

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Menurut Soekanto (2020), mengatakan bahwa penelitian adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk mengungkapkan suatu kebenaran terkait masalah atau fenomena yang diteliti dengan cara melakukan analisis dan konstruksi secara mendalam yang dilakukan dengan tersistem dan konsisten. Penelitian terbagi menjadi tiga (tiga) jenis aktivitas, yaitu:

- a. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bersifat deskriptif dan lebih cenderung menggunakan analisis. Jenis penelitian ini menekankan proses dan maknanya dengan menggunakan landasan teori sebagai dasar untuk memfokuskan penelitian berdasarkan fakta dan kondisi yang terjadi di lapangan.
- b. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang melakukan penyelidikan sistematis untuk mempelajari sebuah fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan menggunakan ilmu statistik, matematika, dan komputasi. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk mengembangkan teori hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.
- c. Penelitian campuran adalah jenis penelitian yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Jenis penelitian ini lebih kompleks dibandingkan dengan jenis penelitian yang disebutkan di atas karena melibatkan tidak hanya pengumpulan dan analisis data, tetapi juga melibatkan fitur dari kedua pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Diharapkan bahwa kedua pendekatan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang masalah penelitian.

Berdasarkan pendapat tersebut di atas, maka penulis menggunakan jenis penelitian Kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif dinilai lebih cocok digunakan pada penelitian ini karena dengan menggunakan metode kuantitatif peneliti dapat mengukur seberapa besar pengaruh dan hubungan antar variabel, dan juga metode kuantitatif memudahkan peneliti untuk menguji hipotesis dan menarik kesimpulan.

Metode kuantitatif cocok untuk penelitian pada populasi yang luas, di mana masalah sudah jelas, diamati, dan dapat diukur. Hasil penelitian biasanya disajikan dalam bentuk angka, tabel, grafik, atau statistik deskriptif.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah apa pun yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dipelajari sehingga mereka dapat membuat kesimpulan. Menurut Sugiyono (2017:30) menyatakan variabel penelitian merupakan suatu objek yang didalami dan dianalisis dengan tujuan untuk mengetahui masalah dan fenomena yang muncul atas objek tersebut, sehingga dengan demikian diperoleh satu keputusan.

Penelitian ini melibatkan dua variabel yaitu variabel Dependen atau Terikat (Y), adalah Volume penjualan, dan dua Variabel independen atau bebas (X), yaitu Promosi (X1) dan Iklan (X2).

3.2.1 Variabel Bebas (X)

Menurut Sugiyono (2018), Faktor yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel dependen atau yang terikat disebut variabel bebas. Dalam kasus ini, dua variabel bebas adalah Promosi dan Iklan.

X1: Promosi adalah cara untuk menarik dan mempengaruhi calon pembeli agar melakukan pembelian suatu produk barang atau jasa tertentu. Beberapa indikator promosi digunakan untuk mengukur variabel independen tersebut (Kotler & Armstrong, 2012) meliputi:

- a. Jangkauan promosi
- b. Kualitas promosi
- c. Kuantitas promosi
- d. Waktu promosi
- e. Ketetapan sasaran promosi

X2: Iklan adalah jenis komunikasi yang dibayar dan termediasi dari sumber yang dapat dikenal yang bertujuan untuk mendorong orang untuk melakukan sesuatu, sekarang atau di masa depan. Variabel independen tersebut diukur dengan beberapa indikator Iklan menurut Setiawan dan Rabuani dalam Widiastuti (2021) yaitu:

- a. *Mission* (Tujuan)
- b. *Message* (Pesan)
- c. *Media* (media yang digunakan)

3.2.2 Variabel Terikat (Y) Yaitu Volume Penjualan

- Mencapai volume penjualan
- Mendapatkan laba
- Menunjang pertumbuhan perusahaan

3.3.1 Lokasi Penelitian

3.3.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

[illegible]

No	KEGIATAN	BULAN											
		JUNI				JULI				AGUSTUS			
		<i>I</i>	<i>II</i>	<i>II</i> <i>I</i>	<i>I</i> <i>V</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>II</i> <i>I</i>	<i>I</i> <i>V</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>II</i> <i>I</i>	<i>I</i> <i>V</i>
	Proposal												
3.	Seminar Proposal												
4.	Revisi Proposal												
5.	Pengambilan Data Awal												
6.	Konsultasi Dengan Dosen Pembimbing												
7.	Pengambilan Data Lanjutan												
8.	Penulisan Naskah Skripsi												
9.	Pemeriksaan Oleh Dosen Pembimbing												
10.	Penyempurnaan Data												
11.	Penulisan Naskah Skripsi Lanjutan												
12.	Penyempurnaan Naskah Dan Persiapan Ujian Skripsi												
13.	Penyerahan Naskah Dan Persiapan Meja Hijau												

Sumber : Olahan Penulis, 2024

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018), didalam sebuah penelitian populasi dapat diartikan sebagai seluruh area yang mencakup objek dann subjek dengan kriteria tertentu yang di jadikan sebagai bahan dalam penelitian untuk dipahami dan disimpulkan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pemilik, karyawan dan konsumen/pelanggan UD.Tanda Setia. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah 1 orang pemilik, 6 orang karyawan dan 354 orang konsumen yang mempunyai pengalaman dalam berbelanja di UD.Tanda Setia berdasarkan informasi yang diperoleh dari media sosial secara keseluruhan. Sehingga dengan demikian total populasi keseluruhan pada penelitian ini adalah sebanyak 361 orang.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019), Sampel yang dipilih untuk digunakan sebagai responden penelitian adalah sebagian kecil dari jumlah dan karakteristik populasi. Terdapat beberapa cara untuk menentuka sampel pada penelitian, yaitu teknik probability sampling dan teknik non probability sampling.

Pada penelitian ini, metode pengambilan sampel probabilitas (*Simple random sampling*) digunakan, yang berarti setiap elemen (anggota) populasi memiliki peluang yang sama untuk diambil menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2017). Sesuai dengan metode pengambilan sampel yang dipilih, maka pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan secara acak tanpa memperhatikan standar pendidikan ataupun standar-standar lainnya.

Penulis mengambil sampel secara acak dari kurang lebih responden untuk penelitian ini karena jumlah tersebut diharapkan dapat mewakili sampel penelitian. Berikut bentuk rumus slovin yang digunakan:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah responden

N = Jumlah populasi

e = Batas persentase kesalahan pengambilan sampel yang bisa ditolerir

Sehinga dengan menggunakan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{361}{1+(361)(0,1)^2} \\ &= \frac{361}{1+3,61} \\ &= \frac{361}{4,61} \\ &= 78 \end{aligned}$$

Jadi total sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 78 responden.

3.5 Instrumen Penelitian

Peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat penelitian dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2018), instrument penelitian dapat diartikan sebagai suatu peralatan yang menjadi alat pendukung dalam mengumpulkan data, informasi dan fenomena sosial terkait suatu masalah atau keadaan yang diteliti.

Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2018), instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang tepat, terutama dengan menggunakan skala Likert. Dengan menggunakan skala ini, peneliti dapat menilai sikap, pandangan, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner atau angket, dan skor yang diberikan adalah sebagai berikut:

- | | | |
|--------|-----------------------|--------|
| 1. SS | : Sangat Setuju | Skor 5 |
| 2. S | : Sejutu | Skor 4 |
| 3. KS | : Kurang Setuju | Skor 3 |
| 4. TS | : Tidak Setuju | Skor 2 |
| 5. STS | : Sangat Tidak Setuju | Skor 1 |

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2018) menyebutkan beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian, seperti yang ditunjukkan di bawah ini:

- a. Kuesioner

Peneliti memilih untuk menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk penelitian. Menurut Didit Widiatmoko (2021), kuesioner atau angket adalah daftar pertanyaan tentang topik tertentu yang harus ditulis oleh orang yang merespons pertanyaan. Daftar pertanyaan dan pilihan jawaban telah disiapkan, dicetak, dan difotokopi sesuai dengan jumlah responden yang ditetapkan. Pertanyaan dimaksudkan untuk mendapatkan jawaban yang dapat dikategorikan dan dikuantifikasi.

b. Observasi

Dalam pengumpulan data, pengamatan atau observasi digunakan untuk mengumpulkan data dengan melihat peristiwa yang terjadi secara langsung di lokasi penelitian yang terkait dengan iklan dan promosi di media sosial dan hubungannya dengan volume penjualan UD. Tanda Setia.

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Program pengolah data Statistical Package for the Social Sciences, atau SPSS, versi 30 digunakan. Hasil perhitungan indikator-indikator variabel penelitian kemudian disajikan secara tertulis. Sebelum memulai analisis data, langkah-langkah pengolahan data berikut harus dilakukan:

3.7.1 Uji Instrumen

Sugiyono (2017) mendefinisikan bahwa uji instrumen merupakan sebuah pengujian yang dilakukan untuk menguji data deskriptif yang digunakan apakah layak untuk dijadikan sebagai data dalam penelitian atau tidak, sehingga berdasarkan data yang valid tersebut nantinya peneliti dapat menarik suatu kesimpulan.

Uji validasi dan reabilitas adalah dua gagasan yang digunakan untuk mengukur kualitas data. Dengan kata lain, suatu penelitian yang baik sangat dipengaruhi oleh kualitas data yang digunakan dalam penelitian tersebut. Artinya, jika data tidak valid atau reliabel, penelitian tidak akan menghasilkan kesimpulan. Setelah mempertimbangkan perbedaan antara peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya dalam hal waktu, obyek, dan kondisi, kuesioner yang digunakan perlu diuji terlebih dahulu apakah datanya valid dan reliabel untuk dijadikan sebagai bahan penelitian.

Berikut adalah penjelasan mengenai dua pengujian validitas dan reliabilitas tersebut.

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan sah atau tidak sahnya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaannya dapat mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur (Imam Ghazali, 2018). Perbandingan antara r tabel dan r hitung disebut uji validitas. Valid tidaknya suatu item ditentukan dengan nilai r tabel dan r hitung. Perhitungannya adalah ketika angka r tabel lebih kecil dari r hitung maka item dikatakan valid dan sebaliknya jika angka r tabel lebih besar dari r hitung dikatakan item tidak valid. R hitung bisa ditentukan dengan SPSS, sedangkan r tabel bisa ditentukan dengan melihat tabel r .

b) Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur hasil dari kuesioner yang berisikan indikator dari masing-masing variabel (Imam Ghazali, 2018). Perbandingan angka cronbach alpha dengan minimal 0,6 angka cronbach alpha disebut dengan uji reliabilitas. Apabila nilai cronbach alpha yang diperoleh dari hasil SPSS lebih besar dari 0,6 maka kuesioner yang dibuat disimpulkan reliabel. Dan sebaliknya jika nilai cronbach alpha lebih kecil dari 0,6 maka dikatakan tidak reliabel.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual atau variabel pengganggu residual pada model regresi berkontribusi atau tidak (Sihabudin & dkk, 2021). Salah satu cara untuk mengetahui apakah data dapat dikatakan berkontribusi normal yaitu dengan uji Kolmogorov-Smirnov, dimana uji normalitas dikatakan normal apabila nilai signifikansinya $> 0,05$ maka data residual berkontribusi normal. Kemudian jika nilai signifikan $< 0,05$ maka nilai residual tidak berkontribusi normal (Purba & dkk, 2021).

b) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2018), multikolinearitas adalah kondisi di mana ada hubungan yang kuat antar variabel independen. Dalam hal ini, uji multikolinearitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah model regresi menemukan adanya korelasi antarvariabel bebas (independen). Tidak

ortogonal jika variabel independen berkorelasi satu sama lain. Variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol disebut orthogonal.

Menurut Ghozali (2018) cara pengukuran apakah suatu data multikolinieritas atau tidak dapat dilihat dengan menguji nilai tolerance dan VIF. Kedua metrik menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen dianggap sebagai variabel dependen dan diregresi terhadap variabel independen lainnya. Toleransi adalah ukuran dari variasi yang terjadi pada variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Nilai yang digunakan untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas adalah sebagai berikut :

1. Pengujian selanjutnya dapat dilakukan jika tidak ada persoalan multikolinearitas jika nilai toleran lebih dari 0,10 dan nilai VIF lebih dari 10.
2. Multikolinearitas terjadi jika VIF lebih dari 10 dan nilai toleran di bawah 0,10.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terdapat penyimpangan pada varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Sihabudin & dkk, 2021). Pada penelitian ini menggunakan uji Glejser untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada data, dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika nilai Signifikan lebih besar dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai Signifikan lebih kecil dari 0,05 maka terjadi tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3 Regresi Linear

Analisis regresi merupakan teknik analisis data kuantitatif yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Ada dua jenis

regresi linear dalam metodologi penelitian, yaitu regresi linier sederhana dan regresi linier berganda.

a. Regresi Linear sederhana

Regresi linear sederhana merupakan suatu teknik pengujian data dengan menguji hubungan antara satu variabel independen dan satu variabel dependen (Sugiyono, 2017). Hubungan sebab-akibat antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) diperiksa melalui persamaan berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subjek

a = konstanta y dengan x=0

b = koefisien

X = nilai independen pada subjek variabel independen

b. Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2010), analisis regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen (naik turunnya) dimanipulasi oleh dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor (naik turunnya nilainya). Pengaruh besar yang dimiliki iklan dan promosi terhadap volume penjualan dapat dijelaskan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Secara umum, persamaan regresi linear yang digunakan untuk menguji hipotesis-hipotesis yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Volume Penjualan

a: Koefisien Konstanta

b : Koefisien Regresi

X₁ : Promosi

X₂ : Iklan

e : Error, variabel gangguan

Karena masalah yang diteliti sangat kompleks dan melibatkan tiga variabel. Yaitu dua variabel independen dan satu variabel dependen. Peneliti ini menggunakan analisis linear berganda untuk menganalisis data.

3.7.4 Pengujian Hipotesis

a) Signifikan (Uji Statistik T)

Uji t, atau uji statistika t, menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial pada variabel dependen, menurut Ghozali (2018). Untuk uji t, kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika signifikansi $> 0,05$, maka Hipotesis 0 yang diajukan diterima
- b. Jika signifikansi $< 0,05$, maka Hipotesis 0 yang diajukan ditolak
- c. Jika t tabel lebih besar dari t hitung, maka Hipotesis 0 yang diajukan diterima
- d. Jika t tabel lebih kecil dari t hitung, maka Hipotesis 0 yang diajukan ditolak

b) Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) merupakan suatu hasil pengujian yang menunjukkan seberapa besar variabel X1 dan X2 (variabel independen) dapat mempengaruhi variabel Y (variabel dependen). Nilai normal koefisien determinasi berada diantara angka nol dan satu. Semakin besar nilai koefisien determinasi maka dapat diartikan bahwa variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen, begitu juga sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi semakin kecil atau mendekati angka nol maka dapat diartikan bahwa variabel independen tidak dapat mempengaruhi variabel dependen (Imam Ghozali, 2005).

Tujuan dari penelitian koefisien determinasi ini adalah untuk menentukan seberapa besar pengaruh Promosi (X1) dan Iklan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan menggunakan program SPSS, angka koefisien determinasi dapat diperoleh dan ditunjukkan dalam tabel Summary di kolom R Square (R²).

c) Uji Simultan (Uji F)

Kesesuaian model regresi linier berganda diuji melalui uji F. Dalam penelitian ini, nilai F dapat dilihat dari output menggunakan program SPSS. Analisis uji F digunakan untuk menentukan kecocokan antara variabel bebas Promosi (X1) dan Iklan (X2) dan apakah Volume Penjualan (Y) sebagai variabel terikat dipengaruhi signifikan oleh variabel bebas.

Menurut pakar, terdapat beberapa syarat apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak, dengan syarat sebagai berikut:

- a. Nilai alpha maksimal 5%.
- b. Dengan dua derajat kebebasan (dk), $dk_1 = (k-1)$ dan $dk_2 = (n-k)$, dan nilai kritis = $F(\alpha, k-1, n-k)$.
- c. Hipotesis statistik
 - 1) Jika promosi (X1) dan iklan (X2) tidak mempengaruhi volume penjualan (Y) secara bersamaan, maka $H_0: b_1 = b_2 = b_3 = 0$.
 - 2) H_1 , ada pengaruh yang signifikan antara promosi (X1) dan iklan (X2) terhadap volume penjualan (Y). Ini menunjukkan bahwa b_1 dan b_2 tidak sama dan b_3 tidak sama.

Kriteria pengujian dengan uji F dapat diidentifikasi dengan membandingkan tingkat signifikan dari nilai ($F \alpha = 0.05$) dengan ketentuan berikut:

- a. Pengaruh simultan yang signifikan ditemukan jika nilai sign kurang dari 0,05.
- b. Tidak ada pengaruh simultan yang signifikan jika nilai sign lebih besar dari 0,05.