

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian, seorang peneliti harus menentukan metode apa yang akan digunakan, karena hal itu menyangkut langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mengarahkan dan sebagai pedoman dalam kegiatan penelitian. Pemilihan dan penentuan metode penelitian yang tepat sangat berguna bagi peneliti dalam mencapai tujuan penelitian.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Data yang diperoleh akan diproses lebih lanjut sehingga dapat memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Metode deskriptif menggambarkan sifat sesuatu yang sedang berlangsung dalam penelitian dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Moch Nazir dalam bukunya *Metode penelitian* (1999:63) mengemukakan bahwa: "Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi mengenai fakta-fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki".

Bedasarkan uraian di atas ,penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan atau menguraikan secara jelas mengenai efektivitas biaya promosi terhadap hasil penjualan.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.2.1 Definisi Variabel

Sesuai dengan judul skripsi yang dipilih yaitu “Analisis Efektivitas Biaya Promosi Terhadap Hasil Penjualan“, maka variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel bebas (X)

Adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat dan menjadi penyebab atas sesuatu hal atau timbulnya masalah lain. Yang menjadi variabel bebas adalah Biaya Promosi.

b. Variabel Terikat (Y)

Adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Yang menjadi variabel terikat adalah hasil penjualan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Untuk mengetahui penggunaan variabel dalam penelitian ini dan untuk menentukan data yang diperlukan serta untuk memudahkan pengukuran variabel dalam penelitian ini, maka variabel-variabel tersebut dioperasionalkan ke dalam penjabaran pada Tabel berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA DATA
Biaya Promosi	Biaya yang digunakan untuk melaksanakan	➤ Biaya periklanan	Rasio

(Variabel X)	kegiatan promosi	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Biaya penjualan pribadi ➤ Biaya Promosi Penjualan ➤ Biaya Publisitas dan hubungan masyarakat 	
Hasil Penjualan (Variabel Y)	Jumlah nominal yang dihasilkan dari penjualan yang telah terealisasi	Hasil penjualan dari produk ESIA (Pra bayar dan Pasca Bayar)	Rasio

3.3 Populasi dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2004:90) yang dimaksud populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang dapat terdiri dari manusia, benda atau peristiwa sebagai sumber data yang akan diteliti

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan realisasi biaya promosi dan hasil penjualan Tahun 2003- 2008

3.3.2 Teknik Sampling

Sugiyono berpendapat bahwa sampel adalah “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Adapun jenis sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu “teknik penentuan sampel untuk tujuan tertentu saja”(Sugiyono, 2004:64). Secara otomatis teknik samplingnya yaitu *nonprobability sampling*, yang artinya teknik sampling yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Berdasarkan uraian di atas maka pengambilan sampel dari populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan realisasi biaya promosi serta hasil penjualan untuk tahun 2004-2006 ($n = 36$). Dengan alasan data yang diberikan perusahaan hanya tiga tahun.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data yang diperlukan didapat melalui Telaah Lapangan. Telaah Lapangan, yaitu telaah yang dilakukan dengan jalan meninjau secara langsung pada objek yang diteliti. Melalui telaah lapangan diharapkan penulis dapat memperoleh data-data yang

akurat sehingga dapat membantu kelancaran penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara , dilakukan langsung terhadap pejabat perusahaan yang berwenang dengan masalah keuangan, khususnya mengenai biaya promosi dan hasil penjualan.
2. Dokumenter, yaitu menganalisis sumber-sumber informasi tertulis dari objek yang diteliti. Dengan telaah dokumenter diharapkan penulis dapat memperoleh data yang berhubungan dengan masalah-masalah yang sedang diteliti, terutama data yang berkaitan dengan biaya promosi dan hasil penjualan.

3.5 Teknik Analisis Data

Data yang penulis peroleh melalui teknik-teknik pengumpulan data tersebut di atas merupakan data yang memerlukan pengolahan dan penganalisaan. Analisis data adalah proses penyederhanaan data sehingga dapat diinterpretasikan.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yang dilakukan untuk mengukur suatu fenomena penelitian dengan menggunakan alat bantu statistik. Metode statistik yang digunakan adalah analisis regresi, yaitu untuk mempelajari hubungan yang ada di antara variabel-variabel sehingga dari hubungan yang diperoleh kita dapat menaksir variabel yang satu apabila variabel yang lainnya diketahui (Sudjana,1997:200)

Data penelitian ini merupakan data kuantitatif yaitu data berbentuk angka dan menunjukkan angka yang sebenarnya dari objek yang diukur, sehingga dalam

pengukuran data dari variabel X dan variabel Y menggunakan skala rasio. Karena data berupa skala rasio maka untuk mengetahui hubungan antara variabel menggunakan statistik parametrik.

Untuk mengetahui efektivitas biaya promosi terhadap hasil penjualan dilakukan melalui analisis statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Langkah pertama adalah menentukan rumus statistik yang akan digunakan. Rumus statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = f(X)$$

$$\hat{Y} = a + bX$$

Koefisien-koefisien-koefisien regresi a dan b dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

X = nilai variabel bebas

Y = nilai variabel terikat

(Sudjana, 1997:205)

Langkah berikutnya adalah menentukan persamaan regresi linier $Y = f(X)$ untuk penelitian ini, dengan menggunakan rumus-rumus statistik di atas.

Setelah didapat Persamaan regresi linier $Y = f(X)$, maka persamaan tersebut digunakan untuk menaksir Y_{hitung} yang akan dibandingkan dengan $Y_{realisasi}$ untuk sampel yang diteliti sehingga dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

Jika, $Y_{hitung} < Y_{realisasi}$ (efektif)

$Y_{hitung} > Y_{realisasi}$ (tidak efektif)

