

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Penelitian dengan metode deskriptif terdiri dari beberapa macam yaitu: Studi Kasus, Survei, Penelitian Pengembangan, Penelitian Lanjutan, Penelitian Dokumen, Penelitian Kecenderungan, dan Penelitian Korelasi.

Penelitian ini termasuk Penelitian Korelasi (*Correlational Study*), yaitu penelitian yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variabel yang berbeda dalam suatu populasi. Di sini peneliti dapat mengetahui berapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya serta besarnya arah hubungan yang terjadi.

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 merupakan semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Terdapat tiga jenis desain penelitian menurut Selltitz (dalam Moh. Nazir, Ph. D 2003:88) ‘yaitu desain eksploratori, desain deskriptif dan desain kausal’. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui sejauh mana hubungan dan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Maka desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan desain kausal, yaitu desain yang berguna untuk

menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

3.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2004:32) “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”. Sebagai acuan dalam pembahasan selanjutnya maka peneliti perlu memberikan penjelasan atas variabel pada penelitian ini. Dalam penelitian ini terdapat hubungan antara dua variabel misalnya antara variabel X dan variabel Y, dimana jika variabel Y disebabkan oleh variabel X maka variabel Y disebut variabel terikat atau dependen sedangkan variabel yang mempengaruhi yaitu variabel X disebut variabel bebas atau independent.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel utama yaitu :

1. Biaya pemasaran sebagai variabel bebas atau variabel X

Biaya pemasaran sebagai variabel bebas adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan pemasaran.

2. Hasil penjualan sebagai variabel terikat atau variabel Y

Hasil penjualan sebagai variabel terikat adalah sejumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari hasil penjualan produk kepada konsumen. Maksud dari operasionalisasi variabel adalah untuk menentukan data yang

dibutuhkan dan untuk memudahkan pengukuran dari variabel-variabel yang telah ditetapkan

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

VARIABEL	INDIKATOR	SKALA
Biaya Pemasaran (Variabel X)	1. Biaya Fungsi Penjualan 2. Biaya Fungsi Advertensi 3. Biaya Fungsi Pergudangan 4. Biaya Fungsi Pembungkusan dan Pengiriman 5. Biaya Fungsi Kredit dan Penagihan 6. Biaya Fungsi Akuntansi Pemasaran	Rasio Rasio Rasio Rasio Rasio Rasio
Hasil Penjualan (Variabel Y)	Jumlah Hasil Penjualan	Rasio

3.3 Populasi dan Teknik Sampling

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sugiyono (2004:72) mengungkapkan bahwa : “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”.

Adapun yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh data tentang biaya pemasaran dan hasil penjualan PT. Kanvas Mulia Padalarang selama kegiatan operasionalnya yaitu dari tahun 1970 sampai dengan tahun 2006.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel yang diambil harus mewakili karakteristik dari populasi secara umum. Tidak ada suatu ketentuan yang pasti mengenai banyaknya sampel yang harus diambil dari suatu

populasi. Tergantung berapa banyak sampel yang sekiranya dapat mewakili seluruh jumlah populasi.

Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Sampling Purposive*, yaitu proses pengambilan sampel dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan berdasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu yaitu untuk mendapatkan sampel yang diinginkan dengan berbagai pertimbangan adanya keterbatasan dalam segi biaya, waktu dan tenaga.

Jumlah sampel pada penelitian ini dibatasi hanya mengambil data mengenai jumlah biaya pemasaran dan hasil penjualan di PT. Kanvas Mulia Padalarang dari bulan januari 2004 sampai dengan desember 2006.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan metode verifikatif teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk keperluan penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Teknik wawancara ini digunakan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan untuk mendapatkan data tentang masalah-masalah umum dan khusus yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Dalam hal ini objek wawancara adalah bagian keuangan dan bagian auditing & accounting di PT. Kanvas Mulia Padalarang.

2. Studi kepustakaan

Cara ini dimaksudkan untuk mendapatkan data atau fakta yang bersifat teoritis yang berhubungan dengan penelitian ini. Diperoleh dengan cara mempelajari literatur, buku-buku, karangan ilmiah, dan sumber-sumber lain yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, yaitu yang berhubungan dengan teori-teori mengenai biaya pemasaran dan hasil penjualan.

3. Studi dokumentasi

Studi dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini objek dokumentasi adalah data mengenai anggaran dan realisasi biaya pemasaran dan hasil penjualan di PT. Kanvas Mulia Padalarang.

3.5 Teknik Analisis Data dan Rancangan Uji Hipotesis

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

Adapun langkah-langkah dalam pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Menentukan nilai untuk masing-masing variabel
2. Menghitung nilai koefisien korelasi dengan rumus:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

(Sudjana, 1992:369)

Dimana:

r = koefesien korelasi

x = nilai variabel bebas (variabel pemasaran)

y = nilai variabel terikat (hasil penjualan)

Dari perhitungan koefesien korelasi di atas, kita dapat mengetahui berapa besar hubungan antara biaya pemasaran dengan tingkat hasil penjualan. Untuk menafsirkan besarnya koefesien korelasi digunakan klasifikasi koefesien korelasi menurut sugiyono.

Tabel 3.4
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefesien Korelasi

Interval Koefesien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat kuat

(Sugiyono, 2004:183)

3. Menghitung derajat determinasi antara kedua variabel yaitu dengan menggunakan rumus:

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

4. Penetapan Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh yang positif dari variabel X terhadap variabel Y. Secara konseptual dapat dioperasionalkan sebagai berikut:

Ha = Terdapat pengaruh yang positif antara besarnya target biaya pemasaran

terhadap pencapaian hasil penjualan

Ho = Tidak terdapat pengaruh yang positif antara besarnya target biaya pemasaran terhadap pencapaian target hasil penjualan

Penetapan Tingkat signifikansi

Tingkat keyakinan adalah 95% atau toleransi kesalahan adalah 5% ($\alpha = 0,05$) pada derajat kebebasan ($dk=n-2$) yang dianggap dapat memadai diantara variabel yang diuji.

Penerimaan dan penolakan Hipotesis

Penerimaan dan Penolakan hipotesis mengacu pada kriteria:

Jika nilai “r” hitung > “r” tabel maka Ha diterima dan Ho ditolak

Jika nilai “r” hitung < “r” tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak

