

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif karena terdapat suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Penelitian kuantitatif dapat dilaksanakan dengan penelitian deskriptif, penelitian kuasai eksperimental, dan penelitian eksperimental.²⁸

Definisi penelitian kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan persentase tanggapan mereka. Ukuran sampel untuk survei oleh statistik dihitung dengan menggunakan rumusan untuk menentukan seberapa besar ukuran sampel yang diperlukan dari suatu populasi untuk mencapai hasil dengan tingkat akurasi yang dapat diterima. Beberapa survei dengan melalui pertanyaan tertulis dan tes, kriteria yang sesuai untuk memilih metode dan teknologi untuk mengumpulkan informasi dari berbagai macam responden survei, survei dan administrasi statistik analisis dan pelaporan semua layanan

²⁸ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014) hal. 37

yang diberikan oleh pengantar komunikasi. Namun, oleh karena sifat teknisnya metode pilihan pada survei atau penelitian oleh karena sifat teknis, maka topik yang lain tidak tercakup dalam cakupan ini.²⁹

B. Populasi, Sampling, dan Sampel

Populasi adalah sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas. Jika data diambil dari populasi, maka akan memerlukan dana dan waktu yang cukup banyak sehingga dalam penelitian hal itu terlalu mahal. Alternatif agar data yang diperoleh mampu mewakili data yang ada pada populasi maka dalam penelitian sering dilakukan pemilihan responden atau sumber data yang tidak begitu banyak dari populasi, tetapi cukup mewakili.³⁰

Menurut Soenarto, sampel adalah suatu bagian yang dipilih dengan cara tertentu untuk mewakili keseluruhan kelompok populasi. Kesamaan ciri sampel dengan populasi induknya menyebabkan sampel merupakan representasi populasi. Dengan kata lain, sampel yang diambil dari populasi bukan semata-mata sebagian dari populasi, tetapi haruslah representatif. Supaya sampel representatif, maka sampel diambil sebagian dari populasi dengan cara tertentu yang dapat dipertanggungjawabkan.³¹

²⁹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kualitatif : Analisis Isi dan Analisis Sekunder*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014) hal.20

³⁰ Ibid., hal. 138

³¹ Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2012) hal. 242

Dalam pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Penentuan besarnya jumlah sampel ditetapkan sejumlah 33 Sampel dari 106 populasi.

“Teknik sampling yang digunakan adalah simple random sampling yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi ini”. (Sugiyono,2012 :120).

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

Jenis data yang diperoleh dalam penelitian ini meliputi hal-hal berikut ini.

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari narasumber/responden.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari dokumen/publikasi/laporan dari dinas/instansi maupun sumber data lainnya yang menunjang.³²

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³³ Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat.

1. Variabel bebas dalam penelitian ini, adalah:
 - a. Modal usaha (X1)

³² Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014) hal.13

³³ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta,2010) hal.60

Modal usaha adalah sejumlah uang yang digunakan untuk mengelola dan membiayai usaha dagangan setiap hari dalam satu bulan, yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

b. Penjualan (X₂)

Penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditunjukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan atas persetujuan bersama

2. Variabel terikat dalam penelitian ini, adalah Pendapatan Pengusaha (Y)

Pendapatan pengusaha adalah penghasilan dari usaha lanting berupa uang yang didapatkan oleh pedagang setiap hari dalam satu bulan, yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada para responden untuk

kemudian dijawabnya. Metode kuesioner ini dibuat atas beberapa pernyataan yang dapat memberikan informasi mengenai modal usaha, lama usaha, sikap kewirausahaan, dan pendapatan pengusaha. Kuesioner ini berisi daftar pernyataan yang harus dijawab/dikerjakan oleh pengusaha lanting sebagai bentuk penelitian. Kuesioner dapat diberikan secara pribadi atau dikirimkan melalui surat (disebarkan secara elektronik atau e-mail). Kuesioner akan diberikan secara pribadi dimana diharapkan ketika survei dilakukan dengan ruang dan waktu yang terbatas.³⁴

Tabel 3.1

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item
1	Modal Usaha	Besarnya modal yang dikeluarkan oleh UMKM untuk melakukan produksi	1. Sumber Modal 2. Jumlah Modal
2	Penjualan	Jumlah penjualan produk UMKM yang dapat menghasilkan uang dan	1. Hasil Produksi 2. Tingkat Penjualan
3	Pendapatan	Pendapatan bersih UMKM	1. Keuntungan bersih selama

³⁴ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis : Pendekatan Filosofi dan Praktis* (Jakarta:Permata Puri Media, 2009) hal.89

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 analisi statistik sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat mengukur apa yang ingin diukur. 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 lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan dikatakan valid.³⁵

2. 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 :

H_0 = data tidak berdistribusi normal

³⁵ Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistik Untuk Penelitian: Pendidikan Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010) hal. 353

H1 = data berdistribusi normal

Dengan menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ Terima H1 jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan tolak H0 jika nilai signifikansi $< 0,05$

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratan) 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 10.³⁶

c. Uji heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residul yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi.³⁷ Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan.

Regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas maka peneliti menggunakan bantuan program

³⁶ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya, 2009), hal.160

³⁷*Ibid.*, hal. 160

komputer *SPSS versi 25 for windows*. Ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:³⁸

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

d. 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 dependen³⁹. Dalam penelitian ini penulis akan menganalisis pengaruh marketing mix terhadap penjualan pada home industri roti monasqu di desa gilang kecamatan ngunut kabupaten tulungagung. Persamaan regresi linier berganda dengan 4 variabel independen adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

³⁸Ibid., hal.60

³⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi statistik dengan SPSS 16.0*. (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal.56

Y = Variabel terikat (volume penjualan)

X_1 = Variabel bebas 1 (*product*)

X_2 = Variabel bebas 2 (*price*)

X_3 = Variabel bebas 3 (*place*)

X_4 = Variabel bebas 4 (*promotion*)

α = Nilai konstanta

b_1 = Koefisien 1

b_2 = Koefisien 2

b_3 = koefisien 3

b_4 = 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*.

e. Uji hipotesis

Hipotesis adalah suatu porporisi, 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.⁴⁰ 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 berhitungn statistika yang nol signifikan mengharuskan hipotesa alternatif ditolak dan sebaliknya hipotesa nol diterima⁴¹

f. 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 :

⁴⁰ J. Supranto, Teknik Riset Pemasn dan Ramalan Penjualan, (Jakarta :PT Rineka Cipta, 1990) hal.33

⁴¹ Narwawi H. Hadari, *metode peneltian bidan sosial* , (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2005), hal. 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 :

- 1) 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 .
- 2) 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

g. 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.⁴² Kriteria pengujian dilihat apabila F hitung < F tabel, maka Ho diterima, dan apabila F hitung > F tabel, maka Ho ditolak.

h. 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

⁴² Duwi Priyanto, *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17.0*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), hal.146