

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Dalam melaksanakan suatu 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. Sesuai dengan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka suatu penelitian memerlukan suatu metode 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 akan diteliti. Metode deskriptif menggambarkan keadaan yang sebenarnya berdasarkan data yang ada, kemudian data yang diperoleh selama penelitian diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut berdasarkan teori-teori yang telah dipelajari dan dijadikan sebagai bahan pembahasan untuk mencari hubungan, pengaruh serta keterkaitan diantara variabel-variabel yang diteliti. Seperti yang dikemukakan oleh Winarno Surakhmad (1994 : 40) ciri-ciri metode deskriptif adalah:

- a. Memusatkan diri pada pemecahan masalah pada masa sekarang dan pada masalah-masalah aktual.
- b. Data yang dikumpulkan mulai disusun, dijelaskan, dan kemudian dianalisa (karena itu sering pula metode ini disebut metode analitik)

Penelitian ini termasuk penelitian korelasi (*correlation study*), yaitu penelitian yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variabel yang berbeda dalam suatu populasi.

Untuk menerapkan metode penelitian dalam praktek diperlukan suatu desain penelitian yang sesuai dengan kondisi serta seimbang dengan kedalaman dan keluasan penelitian yang akan dilakukan. Desain penelitian yang digunakan adalah desain kausal yaitu desain yang berguna untuk menganalisis hubungan-hubungan antara suatu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

3.2. Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini variabel diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi objek penelitian. Jenis variabel ini dibagi menjadi dua antara lain variabel bebas dan variabel terikat. Sugiyono (2004 : 33) mengemukakan bahwa:

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu biaya pemasaran (variabel X) dan pendapatan kotor (variabel Y). Kedua variabel tersebut didefinisikan lebih dahulu sebagai berikut:

a. Variabel X (Variabel Bebas)

Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah biaya pemasaran yaitu seluruh biaya yang diperhitungkan perusahaan dalam kegiatan pemasaran yaitu sejak produk selesai diproduksi sampai diubah kembali dalam bentuk uang tunai.

b. Variabel Y (Variabel Terikat)

Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah pendapatan kotor, yaitu kenaikan bruto dalam modal (biasanya melalui diterimanya suatu aktiva dari langganan) yang berasal dari barang dan jasa yang dijual atau pendapatan yang diterima sebelum dikurangi biaya-biaya.

Secara operasional kedua variabel tersebut dijabarkan dalam bentuk sebagai berikut:

Tabel. 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	
Variabel Bebas: Biaya Pemasaran (Variabel X)		1. h biaya gaji staff bagian pemasaran	Jumla	Rasio
		2. h biaya dinas pemasaran	Jumla	
		3. h biaya sosial karyawan bagian pemasaran	Jumla	
		4. h biaya kantor pemasaran	Jumla	
		5. h biaya kendaraan bagian pemasaran	Jumla	
		6. h biaya angkutan bagian pemasaran	Jumla	

		7. Jumlah biaya iklan bagian pemasaran	Jumlah
		8. Jumlah biaya ongkos heatseat bagian pemasaran	Jumlah
		9. Jumlah biaya telepon/HP bagian pemasaran	Jumlah
		10. Jumlah biaya sumbangan bagian pemasaran	Jumlah
		11. Jumlah biaya premi penjualan bagian pemasaran	Jumlah
Variabel Terikat: Pendapatan Kotor (Variabel Y)	Hasil penjualan	Jumlah dari hasil penjualan bulan Januari sampai Desember 2008	Rasio

3.3. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang diteliti adalah sumber data sekunder yaitu, jumlah biaya pemasaran dan pendapatan yang berasal dari data kas pemasaran pada PT. Kanvas Mulia Padalarang periode Januari sampai Desember 2008.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui studi dokumentasi, yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang berkaitan

dengan variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini adalah data mengenai biaya pemasaran dan pendapatan kotor.

3.5. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.5.1 Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan atau diperoleh dari perusahaan kemudian dianalisis. Analisis data ini bertujuan untuk memperhitungkan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian terhadap satu kejadian atau beberapa kejadian lainnya. Analisis yang digunakan untuk mengolah data yang diperoleh dari perusahaan adalah analisis korelasi yaitu suatu metode analisis yang bertujuan untuk mengetahui besarnya hubungan variabel bebas dan variabel terikat.

3.5.2 Pengujian Hipotesis

Adapun langkah-langkah dalam pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Menentukan nilai untuk masing-masing variabel
2. Membuat tabel penolong
3. Menghitung nilai koefisien korelasi dengan rumus korelasi *product moment*:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

(Riduwan, 2008 : 227)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Variabel Y
 X = Skor tiap item
 Y = Skor total item
 n = Jumlah responden uji coba

Dari perhitungan koefisien korelasi tersebut, kita dapat mengetahui kuat rendahnya hubungan antara biaya pemasaran dengan pendapatan kotor. Untuk menafsirkan besarnya koefisien korelasi digunakan klasifikasi koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel. 3.2
Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Riduwan, 2008 : 228)

4. Menghitung derajat determinan untuk mengetahui besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y yaitu dengan menggunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

(Riduwan, 2008 : 228)

Keterangan :

KD = Besarnya koefisien determinan
 r = Koefisien korelasi

5. Pengambilan Keputusan

Hipotesis berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh positif dari variabel bebas dan variabel terikat. Hipotesis yang akan diuji dalam

penelitian ini adalah “besarnya biaya pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan kotor.”

Kriteria pengambilan keputusan yaitu nilai koefisien korelasi (r) berkisar antara -1 dan 1 atau $-1 \leq r \leq 1$. Apabila setelah dilakukan perhitungan analisis korelasi dan diperoleh koefisien korelasi (r) > 0 , berarti terdapat hubungan positif antara variabel bebas dan variabel terikat yang berarti setiap kenaikan variabel bebas akan diikuti oleh kenaikan pada variabel terikat, dan sebaliknya. Setiap penurunan pada variabel bebas akan diikuti oleh penurunan pada variabel terikat. Sedangkan apabila (r) < 0 artinya terdapat hubungan negatif antara variabel bebas dan variabel terikat, dimana setiap penurunan variabel bebas akan diikuti oleh kenaikan variabel terikatnya atau setiap kenaikan variabel bebas akan diikuti oleh penurunan pada variabel terikat. Apabila nilai (r) = 0, artinya tidak ada hubungan sama sekali antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sedangkan apabila $r = 1$ atau $r = -1$, artinya telah terjadi hubungan linier sempurna berupa garis lurus dan untuk nilai r yang semakin mengarah ke angka nol, garis semakin tidak lurus.