

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan yang tepat berdasarkan fakta atau data yang sah (*valid*), benar dan dapat dipercaya (*reliable*) mengenai adanya hubungan antara bauran promosi dengan volume penjualan pada pelanggan Puskoppolda Metro Jaya Unit Elpiji.

Validasi menunjukkan “Derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti”³⁵. Sedangkan, reliabilitas berkenaan dengan “Derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu”³⁶.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada agen LPG di Puskoppolda Metro Jaya Unit Elpiji, Jalan I.Gusti Ngurah Rai, Bulak, Klender, Jakarta Timur. Puskoppolda Metro Jaya Unit LPG dipilih sebagai tempat penelitian karena keterjangkauan tempat, waktu dan biaya.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2007). hal. 1

³⁶ *Ibid.*, hal.3

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 6 bulan, terhitung dari Bulan Januari 2012 sampai Bulan Juni 2012. Alasan dilaksanakannya penelitian pada waktu tersebut karena peneliti sudah tidak disibukkan dengan kegiatan perkuliahan, sehingga peneliti dapat melakukan kegiatan penelitian tersebut.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan korelasional. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (bauran promosi) dengan variabel terikat (volume penjualan). Seperti apa yang disampaikan oleh Kerlinger, bahwa

Metode survey merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis³⁷.

Sedangkan pendekatan korelasional adalah “Untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan itu³⁸”.

³⁷ Sugiyono, *op.cit.*, h. 7

³⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta : Rineka Cipta, 2002), h. 239

D. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono, “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”³⁹.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dari Agen LPG Puskoppolda Metro Jaya Unit Elpiji G29V SPPBE-Garis Cakra Tama Jalan I.Gusti Ngurah Rai, Bulak, Klender yakni berjumlah 40 orang pelanggan. Alasannya dikarenakan berdasarkan survei awal ditemukan bahwa ke 40 pelanggan tersebut jumlah pembelian LPGnya di atas 180 tabung dan sudah menjadi pelanggan tetap. Sampel diambil sebesar 36 orang berdasarkan tabel Isaac dan Michael dengan *sampling error* 5 %.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik acak sederhana (*simple random sampling technique*). Teknik ini digunakan dengan pertimbangan bahwa :

Seluruh populasi yang akan peneliti teliti memiliki karakteristik yang dapat dikatakan homogen. Selain itu dengan teknik tersebut maka seluruh populasi terjangkau yang peneliti teliti memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih⁴⁰.

E. Instrumen Penelitian

Penelitian ini meneliti dua variabel, yaitu bauran promosi sebagai variabel bebas (dengan simbol X) dan volume penjualan sebagai variabel

³⁹ Sugiyono, *op.cit*, h. 72

⁴⁰ Supranto, *Teknik Riset Pemasaran & Ramalan Penjualan*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2001), hal. 51

terikat (dengan simbol Y). Instrumen penelitian untuk mengukur kedua variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Volume Penjualan

a. Definisi Konseptual

Volume penjualan adalah pencapaian penjualan secara total yang didapat perusahaan dari kegiatan penjualan barang.

b. Definisi Operasional

Volume penjualan dapat diukur dengan penjualan barang per pelanggan per hari selama satu bulan. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diambil dari data mentah volume penjualan di Agen LPG Puskoppolda Metro Jaya Unit Elpiji G29V SPPBE-Garis Cakra Tama Jalan I. Gusti Ngurah Rai, Bulak, Klender, Jakarta Timur.

2. Bauran Promosi

a. Definisi Konseptual

Bauran promosi adalah suatu alat yang digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat agar masyarakat dapat tertarik untuk membeli barang/jasa yang perusahaan tawarkan serta meningkatkan volume pendapatan perusahaan.

b. Definisi Operasional

Bauran promosi dapat diukur dengan 5 indikator yaitu periklanan (sub indikator: surat kabar, majalah, televisi, papan

reklame dan *direct mail*), penjualan perorangan (sub indikator: interaksi langsung dengan pembeli), promosi penjualan (sub indikator: pelanggan dan tenaga penjual), hubungan masyarakat (sub indikator: pameran, mensponsori acara), dan *word of mouth* (sub indikator: percakapan dari mulut ke mulut). Penyusunan butir instrumen diukur dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan ke responden berdasarkan pengukuran Model Skala Likert.

c. Kisi-kisi Instrumen Bauran Promosi

Kisi-kisi instrumen bauran promosi yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel bauran promosi yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel bauran promosi. Dan kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji coba dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen bauran promosi dapat dilihat pada tabel III.1

Tabel III.1

Kisi-kisi Instrumen Bauran Promosi

Indikator	Sub Indikator	Uji Coba		Drop	Valid	Final	
		(+)	(-)			(+)	(-)
Periklanan	Surat Kabar	1,13	10,20	20	1,13, 10	1, 13	10

	Majalah	7	4		7,4	7	4
	Televisi	3,17	8,22		3,17,8 ,22	3, 16	8, 19
	Papan reklame	35	2		35,2	27	2
	<i>Direct Mail</i>	11	18		11,18	11	17
Penjualan Perorangan	Interaksi langsung dengan pembeli	33	16	16	33	25	
Promosi Penjualan	Pelanggan (<i>demonstrati ons</i>)	5	12		5,12	5	12
	Tenaga Penjual/Agen (bonus, penghargaan, dan hadiah untuk tenaga penjual terbaik)	9,21,27, 29	6,14, 19,24	19,24, 27,29	9,21,6 ,14	9, 18	6, 14
Hubungan Masyarakat	Pameran	23,25	26,28	23,26	25,28	20	21
	Mensponsori Acara	31	34		31,34	23	26
<i>Word Of Mouth</i>	Percakapan langsung dari mulut ke mulut	15	30,32		15,30, 32	15	22, 24

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dengan menggunakan Model Skala Likert, terdapat 5 alternatif jawaban yang telah disediakan dan setiap jawaban bernilai 1 sampai 5 sesuai dengan tingkat jawabannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel III.2

Tabel III.2

Skala Penilaian untuk Instrumen Penelitian Bauran Promosi

No	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Bauran Promosi

Proses penyusunan instrumen bauran promosi dimulai dengan menyusun instrumen berbentuk skala likert sebanyak 35 butir pernyataan yang mengacu pada indikator-indikator variabel bauran promosi, seperti terlihat pada tabel III.1.

Tahap berikutnya, konsep instrumen ini dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel bauran promosi. Setelah konsep instrumen ini disetujui, maka langkah selanjutnya adalah instrumen tersebut

diujicobakan kepada 30 pelanggan Puskoppolda Metro Jaya Unit Elpiji G28E SPPBE Batavia Jaya Energi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum xi.xt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}} \quad 41$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = deviasi skor butir dari X_i

x_t = deviasi skor Dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0.361$, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di drop.

Berdasarkan perhitungan dari 35 pernyataan tersebut, setelah di validasi terdapat 8 butir yang drop, sehingga pernyataan yang valid dapat digunakan sebanyak 27 butir pernyataan.

Selanjutnya dihitung realibilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total.

⁴¹ Pudji Muljano, *op.cit.*, h. 8

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 42$$

Dimana :
 r_{ii} = Reliabilitas instrumen
 k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
 $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
 st^2 = Varian skor total

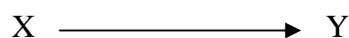
Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 43$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $\sum Si^2 = 10,29$, $St^2 = 87,2322$ dan r_{ii} sebesar 0,91596 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 15. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 27 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur bauran promosi.

F. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel X (bauran promosi) dengan variabel Y (volume penjualan), maka konstelasi hubungan antara variabel X dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut :



⁴² *Ibid.*,h.11

⁴³ Burhan Nurgiyanto, *op.cit.*

Keterangan :

X : Variabel bebas (Bauran Promosi)

Y : Variabel terikat (Volume Penjualan)

—————→ : Arah Hubungan

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan uji regresi dan korelasi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mencari Persamaan Regresi

Dengan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b X \quad ^{44}$$

Di mana koefisien a dan b dapat dicari dengan rumus:

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} \quad \text{dan} \quad a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

Keterangan :

a : bilangan konstanta

b : koefisien regresi

2. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X (Y-Ŷ)

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal atau tidak. Pengujian dilakukan terhadap galat taksiran regresi Y atas X dengan menggunakan Liliefors pada taraf signifikan (α) = 0,05

⁴⁴ Sugiyono, *op. cit.*, h. 204

- Hipotesis Statistik:

H_0 : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal

H_i : Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

- Kriteria Pengujian

Terima H_0 jika $L_0 < L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal

Tolak H_0 jika $L_0 > L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

b. Uji Linieritas Regresi

Uji linieritas ini digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi tersebut mempunyai bentuk linier atau non linier.

- Hipotesis Statistik:

H_0 : $Y = \alpha + \beta X$

H_i : $Y \neq \alpha + \beta X$

- Kriteria Pengujian:

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi dinyatakan linier jika H_0 diterima

Langkah perhitungan keberartian dan linearitas regresi dapat dilihat pada tabel Anava berikut ini:⁴⁵

⁴⁵ Pudji Muljono, *op.cit.*, h. 36

Tabel III. 3
TABEL ANAVA

Sumber Varians	Derajat Bebas (db)	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-Rata Jumlah Kuadrat	F hitung (Fo)	Ket
Total	N	$\sum Y^2$			
Regresi (a)	1	$\frac{(\sum Y)^2}{n}$			
Regresi (b/a)	1	$b \cdot \sum xy$	$\frac{JK(b/a)}{db(b/a)}$	*)	Fo > Ft Maka Regresi berarti
Sisa (s)	n - 2	JK(T) - JK (a) - JK (b/a)	$\frac{JK(s)}{db(s)}$		
Tuna Cocok (TC)	k - 2	JK (s) - JK (G)	$\frac{JK(TC)}{db(TC)}$	ns)	Fo < Ft Maka regresi berbentuk linier
Galat (G)	n - k	$\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{nk}$	$\frac{JK(G)}{db(G)}$		

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti
ns) persamaan regresi linier/*not significant*

3. Uji Hipotesis

a. Uji Keberartian Regresi

Uji keberartian regresi digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berarti atau tidak .

- Hipotesis Statistik:

$$H_0 : \beta = 0$$

$$H_i : \beta \neq 0$$

- Kriteria Pengujian:

- H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi dinyatakan berarti (signifikan).
- H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi tidak berarti, maka regresi dinyatakan berarti jika berhasil menolak H_0 .

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hubungan antara variabel X dan variabel Y. Menghitung r_{xy} menggunakan rumus *Product Moment* dari Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2) - (\sum y^2)}} \quad 46$$

Dimana :

$$\sum xy = \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum x = \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}$$

$$\sum y = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

Keterangan :

- r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y
- x : skor dalam sebaran X
- y : skor dalam sebaran Y
- n : jumlah responden

⁴⁶ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), h.228

c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji t)

Uji ini untuk mengetahui signifikan koefisien korelasi menggunakan uji t dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad 47$$

Keterangan :

t_{hitung} = Skor signifikansi koefisien korelasi

r = Koefisien korelasi *Product Moment*

n = Banyaknya sampel atau data

- Hipotesis Statistik

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_i : \rho \neq 0$$

- Kriteria Pengujian:

- Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka koefisien korelasi berarti (signifikan)
- Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka koefisien korelasi tidak berarti (tidak signifikan)

Dilakukan pada taraf signifikansi ($\alpha = 0, 05$) dengan derajat kebebasan (dk) = n-2.

d. Perhitungan Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui berapa variasi Y ditentukan oleh variasi X, maka dilakukan perhitungan determinasi.

⁴⁷ Sudjana, *op. cit.*, 377

Rumus Koefisien Determinasi adalah sebagai berikut :

$$KD = r_{xy}^2$$
⁴⁸

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

⁴⁸ Widodo, *Cerdik Menyusun Proposal Penelitian*, (Jakarta : Magna Script, 2004), h. 65