

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Menurut Kuncoro (2009:90), metode penelitian terbagi dua yaitu penelitian eksploratif dan penelitian konklusif. Penelitian konklusif bertujuan menguji atau membuktikan sesuatu untuk membantu menentukan langkah selanjutnya.

Metode penelitian konklusif dibagi menjadi dua jenis yaitu studi deskriptif dan studi eksperimental. Studi deskriptif digunakan untuk meneliti hubungan sebab-akibat antarvariabel menggunakan studi deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti hubungan sebab-akibat antarvariabel sehingga peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dalam penulisan.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian berdasarkan karakteristik masalah yaitu penelitian deskriptif. Di penelitian ini, dilampirkan fakta-fakta yang terjadi di perusahaan berdasarkan laporan keuangan yang sudah ada. Penelitian ini pula bertujuan mengevaluasi dan pengembangan sehingga dapat mengambil langkah berikutnya di kemudian hari.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

Populasi menurut Kuncoro (2009:12) adalah suatu kelompok dari elemen penelitian. Elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan perusahaan “WR” di Surabaya.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2009:116). Sampel data dalam penelitian ini adalah neraca dan laporan laba rugi mulai bulan Oktober 2008 sampai dengan April 2011.

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif berupa laporan laba rugi perusahaan “WR” periode Oktober 2008 sampai dengan April 2011 dalam bentuk bulanan. Menurut sumbernya, data yang diambil merupakan data sekunder karena data telah dikumpulkan oleh perusahaan dan dipublikasikan kepada pengguna data (Kuncoro, 2009:148). Menurut dimensi waktunya, data yang digunakan merupakan data runtut waktu (*time-series*) karena data secara kronologis disusun menurut waktu pada suatu variabel tertentu (Kuncoro, 2009:146).

### 3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

#### 3.5.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah sesuatu yang dapat membedakan atau mengubah nilai (Kuncoro, 2009:49). Ada dua jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

##### 1. Variabel Terikat (*Dependent*)

Merupakan variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Pengamat akan dapat memprediksikan ataupun menerangkan variabel dalam variabel terikat beserta perubahannya yang terjadi kemudian (Kuncoro, 2009:50). Variabel terikat yang nilainya akan diramalkan, dilambangkan dengan huruf Y atau disebut juga dengan variabel Y (Supranto, 2008:160). Variabel Y dalam penelitian ini adalah volume penjualan yang diartikan dengan jumlah yang diperoleh oleh perusahaan sebagai hasil penjualan produk baik ditinjau dari segi fisik maupun rupiahnya (Horgren & Harrison Jr., 2007:250).

##### 2. Variabel Bebas (*Independent*)

Merupakan variabel yang dapat memengaruhi perubahan dalam variabel terikat dan mempunyai hubungan yang positif ataupun negatif bagi variabel terikat nantinya. Variasi dalam variabel terikat merupakan hasil dari variabel bebas (Kuncoro, 2009:50). Variabel bebas dilambangkan dengan huruf X atau biasa disebut dengan variabel X (Supranto, 2008:160). Variabel

independen yang pertama ( $X_1$ ) dalam penelitian ini adalah biaya promosi dan advertensi yang diartikan oleh Supriyono (2010:207) kegiatan perencanaan dan pelaksanaan kegiatan untuk mendapatkan pesanan melalui aktivitas promosi dan advertensi. Variabel independen yang kedua ( $X_2$ ) dalam penelitian ini adalah biaya penjualan yang diartikan oleh Supriyono (2010:207) sebagai kegiatan yang berhubungan dengan fungsi untuk memperoleh pesanan dan sekaligus berhubungan pula dengan fungsi melayani pesanan.

### **3.5.2 Pengukuran Variabel**

Menurut Supriyono (2010:205), biaya pemasaran yang terdapat di laporan laba rugi dikumpulkan dengan langkah yang benar yaitu sebagai berikut:

1. Atas dasar dokumen atau bukti asli transaksi biaya pemasaran.
2. Mendistribusikan biaya pemasaran ke dalam fungsi yang benar.
3. Mengalokasikan biaya pemasaran dari setiap fungsi ke dalam pusat laba yang digunakan dalam menganalisis efektivitas usaha pemasaran.

Adapun pendistribusian biaya pemasaran menurut fungsinya di perusahaan

“WR” adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Pengukuran Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Pengukuran Variabel</b>
Biaya Promosi dan Advertensi ( $X_1$ )	Gaji bagian promosi dan advertensi, promosi dan advertensi dalam berbagai media, <i>supplies</i> promosi dan advertensi. (Supriyono, 2010:207)
Biaya Penjualan ( $X_2$ )	Gaji bagian penjualan, komisi penjualan, <i>supplies</i> penjualan, dan biaya telepon penjualan. (Supriyono, 2010:207)
Volume Penjualan (Y)	Jumlah yang diperoleh oleh perusahaan dari hasil penjualan produk dalam rupiah. (Horgren dan Harrison Jr., 2007:250)

Sumber: Data Sekunder, Supriyono, 2010:207

### 3.6 Prosedur Pengumpulan Data

#### 1. Studi Pustaka

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan studi pustaka dari buku-buku, jurnal-jurnal dan penelitian sebelumnya untuk mendapatkan landasan teori untuk dapat melakukan analisis.

#### 2. Studi Lapangan

Pengumpulan data dilakukan juga dengan menggunakan teknik dokumentasi yaitu mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian ini untuk diolah dan diobservasi lebih lanjut.

### 3.7 Analisis Data

Dalam penelitian ini, dijelaskan mengenai kegiatan pemasaran perusahaan menurut fungsi pemasaran yang terdiri dari biaya promosi dan advertensi serta biaya penjualan di perusahaan yang bersangkutan dengan menyajikan data-data yang berkaitan dengan biaya-biaya tersebut yang dikeluarkan oleh perusahaan. Analisis mengenai pengaruh biaya promosi dan advertensi serta biaya penjualan terhadap volume penjualan dijabarkan sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan dengan cara analisis regresi linier berganda.

#### 3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Lind, Marchal, Wathen (2008:180), analisis regresi linier berganda merupakan hubungan dalam bentuk persamaan matematika antara beberapa variabel bebas dan suatu variabel terikat. Digunakan untuk mengestimasi  $Y$  jika terdapat  $h$  variabel bebas. Bentuk deskriptif yang umum dari persamaan linier berganda ditunjukkan dengan rumus

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

Adapun dalam penelitian ini jika terdapat  $n$  pengamatan maka persamaan regresinya untuk variabel  $Y$  dan variabel  $X$  adalah

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$



Variabel dependen (Y) dan variabel independen (X) dalam penelitian ini terdiri dari :

Y = Volume Penjualan

X<sub>1</sub> = Biaya Promosi dan Advertensi

X<sub>2</sub> = Biaya Penjualan

a = Konstanta

b<sub>1-2</sub> = Koefisien regresi

Dalam analisis regresi terdapat tiga jenis ketepatan yaitu:

1. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen (Kuncoro, 2009:240). Koefisien determinasi menurut Lind et al (2008:130) adalah persen variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh sekelompok variabel bebas X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, ..., dan X<sub>k</sub>.

Karakteristik koefisien determinasi berganda adalah:

1. Dilambangkan dengan huruf besar R kuadrat, dituliskan sebagai R<sup>2</sup>
2. Jangkauannya berkisar antara 0 – 1. Nilai yang dekat dengan 0 menunjukkan hubungan yang lemah antara kelompok variabel bebas dan variabel terikatnya. Nilai yang dekat dengan 1 menunjukkan hubungan yang kuat.

3. Tidak dapat bernilai negatif. Setiap angka yang dikuadratkan atau dipangkatkan dua tidak dapat bernilai negatif.
4. Mudah dijelaskan, karena  $R^2$  bernilai antara 0 dan 1 maka mudah untuk menjelaskannya, membandingkannya dan memahaminya.

## 2. Uji F

Menurut Kuncoro (2009:239) uji F akan menunjukkan semua variabel bebas yang terdapat dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau tidak. Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah semua parameter sama dengan nol, atau  $H_0 : b_1 = b_2 = 0$ , artinya semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) yang hendak diuji adalah tidak semua parameter sama dengan nol, atau  $H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$ , artinya semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- 2) Menentukan taraf Sig.  $\alpha = 5\%$  atau 0,05
- 3) Membandingkan nilai signifikan dalam tabel *anova* dengan tingkat Sig.  $\alpha$



4) Menarik kesimpulan, dengan pedoman:

- a. Jika nilai signifikansi  $< 5\%$ , menerima  $H_a$  (hipotesis alternatif) artinya variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi  $> 5\%$ , menerima  $H_o$  (hipotesis nol) artinya variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### 3. Uji t

Menurut Kuncoro (2009:238) uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

1) Hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

Hipotesis nol ( $H_o$ ) adalah parameter ( $b_i$ ) sama dengan nol, atau

$H_o : b_i = 0$ , artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hipotesis alternatif ( $H_a$ ), parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau  $H_a : b_i \neq 0$ , artinya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Menentukan taraf Sig.  $\alpha = 5\%$  atau 0,05

3) Membandingkan nilai signifikan dalam tabel *coefficients* dengan tingkat Sig.  $\alpha$

- 4) Menarik kesimpulan, dengan pedoman:
- a. Jika nilai signifikansi  $< 5\%$ , menerima  $H_a$  (hipotesis alternatif) artinya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
  - b. Jika nilai signifikansi  $> 5\%$ , menerima  $H_o$  (hipotesis nol) artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

Penggunaan analisis regresi linier berganda harus memenuhi beberapa asumsi klasik untuk melihat keterkaitan antara variabel bebas dan variabel terikatnya. Uji asumsi klasik yang harus dilakukan antara lain uji asumsi klasik normalitas, uji asumsi klasik autokorelasi, uji asumsi klasik multikolinieritas, uji asumsi klasik heterokedastisitas.

#### 3.8.1 Uji Asumsi Klasik Normalitas

Uji normalitas menurut Sunyoto (2009:63) dilakukan dengan tujuan untuk melihat nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Pengujian regresi yang baik memiliki nilai residual yang terdistribusi dengan normal. Uji normalitas tidak dilakukan pada masing-masing variabel, tetapi pada nilai residualnya.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat *Normal Probability Plot* dan uji Kolmogorov-Smirnov. Pada *Normal Probability Plot*, jika pola residual

membentuk sudut yang mendekati  $45^0$ , asumsi normal terpenuhi. Uji Kolmogorov-Smirnov harus dilakukan hipotesis terlebih dahulu, yaitu sebagai berikut:

$H_0$  : Nilai residual variabel volume penjualan berdistribusi normal.

$H_a$  : Nilai residual variabel volume penjualan tidak terdistribusikan normal.

Pedoman untuk melihat apakah distribusi data mengikuti distribusi normal atau tidak, dapat dilihat melalui :

- a. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , data berdistribusi tidak normal.

### **3.8.2 Uji Asumsi Klasik Autokorelasi**

Pengujian regresi yang baik adalah tidak terjadi autokorelasi. Autokorelasi adalah ketika residu-residu yang berurutan saling berkorelasi (Lind et al 2008:143). Autokorelasi seringkali muncul ketika data dikumpulkan selama suatu periode waktu. Residu-residu yang berurutan berkorelasi dalam deret waktu karena suatu kejadian dalam suatu periode waktu biasanya memengaruhi kejadian di periode selanjutnya.

Uji autokorelasi ini dilakukan dengan uji statistik Durbin-Watson. Nilai statistik Durbin-Watson ( $d$ ) dapat berkisar dari 0 hingga 4, angka Durbin Watson pada hasil statistik dibandingkan dengan menggunakan tabel Durbin Watson (Ghozali, 2006).

Syarat penggunaan tabel Durbin-Watson sebagai berikut:

$0 < DW < dl$	=	Terjadi autokorelasi
$dl < DW < du$	=	Tidak dapat disimpulkan
$du < DW < 4-du$	=	Tidak ada autokorelasi
$4-du < DW < 4-dl$	=	Tidak dapat disimpulkan
$4-dl < DW < 4$	=	Terjadi autokorelasi

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan ketika variabel-variabel bebas saling berkorelasi. Fungsi dari uji multikolinieritas ialah untuk mendeteksi ada atau tidaknya kemiripan antara variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lain dalam satu model (Nugroho, 2005:58). Variabel-variabel bebas yang berkorelasi menyulitkan pengambilan kesimpulan mengenai masing-masing koefisien regresi dan masing-masing dampaknya terhadap variabel terikat. Persamaan regresi yang baik harus tidak bersifat non-multikolinieritas untuk menghindari variabel bebas yang berkorelasi sehingga tidak memberikan hasil yang salah dalam pengujian hipotesis untuk masing-masing variabel bebas.

Dampak multikolinieritas dapat dikurangi dengan memilih variabel bebas yang dimasukkan dalam persamaan regresi secara hati-hati. Menurut Lind, Marchal, Wathen (2008:143) pengujian yang cermat dapat dilakukan dengan menggunakan faktor inflasi variansi yang ditulis VIF (*variance inflation factor*). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,1, antarvariabel

independen tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika VIF lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* kurang dari 0,1, antarvariabel independen terjadi multikolinieritas (Nugroho, 2005:47).

#### **3.8.4 Uji Asumsi Klasik Heterokedastisitas**

Menurut Wijaya (2010:57), heterokedastisitas menunjukkan bahwa variasi variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Variabel yang ada seharusnya memiliki varian yang konstan atau homokedastisitas (Santoso, 2010:359). Salah satu cara untuk melihat terjadinya heterokedastisitas ini adalah melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel bebas dengan residualnya. Caranya dengan:

- a. Melihat titik-titik yang memiliki pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit, jika terjadi maka mengindikasikan terdapat heterokedastisitas.
- b. Heterokedastisitas tidak terjadi jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.