaya promosi dengan variable volume penjualan. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai koefisien determinasi yaitu:

$$KD = (r_{xy})^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinan

r_{xy} = Nilai korelasi *pearson product moment* variabel X dan Y