

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian adalah “Kerangka kerja dalam suatu studi tertentu, guna mengumpulkan, mengukur dan melakukan analisis data sehingga dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian” (Iqbal Hasan, 2002: 31). Desain penelitian yang digunakan penelitian ini adalah desain kausal, yaitu “desain yang berguna untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya” (Iqbal Hasan, 2002: 33). Sedangkan sifat hubungan dari desain kausal ini yaitu “Hubungan yang terjadi jika variabel bebas mempengaruhi variabel terikat” (Iqbal Hasan, 2002: 31).

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, maka metode yang digunakan adalah metode verifikatif. Menurut Suharsimi Arikunto (2006: 8), mengungkapkan bahwa “penelitian verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengecek kebenaran hasil penelitian lain”. Metode ini diambil karena ingin mengetahui seberapa besar pengaruh biaya promosi dalam menunjang pendapatan penjualan.

#### **3.2 Operasionalisasi Variabel**

Sesuai dengan judul skripsi yang disajikan, yaitu “Pengaruh Biaya Promosi terhadap Pendapatan Penjualan Mobil Mitsubishi”, maka penulis menggunakan dua variabel dalam penelitian ini yaitu:

### 1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah suatu variabel yang keadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lainnya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah biaya promosi sebagai variabel (X). Biaya promosi merupakan dana yang dikeluarkan untuk membiayai kegiatan promosi yang terdiri dari promosi penjualan, tenaga penjualan, *public relation* dan pemasaran langsung.

### 2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat/tidak bebas adalah variabel yang keadaannya dipengaruhi variabel bebas. Dalam hal ini, variabel tidak bebasnya adalah pendapatan penjualan sebagai variabel (Y).

Operasionalisasi variabel merupakan salah satu alat bantu bagi penulis untuk merancang metode penelitian yang sesuai dengan informasi. Untuk memperjelas dan mempertegas variabel-variabel yang diteliti, maka variabel-variabel tersebut akan dioperasionalkan sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Konsep	Indikator	Skala
Variabel Bebas (x): Biaya Promosi	Seluruh dana atau biaya yang dikeluarkan untuk membiayai kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan	Jumlah biaya promosi yang mencakup: 1. Biaya periklanan promosi. 2. Biaya <i>public relation</i> 3. Biaya <i>sales promotion</i> 4. Biaya pemasaran langsung Selama tahun 2005-2007	Rasio

Variabel	Konsep	Indikator	Skala
Variabel Terikat (Y) : Pendapatan Penjualan	Penghasilan yang timbul dari aktivitas penjualan perusahaan	Jumlah Pendapatan penjualan selama tahun 2005-2007	Rasio

### 3.3 Sumber Data

Dalam penelitian pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan penjualan penulis memperoleh sumber data bagi penelitiannya berasal dari dokumen perusahaan. Menurut pendapat Suharsimi Arikanto (2006: 129):

...”paper” bukan terbatas hanya pada kertas sebagaimana terjemahan kata “paper” dalam bahasa ingris, tetapi dapat berwujud batu, kayu, tulang, daun lontar dan sebagainya, yang cocok untuk penggunaan metode dokumentasi.

Telaah dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mempelajari dan melakukan penilaian berdasarkan konsep teoritis tentang dokumen–dokumen perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, termasuk di dalamnya dokumen–dokumen yang dihasilkan berkaitan erat dengan proses pendapatan penjualan yang dipengaruhi oleh biaya promosi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa jenis data tersebut dikategorikan sebagai data berkala (*time series*), yang berarti data yang terkumpul dari waktu ke waktu untuk memberikan gambaran perkembangan suatu kegiatan atau keadaan.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan sumber data “paper” yang diperoleh dalam bentuk simbol yang berupa dokumen perusahaan dan jenis data diambil secara berkala (*time series*). Dokumen–dokumen tersebut merupakan laporan bulanan PT Suryaputra Sarana,

yaitu laporan rincian laba rugi bulanan periode 2005 sampai 2007. Dalam laporan ini, peneliti mengambil data mengenai besarnya biaya promosi dan besarnya pendapatan penjualan. Penelitian dilakukan pada tahun 2005-2007 dikarenakan pendapatan penjualan yang diperoleh perusahaan berfluktuatif.

### 3.4 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah terdiri dari dua variabel, yaitu :

- a. Variabel Bebas (x) : Biaya Promosi
- b. Variabel terikat (y): Pendapatan Penjualan

Biaya promosi dan pendapatan penjualan termasuk ke dalam data rasio. Menurut Sugiyono (2007: 25) “Data rasio adalah data yang jaraknya sama dan mempunyai nilai nol absolut”. Data rasio menggunakan statistik parametris oleh karena itu untuk menguji hipotesis yang penulis ajukan diperlukan perhitungan dengan cara menganalisis data yang diperoleh dan pengujian hipotesis yang digunakan adalah korelasi Pearson *Product Moment* dan koefisien determinasi.

#### 1. Korelasi Pearson *Product Moment*

Korelasi Pearson *Product Moment* digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau rasio, dan sumber data dari dua variabel atau lebih adalah sama. Berikut ini rumus korelasi *product moment*:

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

(Sugiyono, 2007: 228)

**Tabel 3.2**  
**Pedoman untuk Memberikan Interpretasi**  
**terhadap Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,339	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,00	Sangat kuat

(Sugiyono, 2007: 248)

Menurut Iqbal Hasan (2002: 44), dinyatakan bahwa:

1. Jika koefisien korelasi bernilai positif maka variabel-variabel berkorelasi positif, artinya jika variabel yang satu naik atau turun maka variabel yang lainnya juga naik atau turun. Semakin dekat nilai koefisien korelasi ke +1, semakin kuat korelasi positifnya.
2. Jika koefisien korelasi bernilai negatif maka variabel-variabel berkorelasi negatif, artinya jika variabel yang satu naik atau turun maka variabel yang lainnya akan naik atau turun. Semakin dekat nilai koefisien korelasi ke -1, semakin kuat korelasi negatifnya.
3. Jika koefisien korelasi bernilai 0 (nol) maka variabel tidak menunjukkan adanya korelasi.
4. Jika koefisien korelasi bernilai +1 atau -1 maka variabel menunjukkan korelasi positif atau negatif yang sempurna.

## 2. Koefisien determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi, rumusnya sebagai berikut:

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

(Sugiyono, 2007: 246)

Keterangan :

$K_d$  = nilai koefisien determinasi

$r$  = nilai koefisien korelasi

