

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang akan menitik beratkan pada pengujian hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda yang akan menghasilkan kesimpulan dari penelitian yang dilaksanakan. Menurut Fatihuddin (2015) “Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan yang bersifat objektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.

B. Identifikasi Variabel

Zuriah (2012) menyampaikan bahwa variabel penelitian dalam penelitian kuantitatif dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Variabel bebas (*Independen*)

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain (Zuriah, 2012). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *marketing mix* (X) yaitu produk yang disimbolkan (X_1), harga yang disimbolkan (X_2), tempat yang disimbolkan (X_3), promosi yang disimbolkan (X_4).

2. Variabel terikat (*Dependen*)

Variabel dependen merupakan variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen (Zuriah, 2012). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah volume penjualan (Y).

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu cara untuk mengukur suatu konsep, yang digunakan untuk mengetahui bagaimana caranya sebuah konsep yang diukur dapat menyebabkan masalah lain dari variabel lainnya atau saling mempengaruhi variabel lainnya. Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (*independen*)

Variabel bebas (*independen*) yang digunakan dalam penelitian ini meliputi produk (X_1), harga (X_2), tempat (X_3), promosi (X_4).

a. *Product* (X_1)

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel produk yang ditawarkan oleh *home industry* Nadhifa dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kualitas
- 2) Merek
- 3) Kemasan
- 4) Pelabelan

b. *Price* (X_2)

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel harga yang ditawarkan oleh *home industry* Nadhifa dalam penelitian ini adalah:

- 1) Diskon
- 2) Tunjangan

c. *Place* (X_3)

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tempat/saluran distribusi yang ditawarkan oleh *home industry* Nadhifa dalam penelitian ini adalah:

- 1) Saluran
- 2) Lokasi
- 3) Persediaan
- 4) Pengiriman

d. *Promotion* (X_4)

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel promosi yang ditawarkan oleh *home industry* Nadhifa dalam penelitian ini adalah:

- 1) Periklanan
- 2) Promosi penjualan
- 3) Pemasaran langsung

2. Variabel terikat (*dependent*)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah volume penjualan. Volume penjualan mencerminkan kinerja sebuah perusahaan. Pengukuran volume penjualan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu tercapainya target penjualan, dimana target penjualan yang diukur berdasarkan unit produk yang terjual. Dan peningkatan jumlah keuntungan, dimana peningkatan keuntungan didapat dari jumlah nilai penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode tertentu. Ningrum & Harti (2012) menjelaskan bahwa indikator volume penjualan yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

- (a) Tercapainya target penjualan (b) Peningkatan jumlah keuntungan

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan dua cara untuk melakukan analisis dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data Primer

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan metode angket (kuesioner). Menurut Fatihuddin (2015) “Angket (kuesioner) dalam penelitian ini adalah sebagai sederetan daftar pertanyaan yang dibuat secara tertulis oleh peneliti untuk memperoleh data atau informasi yang berupa jawaban-jawaban yang diberikan responden”.

Metode angket dalam penelitian ini untuk mengungkap variabel (Y) yaitu volume penjualan produk *home industry* Nadhifa, variabel (X_1) yaitu produk, (X_2) yaitu harga, (X_3) yaitu tempat, (X_4) yaitu promosi produk.

Angket tersebut berupa daftar *check list* yaitu berisi butir-butir pertanyaan dengan tujuan untuk mengetahui strategi apa yang sudah dijalankan oleh Stokis dan Agen Nadhifa serta tanggapan konsumen terhadap masing-masing strategi yang sudah dilakukan. Untuk mendapatkan data tersebut, akan dibagikan kuesioner kepada para responden.

Kuisisioner ini menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial termasuk bidang bisnis. Penentuan skor semua variabel yang diukur dengan skala likert dalam penelitian ini dengan tingkatan sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS) = Skor 5

Setuju (S) = Skor 4

Netral (N) = Skor 3

Tidak Setuju (TS) = Skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1

Penentuan jumlah pertanyaan dalam kuisioner, tidak ada patokan tertentu. Untuk menentukan jumlah pertanyaan harus melalui pertimbangan yaitu: “Semua indikator telah terwakili dalam pertanyaan, sekurang-kurangnya satu”.

2. Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara yang diperoleh atau dicatat oleh pihak lain. Data sekunder diperoleh dari data yang diberikan oleh perusahaan seperti struktur organisasi, sejarah perusahaan.

E. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha, stokis dan Agen Nadhifa yang berjumlah 150 orang. (Sumber : Grup Stokis dan Agen Nadhifa pada November 2017). Stokis adalah distributor yang memiliki hak promosi offline dalam satu Kabupaten, sedangkan Agen adalah distributor yang memiliki hak promosi offline dalam satu kecamatan. Dalam penelitian ini yang akan dijadikan sampel penelitian adalah Stokis dan Agen yang sudah memiliki jangka waktu bergabung selama 5 bulan keatas.

Adapun alasan peneliti menentukan populasi tersebut adalah:

1. Stokis dan Agen nadifa merupakan bagian terpenting bagi kemajuan Nadhifa. Keduanya merupakan penentu peningkatan jumlah volume penjualan Nadhifa disetiap bulannya.
2. Mereka diharapkan mampu lebih kritis dalam pengisian angket, mengingat jumlah populasi diatas.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling, maka peneliti menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin (Umar, 2005) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{150}{1 + 150 (0,10)^2} = \frac{150}{2,5} = 60$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel penelitian ini sebanyak 60 orang sebagai sampel penelitian.

F. Teknik Pengolahan Data

Untuk mengolah data yang telah dikumpulkan dari hasil penelitian, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan analisis statistik regresi berganda dengan alat bantu pengolahan data statistik program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20.0 for Windows yang digunakan untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* terhadap volume penjualan produk *home industry* Nadhifa.

G. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji validitas item yang bertujuan untuk menguji tiap butir pertanyaan benar-benar telah mengungkapkan indikator yang telah diteliti. Jika koefisien korelasi lebih besar

dari nilai kritis r maka suatu pertanyaan dianggap valid dan sebaliknya. Setiap item pernyataan atau pertanyaan dilakukan uji validitas dengan menggunakan *Corrected Item-Total Correlation* pada hasil SPSS 20. Setiap item instrumen pertanyaan dikatakan valid apabila

Metode pengambilan keputusan untuk uji validitas sebagai berikut: (Duwi Priyatno : 2012)

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka item dinyatakan tidak valid.
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka item dinyatakan valid.
- Jika nilai koefisien korelasi diatas 0.254 (r hitung > 0.254) maka item dinyatakan valid.
- Jika nilai koefisien korelasi dibawah 0.254 (r hitung < 0.254) maka item dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Apabila data memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka beberapa kalipun diambil, tetap akan sama (Arikunto, 2002). Untuk mengetahui reabilitas konsistensi internal dengan menghitung koefisien alpha atau $r_{alpha}(\alpha)$. Instrument dikatakan reliable apabila nilai *croncbatch* alpha lebih besar dari 0,6.

- a. Jika r_{alpha} positif $< r_{tabel}$ menunjukkan bahwa item pengukuran tidak reliabel.
- b. Jika r_{alpha} positif $> r_{tabel}$ menunjukkan bahwa item pengukuran reliabel.

H. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam analisis ini yaitu pengujian asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada agar dapat menentukan model analisis yang tepat. Data yang digunakan sebagai model regresi berganda dalam menguji hipotesis haruslah menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini telah dilakukan dengan uji Statistik non parametric Kolmogorov-Sminornov lebih kecil dari 0,05 maka residual tersebut tidak berdistribusi normal, dan jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka residual tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent variable*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam regresi salah satunya dengan melihat besarnya *Variance Inflation Factor* (VIF).

Tolerance mengukur variabilitas variabel *independen* yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/Tolerance$). Nilai *Cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$, dan jika nilainya *tolerance* $> 0,05$ atau sama dengan nilai $VIF < 5$ maka tidak multikolinearitas.(Gozali, 2013).

c. Uji Heterokedastisitas

Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Cara mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat pola titik-titik pada scatterplots regresi. Cara yang ke dua menurut (Gozali 2013) adalah:

- 1) Nilai probabilitas $> 0,05$ berarti bebas dari heteroskedastisitas
- 2) Nilai probabilitas $< 0,05$ berarti terkena heteroskedastisitas

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Rumus regresi linear berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

(Sugiyono, 2012)

Keterangan:

Y = Volume penjualan

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisiensi regresi

X_1 = *Product* (Produk)

X_2 = *Price* (Harga)

X_3 = *Promotion* (Promosi)

X_4 = *Place* (Tempat/saluran distribusi)

α = Konstanta

e = Variabel lain yang tidak diteliti dalam model

3. Uji r (Koefisiensi Korelasi)

Koefisiensi Korelasi merupakan analisis data untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel (X) dan (Y) yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x_1^2 + \sum x_2^2 + \sum x_3^2 + \sum x_4^2)(\sum y^2)}}$$

(Santoso, 2009)

Keterangan:

r = Koefisiensi Korelasi

x_1 = *Product* (Produk)

x_2 = *Price* (Harga)

x_3 = *Promotion* (Promosi)

x_4 = *Place* (Tempat/saluran distribusi)

y = Volume penjualan

4. Uji r^2 (Koefisiensi Determinasi)

Koefisiensi determinasi merupakan alat uji untuk menentukan seberapa besar variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (X).

Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$r^2 = \frac{(\sum xy)^2}{\sqrt{(\sum x_1^2 + \sum x_2^2 + \sum x_3^2 + \sum x_4^2)(\sum y^2)}}$$

(Santoso, 2009:45)

Keterangan:

r^2 = Koefisiensi Determinasi

x_1 = *Product* (Produk)

x_2	= <i>Price</i> (Harga)
x_3	= <i>Promotion</i> (Promosi)
x_4	= <i>Place</i> (Tempat/saluran distribusi)
y	= Pendapatan

Prosedur pengujian:

Jika $r^2 = 0$, maka garis regresi sangat tidak dapat mencocokkan atau sangat tidak tepat dalam meramalkan nilai (Y).

Jika $r^2 = 1$, maka garis regresi sangat cocok atau sangat tepat untuk meramalkan nilai (Y).

5. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat.

Persamaan yang digunakan dalam uji F adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1-R^2) / (n-k-1)}$$

(Usman dan Akbar (2003))

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinan

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah pengamatan

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

Adapun kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut :

- Hipotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$
- Hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$

b. Uji t

Uji t atau biasa disebut uji hipotesis parsial adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menguji tingkat signifikan atau tingkat kepercayaan dari koefisien regresi. Persamaan yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{\beta}{S_b}$$

(Usman dan Akbar (2003))

Keterangan:

t = Nilai uji t

β = jumlah pengamatan

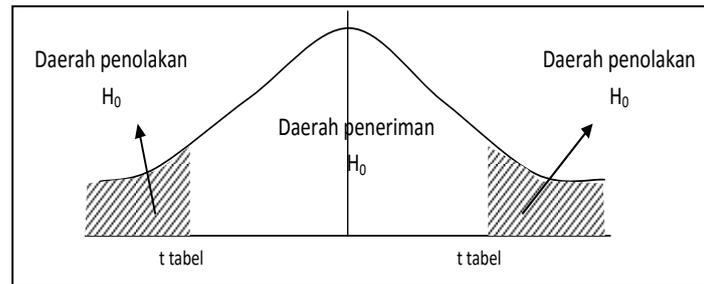
S_b = Deviasi variabel

Dalam uji t menggunakan level of signifikan (α) sebesar 5% atau $\alpha = 0,05$

Adapun kriteria pengujian yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- Hipotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$
- Hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ nilai signifikan $< 0,05$

Dalam gambar ini akan terlihat daerah penerimaan dan daerah penolakan hipotesis H_0 dan H_1 .



Gambar 3.1 Daerah Penerimaan Dan Penolakan

H_0 ditolak jika harga mutlak t (t_{hitung}) lebih besar dari t (t_{tabel}) yang didapat dari $t = 5\%$ ($\alpha = 0,05$) artinya ada pengaruh antara hubungan antara dua variabel. Dan H_1 ditolak jika t (t_{hitung}) lebih kecil dari t (t_{tabel}) yang didapat dari $t = 5\%$ ($\alpha = 0,05$) artinya tidak ada pengaruh antara hubungan antara dua variabel.