

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Sesuai permasalahan yang diangkat pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dimana pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berbentuk angka untuk menguji suatu hipotesis.

Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, analisis bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

Jenis yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian pada PT. Garam adalah penelitian Asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan antara variable satu dengan variable yang lainnya. Dalam penelitian ini yaitu hubungan antara biaya promosi, biaya tenaga kerja, dan biaya produksi terhadap volume penjualan. Dengan penelitian ini maka dapat dibangun teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.²

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), Hlm. 8.

²Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm 7.

atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³

Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik populasi akan menyebabkan suatu penelitian akan menjadi biasa, tidak dapat dipercaya, dan kesimpulannya pun bisa keliru. Hal ini dikarenakan sampel tidak mewakili populasi.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik sampel jenuh yang mana merupakan teknik penentuan sampel yang menggunakan semua anggota populasi sebagai sampelnya.⁴

C. Sumber Data dan Variabel Penelitian

1. Sumber Data

Data adalah suatu jamak dari datum. Data merupakan keterangan-keterangan suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui. Dengan kata lain, suatu fakta yang digambarkan lewat angka, symbol, kode dan lain-lain.⁵ Data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa

³Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm 119.

⁴*Ibid.*, hlm. 121-125.

⁵Slamet Rianto, et.all, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen*,

angka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder, yakni data yang diperoleh langsung dari PT. Garam. data diambil melalui dokumen laporan keuangan dan dokumen-dokumen lain yang mendukung untuk data penelitian.

Data yang diperlukan yakni mengenai biaya promosi, biaya tenaga kerja, dan biaya produksi, dan volume penjualan PT. Garam mulai dari tahun 2014 sampai 2018.

2. Variabel Penelitian

Variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan orang yang lain atau dengan satu obyek dengan obyek yang lain menurut Hatch dan Farhady. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu.⁶Variabel penelitian dibedakan menjadi 2, yaitu variabel bebas (independen), variabel terikat(dependen).

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakikat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah volume penjualan garam pada PT. Garam (Y). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen,

Teknik, Pendidikan dan Eksperimen, (Sleman: CV. Budi Utama, 2020), hlm. 132.

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 63.

baik yang pengaruhnya positif maupun yang negatif. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah biaya promosi (X_1), biaya tenaga kerja (X_2) dan biaya produksi (X_3).

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sumber data sekunder. Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sedangkan teknik yang digunakan yaitu teknik dokumentasi.⁷

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Teknik dokumentasi berproses dan berawal dari menghimpun dokumen, memilih dokumen sesuai dengan tujuan penelitian, mencatat dan menerangkan, menafsirkan dan menghubungkan-hubungkan dengan fenomena lain.⁸

Dalam melaksanakan metode dokumentasi maka peneliti mencari dalam dokumen atau bahan pustaka. Data yang diperlukan sudah tertulis atau diolah oleh orang lain atau suatu lembaga, dengan kata lain datanya sudah jadi dan disebut data sekunder. Misalnya surat-surat, catatan harian, laporan,

⁷Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2005), hlm. 132.

⁸Rianto, et.all, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif...* hlm. 28.

dan sebagainya yang merupakan data yang berbentuk tulisan.

E. Teknik Analisis Data

Menganalisis data dalam penelitian kuantitatif berarti proses mensistematiskan apa yang sedang diteliti. Tujuan analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah mencari makna dibalik data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Merupakan teknik membangun persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran, agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat.

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik.⁹ Berdasarkan definisi tersebut maka tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak.

Dalam melakukan uji normalitas data, dapat menggunakan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov*. Untuk kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov* adalah sebagai berikut:

⁹*Ibid.*, hlm.317.

1) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ distribusi data adalah tidaknormal.

2) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi data adalahnormal.

b. Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan unruk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi.¹⁰Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Diantara variabel independent terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan.

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas. VIF disini maksudnya adalah suatu estimasi berapa besar multikolinieritas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinieritas telah menaikkan sedikit pada koefisisen estimasi, akibatnya dapat menurunkan nilaiit.

c. Uji Heteroskedastisitas

¹⁰*Ibid.*, hlm. 139.

Heteroskedastisitas, pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* dari pada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model tersebut.¹¹ Tidak terdapat heteroskedastisitas jika :

- 1) Penyebaran titik- titik data sebaiknya tidak berpola.
- 2) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekar angka 0.
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawahsaja.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi arau residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan pada uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:¹²

- 1) $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi

¹¹*Ibid.*, hlm. 139.

¹²*Ibid.*, hlm. 138.

autokorelasi.

2) $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.

3) $DL-DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

2. Uji Regresi Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.¹³ Persamaan untuk regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependent

a = Konstanta persamaan regresi

X_1 = Variabel independen (biaya promosi)

X_2 = Variabel independen (biaya tenaga kerja)

X_3 = Variabel independen (biaya produksi)

e = *Error term* b_1, b_2, b_n = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependent yang didasarkan pada perubahan variabel independent. Apabila (+) maka

¹³*Ibid.*, hlm. 140.

terjadi kenaikan, dan apabila (-) maka terjadi penurunan.

3. Uji Hipotesis

Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik yang didukung oleh uji ekonometrika, yakni sebagai berikut¹⁴ :

a. Uji T (*T-test*)

Untuk mengetahui keterandalan serta kemaknaan dari nilai koefisien regresi, sehingga dapat diketahui apakah pengaruh variabel biaya promosi (X_1), biaya tenaga kerja (X_2), biaya produksi (X_3) terhadap volume penjualan (Y) signifikan atau tidak. Kriteria pengujian yang digunakan yakni sebagai berikut:

1. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel biaya promosi, biaya tenaga kerja, dan biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada garam di PT. Garam.
2. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya masing-masing variabel biaya promosi, biaya tenaga kerja, dan biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan garam di PT. Garam.

b. Uji F (*F-test*)

F-test digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel biaya promosi, biaya tenaga kerja, dan

¹⁴*Ibid.*, hlm. 216.

biaya produksi terhadap volume penjualan.¹⁵

1) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), artinya masing-masing variabel biaya promosi, biaya tenaga kerja, dan biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan garam di PT. Garam.

2) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka keputusannya menolak hipotesis nol (H_0), artinya masing-masing biaya promosi, biaya tenaga kerja, dan biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada garam di PT. Garam.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel *independent* (biaya promosi, biaya tenaga kerja, dan biaya produksi) terhadap variabel *dependent* (volume penjualan).

Rumus : $R^2 = r^2 \times 100\%$.

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

¹⁵*Ibid.*, hlm. 217.