

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, di mana pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berbentuk angka untuk menguji suatu hipotesis. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti.

Jenis penelitian dalam penelitian ini yaitu digolongkan dalam penelitian asosiatif, di mana jenis penelitian asosiatif ini digunakan untuk melihat hubungan antara variabel independen (X) yaitu *product, price, place,* dan *promotion* terhadap variabel dependen (Y) volume penjualan.

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Barokah Jaya Grosir yang berjumlah sekitar 600 konsumen dalam satu bulan.

2. Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah pengambilan sampel secara tidak disengaja, seperti pengunjung yang datang langsung ke outlet.

3. Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sejumlah 60 responden konsumen Barokah Jaya Grosir Tulungagung. Di mana menurut Arikunto, jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10 – 15% atau 20 – 25% atau lebih.³⁶ Pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu 10% dari jumlah konsumen Barokah Jaya Grosir yang berjumlah kurang lebih sebanyak 600 orang dalam satu bulan. Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 responden.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini data yang digunakan merupakan persepsi 60 orang konsumen Barokah Jaya Grosir Tulungagung. Selain itu diperoleh data sekunder dari laporan penjualan Barokah Jaya Grosir Tulungagung.

2. Variabel

Dalam penelitian ini memiliki empat variabel bebas (*independent*) dan satu variabel terikat (*dependent*), yaitu:

1. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

Product (Produk) (X1)

Price (Harga) (X2)

³⁶ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 174.

Place (Tempat Distribusi) (X3)

Promotion (Promosi) (X4)

2. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu volume penjualan (Y)

3. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*, dimana skala ini untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi atau fenomena sosial lainnya.³⁷ Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan lagi menjadi sub variabel yang kemudian dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur.³⁸ Skala *likert* yang digunakan peneliti ada lima kategori beserta skor yang diberikan, yaitu:

- | | |
|------------------------------|---|
| a. Sangat Setuju (SS) | 5 |
| b. Setuju (S) | 4 |
| c. Netral (N) | 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) | 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data melalui beberapa metode, yaitu:

- a. Wawancara

³⁷ Slamet Riyanto, Aglis Anandhita Hatmawan, *Metode.....*, hal. 24.

³⁸ Dominikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian.....*, hal. 146

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara atau tanya jawab secara langsung dengan pengelola Barokah Jaya Grosir Tulungagung beserta para karyawan.

b. Kuesioner

Dalam penelitian ini, penyebaran kuesioner menjadi salah satu alat ukur yang dapat dipakai oleh peneliti sebagai alat pengumpul data di samping alat ukur yang lain.³⁹ Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini ditujukan kepada 60 responden untuk menjawab sebanyak 20 pertanyaan yang diajukan.

2. Instrumen Penelitian

Jumlah instrumen yang akan digunakan dalam penelitian tergantung pada jumlah variabel yang diteliti.⁴⁰ Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah sebanyak lima variabel. Agar instrumen ini dapat berfungsi secara efektif, maka syarat validitas dan reliabilitas harus diperhatikan dengan sungguh-sungguh.⁴¹

Tabel 3. 1
Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
1	<i>Product</i> , (Kotler dan Amstrong, 2008)	1. Kualitas 2. Manfaat 3. Variasi	1. Barokah Jaya Grosir menjual produk yang memiliki kualitas yang bagus (X1.1). 2. Produk dari Barokah Jaya Grosir memberikan kenyamanan pada saat dipakai (X1.2). 3. Barokah Jaya Grosir

³⁹ Soebardhy dkk, *Kapita Selektu Metodologi Penelitian*, (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2020), hal. 113.

⁴⁰ Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*, (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019), hal.73.

⁴¹ W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Grasindo, 2002), hal. 123.

		4. Fitur	memiliki pilihan produk yang banyak dengan berbagai macam ukuran (X1.3). 4. Model produk yang dijual di Barokah Jaya Grosir mengikuti trend saat ini (kekinian) (X1.4).
2	<i>Price,</i> (Kotler dan Amstrong, 2008)	1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 2. Keterjangkauan harga 3. Diskon 4. Daya saing harga	1. Harga produk Barokah Jaya Grosir sesuai dengan kualitas yang diberikan (X2.1). 2. Harga yang ditentukan oleh Barokah Jaya Grosir relatif terjangkau (X2.2). 3. Pada pembelian dalam jumlah banyak, Barokah Jaya Grosir memberikan harga yang lebih murah (X2.3). 4. Harga produk di Barokah Jaya Grosir mampu bersaing dengan toko lain (X2.4).
3	<i>Place,</i> (Tjiptono, 2002)	1. Akses 2. Lingkungan 3. Lalu lintas 4. Visibilitas	1. Lokasi Barokah Jaya Grosir termasuk strategis dan mudah dijangkau (X3.1). 2. Lokasi Barokah Jaya Grosir tergolong ramai dan dilalui banyak orang (X3.2). 3. Lalu lintas di sekitar Barokah Jaya Grosir berjalan dengan lancar tanpa mengalami kemacetan (X3.3). 4. Barokah Jaya Grosir memiliki outlet yang bersih dan nyaman (X3.4).
4	<i>Promotion,</i> (Kotler dan Amstrong, 2008)	1. Periklanan 2. Promosi Penjualan 3. Pemasaran	1. Barokah Jaya Grosir mempromosikan produknya melalui media sosial atau media cetak (X4.1). 2. Barokah Jaya Grosir memasang spanduk/banner yang berisikan promosi di tempat-tempat tertentu (X4.2).

		langsung 4. Publisitas	3. Promosi yang dilakukan Barokah Jaya Grosir mampu mempengaruhi daya beli konsumen (X4.3). 4. Barokah Jaya Grosir melakukan promosi pada event-event tertentu (X4.4).
5	Volume Penjualan, (Basu Swastha, 2002)	1. Kondisi pasar 2. Modal 3. Pemberian hadiah 4. Kondisi kemampuan penjual	1. Barokah Jaya Grosir menjual produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen (Y1). 2. Produk dari Barokah Jaya Grosir mampu bersaing di pasaran (Y2). 3. Pada waktu tertentu Barokah Jaya Grosir memberikan bonus atau hadiah kepada konsumen yang berlangganan (Y3). 4. Karyawan Barokah Jaya Grosir melayani konsumen dengan sopan (Y4).

E. Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen dalam menjalankan fungsi. Instrumen dapat dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.⁴² Berikut adalah rumus *product-moment Pearson* sebagai teknik dalam uji validitas:

⁴² Slamet Riyanto, Aglis Andhita Hatmawan, *Metode.....*, hal. 63.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini mengacu pada nilai *Alpha Cronbach's* (α). Reliabilitas dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* lebih dari 0,60.

Ukuran kemantapan *Alpha Cronbach's* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,00 – 0,20 berarti kurang reliabel.
2. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,21 – 0,40 berarti agak reliabel.
3. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,41 – 0,60 berarti cukup reliabel.
4. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,61 – 0,80 berarti reliabel.
5. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,81 – 1,00 berarti sangat reliabel.⁴³

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ada empat, yaitu uji normalitas residual, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi yang akan dijelaskan sebagai berikut :⁴⁴

a. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas residual bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam pengujian normalitas residual menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria untuk mengambil keputusan sebagai berikut:

⁴³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Pustakaraya, 2009), hal. 97.

⁴⁴ *Ibid*, hal. 137

1. Nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ artinya distribusi residual tidak berdistribusi normal.
2. Nilai signifikansi atau nilai probabilitas $\geq 0,05$ artinya distribusi residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah korelasi tinggi yang terjadi antara variabel bebas satu dengan variabel bebas lainnya. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya pengaruh linier antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dapat dilihat dari metode *Scatter Plot*, jika a) ada titik-titik yang membentuk pola yang teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas; dan jika b) tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk memperkuat tidak terjadinya heteroskedastisitas pada tabel *scatterplot*, maka perlu dilakukan pengujian dengan menggunakan uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan nilai absolute residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas dengan absolute residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas

dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi linier ada korelasi antara satu variabel gangguan dengan variabel gangguan lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin Watson (DW test).⁴⁵

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Jika $dU < DW < 4 - dU$ maka tidak terjadi autokorelasi.

Jika $DW - dL$ atau $DW > 4 - dL$ maka terjadi autokorelasi.

Jika $dL < DW < dU$ atau $4 - dU < DW < 4 - dL$ maka tidak ada kepastian atau kesimpulannya tidak pasti.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis dalam penelitian. Regresi linier berganda ini terdiri dari dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat. Untuk persamaan regresi linier berganda pada umumnya dirumuskan sebagai berikut :⁴⁶

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (Volume penjualan)

a = Konstanta

⁴⁵ *Ibid*, hal. 214.

⁴⁶ *Ibid*, hal. 140.

b1	= Koefisien regresi untuk X1
b2	= Koefisien regresi untuk X2
b3	= Koefisien regresi untuk X3
b4	= Koefisien regresi untuk X4
X1	= Variabel bebas (<i>Product</i>)
X2	= Variabel bebas (<i>Price</i>)
X3	= Variabel bebas (<i>Place</i>)
X4	= Variabel bebas (<i>Promotion</i>)
e	= Standar error

4. Uji Hipotesis

a. Uji – T

Uji T ini juga disebut dengan uji parsial, pengujian ini bertujuan untuk menguji signifikan pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji t dapat dijelaskan sebagai berikut :⁴⁷

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ (5%) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $sig \leq 0,05$ (5%) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

b. Uji – F

Uji Simultan F bertujuan untuk mengetahui sebuah tafsiran parameter secara bersama-sama, yang artinya seberapa besar

⁴⁷ *Ibid*, hal. 141.

pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama. Adapun kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis, yaitu :⁴⁸

1. Apabila $F \text{ hitung} \geq F \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Apabila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 – 1 dan nilai yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi (R^2) yang besar dan mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

⁴⁸ *Ibid*, hal. 142.