

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan penelitian**

##### **1. Pendekatan penelitian**

Penelitian lapangan, berdasarkan pendekatan yang digunakan dapat dibedakan menjadi 2 (dua ) macam yaitu, penelitian kuantitatif dan kualitatif.<sup>1</sup> Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian lebih diarahkan untuk menunjukkan hubungan antara variabel, memverifikasi teori, melakukan prediksi, dan generalisasi antar variabel. Penelitian kuantitatif akan menggambarkan fenomena berdasarkan pada teori yang dimilikinya. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.

Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal dan dirancang sematang mungkin sebelumnya.

---

<sup>1</sup> Sugiyono ,*Metode Penelitian Bisnis*,( Bandung : Alfabeta, 20017), Hlm 14

## 2. Jenis penelitian

Penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkat tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala<sup>2</sup>

## B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>3</sup> Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen roti monasqu diambil 2 bulan sebanyak 400 konsumen roti monasqu

### 2. Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. *Probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (konsumen) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

---

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung : Alfabeta , 2016), Hlm 16

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, .....hlm, 19

Kategori yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi diatas dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.<sup>4</sup>

### 3. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>5</sup> Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar respresentatif (mewakili). Dalam pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Penentuan besarnya jumlah sampel dicari dengan menggunakan metode Slovin yaitu menentukan sampel dari suatu populasi dengan rumus:<sup>6</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana :

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas kesalahan (10%)

Sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel dapat ditentukan dengan cara :

---

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hlm. 74

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, Alfabeta, 2007), hlm. 73

<sup>6</sup>Ibid. 187

$$n = \frac{400}{1 + \{400(0,10^2)\}}$$

N = 80

Berdasarkan rumus slovin diatas dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 80 sampel.

### C. Sumber Data, Variabel dan Skla pengukuran

#### 1. Sumber data

##### a. Data

Data adalah bahan mentah yang diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik secara kuantitatif atau kualitatif yang menunjukkan fakta. Atau data dapat didefinisikan sebagai kumpulan fakta atau angka atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan.<sup>7</sup>

##### b. Sumber data

Sumber data adalah subyek dari mana asalnya data dapat diperoleh<sup>8</sup>. Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer yakni data yang diperoleh langsung dari konsumen dengan menyebar angket dan kuesioner.

---

<sup>7</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual Dan Spss Edisi Pertama*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013 ), hlm 34

<sup>8</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V*,(Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002),hlm 107

### c. Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>9</sup> Sumber data ini adalah sumber data pertama dimana sebuah data dihasilkan. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung kepada responden dengan memberikan kuesioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen roti monasqu

### d. Data sekunder.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Biasanya sumber data tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.

## 2. Variabel penelitian

Pengertian variabel adalah konstruk yang sifat-sifatnya telah diberi angka (kuantitatif) atau variabel dapat juga diartikan sebagai konsep yang mempunyai bermacam-macam nilainya. Maka variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Variabel bebas (*independent variabel*)

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang menjadi sebab atau mempengaruhi variabel lain (*variable dependent*). Juga sering disebut variabel bebas, predicator,

---

<sup>9</sup> Burhan, Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya : Airlangga University Press, 2001), hal. 63

stimulus, eksogen atau *antecedent*.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Produk ( X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>), Tempat (X<sub>3</sub>), promosi (X<sub>4</sub>).

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*Dependent Variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain ( variabel bebas). Dalam penelitian ini variabel terikat ( Y ) adalah penjualan.

### 3. Skala pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesempatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* dimana skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Untuk mengukur skor skala *likert* adalah sebagai berikut :<sup>11</sup>

- a. SS = Sangat setuju diberi skor 5
- b. ST = Setuju diberi skor 4
- c. N = Netral diberi skor 3

---

<sup>10</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian . . . . .*, hlm.10

<sup>11</sup> Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta:PT Indeks, 2009), hlm.36

- d. TS = Tidak setuju diberi skor 2
- e. STS = Sangat tidak setuju diberi skor 1

## **D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

### **1. Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan pada suatu penelitian untuk mendapat data yang sistematis, sehingga memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulam data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bebrapa metode pengumpulan data sebagai berikut :

#### **a. Metode angket atau kuesioner**

Metode angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>12</sup>

#### **b. Metode observasi**

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian secara langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian, sehingga akan mendapatkan gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> *Ibid.* hlm. 142

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, Alfabeta, 2007).h1m39

## 2. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti, disini alat yang digunakan adalah angket. Supaya instrumen penelitian ini dapat berfungsi secara efektif, maka syarat validitas dan reabilita harus diperhatikan sungguh-sungguh.<sup>14</sup> Jumlah instrumen penelitian initergantung pada jumlah variable penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti. Selanjutnya dari variabel-variabel tersebut ditentukan indikator dan kemudian dijabarkan menjadi butiran-butiran pertanyaan atau pernyataan.

Pada penelitian ini peniliti menggunakan instrumen berupa kuesioner/angket yang menggunakan model skala likert.skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial.<sup>15</sup> Untuk memudahkan peneliti dalam proses pembentukan kuesioner, maka peneliti terlebih dahulu merumuskan kisi-kisi instrumen penelitian sebagai berikut :

---

<sup>14</sup> W. Gulo, *Metodologi Penelitian*,(Jakarta:Grafindo, 2000),hlm.123

<sup>15</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. . . .hlm. 93



**Tabel 3.1****Kisi-Kisi Instrumen Penelitian**

Variabel Penelitian	Indikator	Item Pernyataan
Produk (X1) (apribudianto,2015)	1. Merk (Branding)	Menurut saya brand roti monasqu mempunyai citra baik di masyarakat.
	2. Kemaasan	Menurut saya kemasan produk roti monasqu rapi, aman, terlindungi.
	3. Label (labelling)	Menurut saya label kemasan menarik dan mudah diingat.
Harga (X2) (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller,2009)	1. Harga relatif	Menurut saya harga yang diberikan dapat dijangkau oleh konsumen sesuai dengan kualitas
	2. Periode pembayaran	Menurut saya barang pesanan boleh mendapatkan periode jangka waktu pembayaran
	3. Diskon	Menurut saya saat pembelian dalam jumlah

		tertentu akan mendapatkan diskon.
	4. Persyaratan kredit	Roti monasqu mempunyai bebrapa persyaratan yang diajukan ketika knsumen mengajukan periode pembayaran
Tempat (X3) ( Philip Kotler dan Kevin Lane Keller,2009)	1. Saluran distribusi langsung	Saya membeli produk langsung toko/ pabrik.
	2. Tranportasi	Menurt saya home industri roti monasqu mudah dijangkau oleh kendaraan umum/pribadi
	3. Lokasi	Menurut saya penjualan home industri roti monasqu termasuk tempat nyaman .
	4. cakupan logistik	Menurut saya penjualan roti monasqu strategis atau dipusat kota.

Promosi (X4) (Kasmir,2010)	1. Personal selling	Menurut saya karyawan mampu mempromosikan produk dengan baik.
	2. Periklanan	Saya mengetahui produk roti monasqu melalui iklan di media social atau media cetak.
	3. Informasi dari orang lain.	Saya tertarik membeli produk karena mendapat informasi dari orang lain
	4. Publisitas	Menurut saya roti monasqu layak menjadi sponsorship dalam setiap event tertentu.
Penjualan (Y) rina rachmawati,jurnal kompetensi teknik, 2011)	1. kondisi dan kemampuan menjual	Karyawan home industri memiliki sifat sopan santun dalam melayani konsumen
	2. Kondisi pasar	Menurut saya home industri roti monasqu mampu memproduksi roti sesuai permintaan

		konsumen/ pasar
	3. Pemberian hadiah	Menurut saya home industri roti monasqu memberikan hadiah pada saat event-event tertentu
	4. Modal	Produk roti monasqu mampu bersaing dipasar

## E. Analisis Data

Dalam menganalisis hasil penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif asosiatif. dalam penelitian ini, data bersifat kuantitatif yang berwujud angka-angka atau perhitungan dan pengukuran di analisa dengan menggunakan analisis statistik sebagai berikut :

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat mengukur apa yang ingin diukur<sup>16</sup>. Validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap instrumen benar- benar mampu mengungkap faktor yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu faktor. Jika  $r_{hitung}$  jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan dikatakan valid.<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Sugiyono, metode penelitian kuantitatif,.....hlm.55

<sup>17</sup> Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistik Untuk Penelitian: Pendidikan Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010) Hlm, 353

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator variabel. Reliabilitas adalah derajat kepatenan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran.<sup>18</sup> Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai alpha cornbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliable
- b. Nilai alpha cornbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliable
- c. Nilai alpha cornbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliable
- d. Nilai alpha cornbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliable
- e. Nilai alpha cornbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliable

## 3. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model regresi layak dipakai atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu perlu diadakan uji sebagai berikut :

### a. Uji normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi SPSS 25.0 dengan asumsi sebagai berikut :

---

<sup>18</sup> Husein Umar, *Research methods in finance and banking*, (Jakarta: PTGramedia Pustaka Utama, 2000), hlm, 12

$H_0$  = data tidak berdistribusi normal

$H_1$  = data berdistribusi normal

Dengan menggunakan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$  Terima  $H_1$  jika nilai signifikansi  $> 0,05$  dan tolak  $H_0$  jika nilai signifikansi  $< 0,05$

#### **b. Uji multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratn) hubungan/pengaruh antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebasnya. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas menggunakan bantuan program komputer *SPSS versi 25 for windows* dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Inflation Factor (VIF)* pada model regresi. Kriteria pengujian menurut Hair et al, variabel yang menyebabkan multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* yang lebih kecil dari 0,1 atau nilai *VIF* yang lebih besar dari pada nilai 10.<sup>19</sup>

#### **c. Uji heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas adalah varian residul yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi.<sup>20</sup> Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residul suatu pengamatan.

---

<sup>19</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya, 2009), hlm.

<sup>20</sup> *Ibid*, hlm. 160.

Regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas maka peneliti menggunakan bantuan program komputer *SPSS versi 25 for windows*. Ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:<sup>21</sup>

- a) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- b) Titik-titik data menyebar di atas dan tidak dibawah atau sekitar angka 0 dan 3
- c) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau dibawah saja.

#### 4. Uji analisis Regresi Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi linier berganda berguna untuk menganalisis hubungan linier antara 2 variabel independen atau lebih dengan 1 variabel dependen<sup>22</sup>.

Dalam penelitian ini penulis akan menganalisis pengaruh marketing mix terhadap penjualan pada home industri roti monasqu di desa gilang kecamatan ngunut kabupaten tulungagung. Persamaan

---

<sup>21</sup>Ibid, hlm. 60.

<sup>22</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi statistik dengan SPSS 16.0*. (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hlm. 56

regresi linier berganda dengan 4 variabel independen adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (volume penjualan)

X<sub>1</sub> = Variabel bebas 1 (*product*)

X<sub>2</sub> = Variabel bebas 2 (*price*)

X<sub>3</sub> = Variabel bebas 3 (*place*)

X<sub>4</sub> = Variabel bebas 4 (*promotion*)

α = Nilai konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien 1

b<sub>2</sub> = Koefisien 2

b<sub>3</sub> = koefisien 3

b<sub>4</sub> = koefisien 4

e = nilai eror

Untuk mencapai tujuan dalam penelitian ini, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik, untuk memastikan apakah model regresi linier berganda yang digunakan tidak terdapat masalah normalitas, multikolonieritas, heterokedastisitas, dan autokorelasi. Dimana untuk menentukan persamaan linier yang menggunakan lebih dari dua variabel maka peneliti menggunakan bantuan program komputer yaitu *SPSS 25 for windows*.



## 5. Uji hipotesis

Hipotesis adalah suatu proporsi, kondisi atau prinsip yang dianggap benar dan barang kali tanpa keyakinan, agar bisa ditarik suatu konsekuensi yang logis dan dengan cara ini kemudian diadakan pengujian (testing) tentang kebenarannya dengan mempergunakan fakta-fakta ( data ) yang ada.<sup>23</sup> Hipotesis sering digunakan dengan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Untuk menguji data, hipotesis menggunakan tingkat signifikan  $\alpha = 5 \%$ .

Pengujian hipotesa secara kuantitatif dapat dilakukan melalui analisa dan scara statistika. Untuk itu hipotesa terus dirumuskan dalam bentuk hipotesa nol dan hipotesa alternatif. Dalam analisa data hasil perhitungan statistika hipotesa nol ditolak. Dengan demikian berarti hasil berhitungan statistika yang nol signifikan mengharuskan hipotesa alternatif ditolak dan sebaliknya hipotesa nol diterima<sup>24</sup>.

### a. Uji Parsial ( Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi hubungan variabel X dan Y, apakah variabel Independen (produk, harga,tempat, Promosi) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y(volume penjualan) secara terpisah atau parsial. Hopotesis yang digunakan adalah :

---

<sup>23</sup> J. Supranto, Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan, ( Jakarta :PT Rineka Cipta, 1990) hlm,33

<sup>24</sup> Narwawi H. Hadari, *metode peneltian bidan sosial* , ( Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2005), hlm 141

$H_0 : p = 0$ , tidak ada pengaruh signifikan antara variabel marketing mix (produk, harga, Tempat, Promosi) secara parsial terhadap variabel dependent (volume penjualan)

$H_a : P \neq 0$ , terdapat pengaruh signifikan antara variabel marketing mix (produk, harga, tempat, Promosi) secara parsial terhadap variabel dependent (penjualan).

Untuk menginterpretasikan koefisien variabel bebas (independent) dapat menggunakan *unstandardized coefficient* maupun *standardized coefficient* yaitu dengan melihat nilai signifikansi masing – masing variabel pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  adapun prosedurnya sebagai berikut :

$H_0$  = tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_1$  = ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan :

- a. Jika signifikansi nilai  $t_{tabel} < \alpha > 0,05$  maka tidak ada pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya  $H_0$  diterima dan menolak  $H_1$ .
- b. Jika nilai signifikansi  $t_{tabel} > \alpha < 0,05$  maka ada pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_1$

#### **b. Uji F (Simultan)**

Anova atau analisis varian merupakan uji koefisien regresi secara bersama-sama (uji F) untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>25</sup> Kriteria pengujian dilihat apabila F hitung < F tabel, maka Ho diterima, dan apabila F hitung > F tabel, maka Ho ditolak.

#### 6. Uji koefisien determinasi $R^2$

dilakukan untuk mengetahui produk (X1), Harga (X2), Tempat (X3), dan promosi (X4) terhadap penjualan (Y)

$$\text{Rumus} = R^2 \times r \times 100\%$$

Keterangan

R = Koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

---

<sup>25</sup> Duwi Priyanto, *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17.0*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), hlm. 146.