

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:2) menjelaskan bahwa: “Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu menjelaskan hubungan antar variabel dengan menganalisis data numerik (angka) menggunakan metode statistik melalui pengujian hipotesis.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada PT. Kharisma Graha Jaya di Komplek Perumahan Taman Setia Budi Indah Blok OO No 37, Medan. Waktu penelitian dimulai dari bulan Juni 2016 sampai dengan Oktober 2016

Tabel 3.1
Rincian Waktu Penelitian

| No | Kegiatan | Juni | Juli | Agt | Sept | Okt |
|----|--------------------------------|------|------|-----|------|-----|
| 1 | Pembuatan dan Seminar Proposal | ■ | | | | |
| 2 | Pengumpulan Data | | | ■ | | |
| 3 | Analisa Data | | | | ■ | |
| 4 | Penyusunan Skripsi | | | | | ■ |
| 5 | Seminar Hasil | | | | | ■ |

6 Pengajuan Sidang Meja Hijau

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya Sugiyono (2008:133). Populasi Dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian rumah pada PT. Kharisma Graha Jaya Medan yaitu sebanyak 175 orang pembeli.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti ini tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiono 2006) Dari jumlah populasi 175 orang ini maka digunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)}$$

Dimana :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Taraf Kesalahan (Standart Error 10%)

Maka jumlah sampel yang di peroleh adalah :

$$n = \frac{175}{1 + (N(e)^2)}$$

$$1 + 200 (0.1)^2$$

$$= 50 \text{ responden}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin maka di ketahui jumlah sampel yang akan di teliti sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik random sampling. Menurut sugiyono (2006) adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak , sehingga data yang di peroleh lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten di bidangnya. Pelaksanaan random sampling dalam penelitian ini di berikan kepada pelanggan PT. Kharisma Graha Jaya Medan

C. Definisi Operasional

Secara teoritis, defenisi operasional variabel adalah unsur penelitian yang memberikan penjelasan atau keterangan tentang variabel-variabel operasional sehingga dapat diukur dan diamati.

Dalam hal ini terdapat dua variabel yang diteliti, yaitu:

1. Variabel bebas yaitu:
 - a. Strategi Promosi (X1) Promosi secara umum adalah suatu kegiatan menginformasikan informasi dan menjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku
 - b. Harga (X2) dapat diartikan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Pendapat Alma tersebut menggambarkan bahwa harga sebagai suatu nilai dari barang yang dijual dan barang tersebut diukur dalam bentuk uang
2. Variabel terikat yaitu:

- a. Volume Penjualan (Y) dapat diartikan sebagai Penjualan merupakan kegiatan yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategi yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan kegiatan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.

Berdasarkan defenisi operasional yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan mekanisme penganalisaan variabel seperti pada Tabel 3.2

Tabel 3.2
Definisi dan Operasional Variabel

| Variabel | Definisi | Indikator | Skala Ukur |
|----------------------|--|--|---------------|
| Promosi (X1) | Promosi secara umum adalah suatu kegiatan menginformasikan informasi dan menjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku | <ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi Promosi 2. Kualitas Promosi 3. Kuantitas Promosi 4. Waktu Promosi 5. Ketetapan atau kesesuaian sasaran promosi | <i>Likert</i> |
| Harga (X2) | Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Pendapat Alma tersebut menggambarkan bahwa harga sebagai suatu nilai dari barang yang dijual dan barang tersebut diukur dalam bentuk uang | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 5. Kesesuaian harga dengan pasar | <i>Likert</i> |
| Volume Penjualan (Y) | Penjualan merupakan kegiatan yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategi yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan kegiatan pembeli, guna mendapatkan penjualan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga 2. Promosi 3. Kualitas 4. Saluran Distribusi 5. produk | <i>Likert</i> |

yang menghasilkan laba.
Sumber: Kotler (2010), yusup (2011)

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari seluruh responden di lokasi penelitian melalui pengamatan, wawancara, dan pengisian kuesioner.
2. Data sekunder merupakan data yang tidak langsung diperoleh penulis dari responden melainkan data yang diperoleh dari pihak lain, seperti melalui website (internet) dan sumber pustaka perusahaan.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Studi dokumentasi

Pengumpulan data berupa gambaran berupa data yang berhubungan dengan data yang ada di perusahaan.

2. Wawancara (*Interview*)

Peneliti mengajukan pertanyaan secara lisan kepada pemimpin organisasi Sahiva untuk mendapatkan informasi dan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3. Daftar Pertanyaan (*Kuesioner*)

Merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan.

4. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial Sugiyono (2008:132). Penelitian ini memberikan lima alternatif jawaban kepada responden dengan menggunakan skala 1 sampai dengan 5 untuk keperluan analisis kuantitatif penelitian, yang dapat dilihat pada Tabel 3.2:

Tabel 3.3
Instrumen Skala Likert

| No | Pertanyaan | Skor |
|----|---------------------|------|
| 1 | Sangat Setuju | 5 |
| 2 | Setuju | 4 |
| 3 | Kurang Setuju | 3 |
| 4 | Tidak Setuju | 2 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 1 |

Sumber : Sugiyono (2013:168)

F. Teknik Analisis Data

1. Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrument (kuisisioner). Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Uji signifikansi dilakukan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. n adalah jumlah sampel. Pada penampilan output SPSS 20.0 pada *cronbach alpha* dikolom *correlated item-total correlation*, jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Untuk menguji validitas instrument dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menyampaikan uji coba keseluruhan responden.
2. Mengelompokkan item-item dari jawaban kedalam butir dan jumlah skor total yang diperoleh dari masing masing responden.
3. Dari skor yang diperoleh dibuat tabel perhitungan validitas.
4. Mengkorelasikan setiap skor dengan menggunakan rumus *product moment*.
5. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. n adalah jumlah sampel. Pada Pada penampilan output SPSS 20.0 pada *cronbach alpha* dikolom *correlated item-total correlation*, jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai

positif, maka butir pertanyaan atau indicator tersebut dinyatakan valid atau layak digunakan dalam pengambilan data.

b. Realibilitas

Realibilitas adalah alat ukur untuk mengukur kuesioner yang merupakan dari indikator variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan rabel atau handal jika jawaban seseorang (responden) terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu-waktu.

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah koesioner/angket untuk mencari reliabilitasnya digunakan rumus alpha. Untuk memudahkan perhitungan, dalam SPSS 20.0 memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha* (α). suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika nilai *cronbach alpha* $< 0,60$.

2. Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis statistik dengan Regresi Linier Berganda, dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + c$$

Dimana

Y = Variabel Terikat (*volume penjualan*)

X_1 = Variabel Bebas (*promosi*)

X_2 = Variabel Bebas (*harga*)

a = Konstanta

$\alpha_{1,2}$ = Koefesien Regresi

c = Error (tingkat kesalahan)

3. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (F)

Uji F, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dengan tingkat keyakinan 95 %. Kriteria pengujian :

- 1) Merumuskan hipotesis null dan hipotesis alternative

$$H_0 ; \beta_1 = 0$$

$$H_0 ; \beta_1 \neq 0$$

- 2) Kriteria pengujian

Dimana $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ Ditolak

$F_{hitung} \leq F_{tabel} = H_0$ Diterima

b. Uji Parsial (T)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95 % ($\alpha = 0,05$).

Urutan uji t :

- 1) Merumuskan hipotesis null dan hipotesis alternative

$$H_0 ; \beta_1 = 0$$

$$H_0 ; \beta_1 \neq 0$$

- 2) Kriteria pengujian

Dimana $t_{hitung} > t_{tabel} = H_0$ Ditolak

$t_{hitung} \leq t_{tabel} = H_0$ Diterima

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan koefisien determinasi yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan terhadap variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1 dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan terikat.

5. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu akan dilakukan pengujian terjadinya penyimpangan terhadap asumsi klasik. Dalam asumsi klasik terdapat beberapa pengujian yang harus dilakukan yakni Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas dan Uji Heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika ditemukan adanya multikolonieritas, maka koefisien regresi variabel tidak tentu dan kesalahan menjadi tidak terhingga (Ghozali, 2011:105). Salah satu metode untuk mendiagnosa adanya multicollinierity adalah dengan menganalisis nilai tolerane dan lawannya variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabelitas variabel independent yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independent lalinya. Nilai tolerance yang rendah sama denga nilai VIF tinggi, karena $VIF = 1 / \text{Tolerance}$. Nilai cutoff yang dipakai