BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan paparan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan angka-angka yang sudah tersedia dan kemudian akan dianalisis kebenarannya.

Metode penelitian kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini sering disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini disebut sebagai metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. [58]

Paradigma kuantitatif menurut Indriantoro dan Supomo disebut juga dengan metode eksperimen atau empiris. Paradigma kuantitatif atau penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian

[58] Ananta Wikrama Tungga, Dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis,* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal.11

teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angkadan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.[59]

Penelitian deskriptif melibatkan tiga variabel. Dua variabel terikat dan satu variabel bebas. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah laba bersih dan dividen sebagai variabel terikat, dan variabel bebasnya yaitu volume penjualan.

2. Jenis Penelitian

Berdasarkan permasalah yang akan dibahas dan diteliti dalam penelitian ini, maka jenis dari penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variable atau lebih.[60] Dalam penelitian asosiatif ini minimal terdapat dua variabel yang dihubungkan, teknik dan jenis penelitian digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih dan pengaruh laba bersih terhadap dividen pada PT Unilever Indonesia Tbk.

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

[59] Ibid, hal.11

[60]Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendiidkan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2017), hal.17

kesimpulannya.[61] Populasi adalah penelitian yang ditetapkan peneliti.[62] Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah PT Unilever Indonesia Tbk.

2. Sampling Penelitian

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Di dalam penelitian ini digunakan *purposive sampling*. Sampling *purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dilakukan oleh peneliti sendiri yang didasarkan pada ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya.[63] Adapun kriteria yang ditetapkan yaitu :

a. Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam tahun 2010-2019
b. Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang rutin menerbitkan laporan tahunan dalam periode 2010-2019
c. Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang membayar dividen pada tahun 2010-2019.
d. Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang memiliki brand lebih dari 20 brand.

[61] Sugiyono, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,*(Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 80

[62]Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*... hal. 52

[63] Ibid, hal. 58

Tabel 3.1
Kriteria Pengambilan Sampel

No	Nama Perusahaan	Kriteria			
		1	2	3	4
1	PT Akasha Wira Internasional Tbk	√	x	x	x
2	PT Kino Indonesia Tbk	x	√	√	√
3	PT Cottonindo Ariesta Tbk	x	x	x	x
4	PT Martina Berto Tbk	x	√	x	x
5	PT Mustika Ratu Tbk	√	x	x	x
6	PT Mandom Indonesia Tbk	√	√	√	x
7	PT Unilever Indonesia Tbk	√	√	√	√

Tabel 3.2
Hasil *Purposive Sampling*

Kriteria Sampel	Jumlah
Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	7
Pengurangan sampel kriteria1 : Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode 2010-2019	(3)
Pengurangan sampel kriteria 2 : Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang tidak rutin menerbitkan laporan tahunan dalam periode 2010-2019	(3)
Pengurangan Sampel kriteria 3 : Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang tidak membayar dividen pada tahun 2010-2019	(4)
Pengurangan Sampel kriteria 4 : Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang memiliki brand lebih dari 20 brand	(5)
Total Sampel	1

3. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[64] Menururt Malhotra, sampel adalah

[64]Sugiyono, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif*,..hal. 81

sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam suatu penelitian. Sampel yang baik adalah sampel yang merepresentasikan populasi.[65]

Sampel digunakan bila populasi terlalu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.[66] Sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan (*annual report*) periode tahun 2010-2019 PT Unilever Indonesia Tbk.

C. Definisi Konsep dan Operasional Variabel

Penelitian menetapkan secara teritoritis dan operasional mengenai variabel dan indikator akan diteliti yaitu definisi konsep dan operasional variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel volume penjualan (X): Berapa jumlah volume penjualan per tahun dalam miliar.
2. Variabel laba bersih (Y_1): Berapa jumlah laba bersih per tahun dalam miliar.
3. Variabel dividen (Y_2): Berapa jumlah dividen kas per tahun dalam miliar.

[65]Lijan Poltak Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif; untuk bidang IlmuAdministrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan ilmu sosial lainnya,*(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 95-97

[66] Sugiyono, *Metodologi Penelitian: Kuantitati*f...hal. 81

D. Sumber Data dan Variabel Penelitian

1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh oleh peneliti. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Apabila peneliti menggunakan teknik observasi, digunakan bila peneliti berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.[67]

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan sumber data sekunder. Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.[68] Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang lain atau lembaga tertentu. Atau data primer yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik diagram, gambar dan yang lainnya sehingga lebih informatif oleh pihak lain.[69]

---

[67] Indah Sri Wahyuni, "*Skripsi: Pengaruh Laba Kotor, Laba Operasi dan Laba Bersih terhadap Prediksi Arus Kas di Masa mendatang Pada Perusahaan otomotif dan Komponen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia"*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2020), hal.44

[68] Sugiyono, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif*,...hal. 137

[69] Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012), hal. 60

Data dalam penelitian ini berupa laporan keuangan (laporan tahunan) PT Unilever Indonesia Tbk., sumber data diperoleh dari *website* https://www.idx.co.id/, dan https://www.unilever.co.id/en/investor-relations/corporate-publication/annual-reports.html.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut, nilai/sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dicari informasi yang terkait dengannya serta ditarik kesimpulannya.[70]

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu *dependent variable* dan *independent variable*. *Dependent variable* atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Sedangkan *Independent variable* atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).[71] Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu laba bersih dan dividen (variabel intervening) dan variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari volume penjualan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu proses dari pengadaan data untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian, karena data yang telah dikumpulkan

[70] Lijan Poltak Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*... hal. 46

[71]Sugiyono, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif*...hal.39

nantinya akan digunakan sebagai referensi dalam penelitian. Dalam teknik pengumpulan data, untuk mengumpulkan data dan informasi penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, namun melalui dokumen. Dokumen yang digunakan dapat berupa buku harian, surat pribadi, laporan, notulen rapat, catatan kasus dalam pekerjaan sosial dan dokumen lainnya.[72]

Metode ini dilakukan dengan mengambil data atau dokumentasi yang mendukung penelitian. Data-data dalam penelitian ini diperoleh dari data resmi yang diterbitkan oleh PT Unilever Indonesia Tbk., berupa laporan tahunan (*annual report*) yang dipublikasi di Bursa Efek Indonesia dan website PT Unilever Indonesia Tbk. Data laporan keuangan atau yang disebut juga data akuntansi yang dipakai yaitu data volume penjualan, *net earning* (Laba bersih) dan nilai dividen perusahaan.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui dua tahap, pada tahap pertama akan dilakukan studi pustaka yaitu dengan mencari literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. Pada tahap kedua dikumpulkan data dengan cata mengunduh dari situs https://www.idx.co.id/ dan https://www.unilever.co.id/en/investor-relations/corporate-publication/annual-reports.html melalui internet untuk memperoleh laporan tahunan perusahaan.

[72] Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian*...hal. 66

Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis diatas adalah analisis statistik parametik. Langkah-langkah analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

   a. Uji Normalitas

      Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal.[73] Pengujian normalitas distribusi data populasi dilakukan dengan menggunakan statistik Kolmogorov-Smirnov. Data populasi dikatakan berdistribusi normal jika koefisien Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari $\alpha = 0{,}05$.[74]

   b. multikolinearitas

      Multikolinearitas adalah uji asumsi klasik jenis ini diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas dimana akan diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui koefisien korelasi (*r*). Terjadi multikolinearitas, jika

[73]Statistikian,"*Penjelasan tentang Uji Normalitas dan Metode Perhitungan"*,dalam https://www.statistikian.com/2013/01/uji-normalitas.html diakses 23 Mei 2020

[74] Wiwin Leony Bidari, et.al.," *Pengaruh Laba Akuntansi, Earning per share (EPS) dan laba Tunai terhadap Dividen Kas (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)"*, Jurnal Riset Akuntansi JUARA, Vol 08 No. 1, 2018, hal. 78

koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil dari 0.60 (pendapat lain < 0,5).[75]

c. Uji autokorelasi

Autokorelasi berarti terdapatnya korelasi antara anggota sampel atau data pengamatan yang diurutkan berdasarkan berdasarkan waktu, sehingga munculnya suatu datum dipengaruhi oleh datum sebelumnya. Autokorelasi muncul pada regresi yang menggunakan data berkala (*time series*). Untuk mengetahui suatu persamaan regresi ada atau tidak korelasi dapat diuji dengn Durbin-Watson (DW) dengan aturan main sbb:

1) Terjadi autokorelasi positif jika nilai DW dibawah -2 (DW < -2)
2) Tidak terjadi auto korelasi, jika berada di antara -2 atau +2 atau $-2 \leq DW \leq +2$
3) Terjadi autokorelasi *negative,* jika nilai DW di atas -2 atau DW > -2[76]

d. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut

[75] Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistik 2,* (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), hal.205-206

[76] Ibid, hal.211

homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Jika variabel independen secara signifikan secara statistik tidak mempengaruhi variabel dependen, maka tidak terdapat indikasi terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat apabila dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%.[77]

2. Analisis Jalur atau *Path Analisys* (PA)

Penelitian ini menggunakan analisis yang dinamakan analisis jalur atau *Path Analisys* (PA) dengan bantuan SPSS Versi 13.0. Analisis jalur menurut Retherford dalam Sarwono, merupakan suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung.

Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Analisis jalur atau path analysis merupakan suatu metode yang digunakan pada model kausal yang telah dirumuskan peneliti berdasarkan substansi keilmuan, yaitu landasan teoritis dan pengalaman peneliti. Asumsi yang mendasari *Path Analysis* perlu memperhatikan beberapa asumsi berikut:

[77] Sarita Permata Dewi, "*Pengaruh Pengendalian Internal dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan SPBU Yogyakarta (Studi Kasus pada SPBU Anak Cabang Perusahaan RB. Group"*, Jurnal nominal, Vol. 1 No.1, 2012, hal. 8-9

a. Model Path Analysis hubungan antar variabel adalah bersifat linier, aditif dan bersifat normal.
b. Hanya sistem aliran kausal ke satu arah, artinya tidak ada arah kausalitas yang terbalik.
c. Variabel terikat (endogen) minimal dalam skala ukur interval dan *ratio*.
d. Menggunakan sampel *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.
e. *Observed Variables* diukur tanpa kesalahan (instrument pengukuran valid dan reliabel) artinya variabel yang diteliti dapat diobservasi secara langsung.
f. Model yang dianalisis diidentifikasi dengan benar berdasarkan teori-teori dan konsep-konsep yang relevan.[78]

3. Uji Hipotesis
   a. Uji Koefisien determinasi (R^2)

      Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol dan satu.[79]

[78] Annisa Nur Rahma,"*Skripsi: Pengaruh Faktor Emosional, Kualitas Pelayanan, Kemudahan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Pembelian sebagai variabel Intervening pada Khoyiir Store Tulungagung"*,(Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2020),hal.75-76

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui kelayakan data. Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F adalah:

Ho : tidak memenuhi kelayakan

Ha : memenuhi kelayakan

Kriteria: Jika F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima

Jika F hitung < F tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Atau

Jika p < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Jika p > 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak.[80]

c. Uji t

Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikansi 5%.

Ho : tidak ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y

Ha : ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y

Kriteria:

Jika t hitung < t tabel, maka Ho diterima

Jika t hitung > t tabel, maka Ho ditolak.

Atau

Jika p < 0,05, maka Ho ditolak, Jika p > 0,05, maka Ho diterima.[81]

---

[79] V. Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, t.t), hal.142

[80] Ibid,hal. 141

[81] Ibid,hal. 141-142