

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data sehubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penyusunan proposal ini adalah penelitian ini dilakukan pada Percetakan Sablon_Cloth.Bandung di Desa Kedung Rembung, adapun penelitian dilakukan selama 6 bulan, dimulai dari bulan November 2022 sampai dengan bulan April 2023.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis data pada penelitian ini yaitu memakai metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif berupa sekor jawaban responden dari pertanyaan yang diajukan dari kusioner.

kuantitatif menurut Creswell dalam Rico Ilham Sutrisno dkk (2022: 4) untuk menerangkan sebuah keadaan dengan menghimpun data numerik yang selanjutnya dianalisis dengan metode berbasis matematis (khususnya statistik).

3.3 Teknik Penarikan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Handayani (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Adapun

populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembeli atau konsumen Percetakan Sablon_Cloth.Bandung.

Populasi didalam penelitian ini, tidak semua individu dalam populasi diteliti karena membutuhkan waktu lama. Dengan meneliti sebagai dari populasi yaitu antara bulan Juni 2022 sampai dengan November 2022 diharapkan hasil yang diperoleh akan dapat menggambarkan dan mewakili sifat yang bersangkutan. Sehingga dalam penelitian ini jumlah populasi yang diperoleh kurang lebih dari 300 populasi

3.3.2 Sampel

Menurut Handayani (2020) sampel adalah proses menyeleksi sejumlah elemen dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel, dan memahami berbagai sifat atau karakter dari subjek yang dijadikan sampel, yang nantinya dapat dilakukan generalisasi dari elemen populasi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah data data tentang pengendalian data perusahaan. Maka penelitian ini menggunakan rumus slovin untuk menentukan banyaknya sampel yang digunakan. Adapun rumus slovin adalah sebagai berikut:

Rumus slovin

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Total Populasi

e = 10 % (Prosentase tingkat kesalahan pengambilan sampel)

Jumlah sampel penelitian:

$$= \frac{300}{1 + 300 (0,01)}$$

$$= \frac{300}{1 + 300 (0,01)}$$

$$= \frac{300}{4}$$

$$= 75$$

Dari hasil perhitungan slovin dapat di hasilkan responden sebanyak 75 dan di bulatkan menjadi 100 responden. Data diambil dari laporan penjualan perusahaan. Untuk memenuhi data yang tidak valid dan tidak terpenuhi maka peneliti mengambil tambahan data sebanyak 200 responden

3.4 Teknik sampling

Teknik sampling adalah teknik yang dilakukan untuk menentukan sampel. Adapun Teknik sampling yang digunakan adalah: random sampling, yakni pengambilan atau pemilihan sampel secara acak, Arikunto dalam Anastasia Kara (2016: 46). Cara penyalur sampel saya meminta orang dengan mengisi melalui gogle form, dengan cara mengisi link yang telah saya berikan kepada pembeli/pegawai di usaha sablon cloth.bandung untuk menyusun laporan.

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh sendiri dengan metode kuesioner, wawancara, survey, atau observasi.

3.5.2 Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari pengumpulan dan pencatatan data yang dilakukan oleh orang lain.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Observasi

Metode observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindera mata serta dibantu dengan pancaindera lainnya” Bungin dalam Willy Pratama Widharta, dkk (2013:8). Observasi dilaksanakan pada Sablon_ *Cloth*.Bandung di Desa Kedung Rembung.

3.6.2 wawancara

Metode Wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk memperoleh tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antar pewawancara dengan responden atau orang yang di wawancarai Nazir dalam Willy Pratama Widharta, dkk (2013: 8). Pada penelitian in wawancara digunakan untuk melangsungkan penelitian serta mengajukan pertanyaan yang harus diteliti.

3.6.3 kuesioner

Menurut Arikunto dalam Winny Ricky, dkk (2019: 37) Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui. Adapun responden atau partisipasi yang mendapat kusioner ini yakni pembeli atau konsumen yang diangep mewakili seluruh populasi.

Penelitian ini menggunakan skala likert pada penelitian ini. Berikut ini jawaban untuk responden terdiri dari lima alternatif yaitu:

Tabel 3.1 Instrumen Sekala Likert

No.	Pilihan Jawaban	Nilai Skor	Keterangan
1.	Jawaban Sangat Setuju	5	SS
2.	Jawaban Setuju	4	S
3.	Jawaban Kurang Setuju	3	KS
4.	Jawaban Tidak Setuju	2	TS
5.	Jawaban Sangat Tidak Setuju	1	STS

Sumber Data : *Danny Alexander Bastian 2014*

3.7 Oprasional variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono dalam Afriyan Farkhan Auldi (2021: 41).

1.7.1 Variabel Bebas (*independent variabel*)

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) Sugioyo dalam Afriyan Farkhan Auldi (2021: 41), variabel yang dipakai dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

A. Strategi Penjualan (X_1)

Kotler dan Amstrong dalam Edwin Sugesti, dkk (2018: 23) hal ini menyatakan bahwa strategi penjualan adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga keserasian antara tujuan perusahaan, sumber daya perusahaan, dan peluang pasar yang terus berubah, dengan tujuan untuk membentuk dan menyesuaikan usaha perusahaan dan produk yang dihasilkan sehingga bisa mencapai keuntungan dan tingkat pertumbuhan yang menguntungkan. Menurut Tjiptono dalam Nasruddin (2021) indikator strategi penjualan atau pemasaran terdiri atas lima yang saling berkait, kelima indikator tersebut adalah:

1. Pemilihan pasar
2. Perencanaan produk
3. Penetapan harga
4. Sistem distribusi
5. Komunikasi pemasaran

A. Daya Saing (X_2)

Menurut Grant dalam Nenah Sunarsih (2018: 28) daya saing merupakan hasil atas pemahaman secara menyeluruh dari aspek eksternal dan internal yang memberikan pengaruh kuat terhadap perusahaan. Secara sederhana daya saing merupakan kemampuan perusahaan untuk bersaing. Menurut Porter dalam Erna Wati (2020: 11) menyebutkan bahwa ada beberapa indikator yang dapat mengukur daya saing antara lain yaitu:

1. Biaya produksi
2. Produktifitas tenaga kerja
3. Penggunaan kapasitas
4. Persediaan
5. Tampilan produk
6. Jangka waktu
7. Daya tahan produk
8. Kecepatan penyelesaian
9. Kesesuaian produk
10. Ketepatan waktu produksi
11. Pengurangan waktu
12. Ketepatan waktu penyampaian
13. Macam-macam produk
14. Kecepatan menyesuaikan

B. Promosi (X_3)

Menurut Rangkuti dalam Dinda Sekar Puspitarini, dkk (2019: 75) promosi adalah sesuatu yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan memberitahukan keberadaan produk tersebut serta memberi keyakinan tentang manfaat produk tersebut kepada pembeli. Indikator promosi menurut Drs. M. Mursid dalam Sri Mulyani, dkk (2020: 5) yaitu:

1. Periklanan
2. *Publisitas*
3. *Personal selling*
4. *Sales promotion*

1.7.2 Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Menurut Sugiyono dalam Afriyan Farkhan Auldi (2021: 41) variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat.

A. Tingkat Penjualan (Y)

tingkat penjualan menurut Basu Swastha dalam Tiris Sudrartono (2019: 59) mengatakan bahwa tingkat penjualan adalah jumlah yang ditawarkan dari sebuah perusahaan oleh pemakai industri dengan menggunakan distributor. Menurut Marwanto dalam Winny Ricky, dkk (2019: 36) indikator yang mempengaruhi Tingkat

penjualan yaitu:

1. Kualitas produk
2. Selera konsumen
3. Kemampuan penjual
4. Persaingan pasar

3.8 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan suatu kegiatan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab perumusan masalah serta perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan Sugiyono dalam Afriyan Farkhan Auldi (2021: 46).

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi uji validitas akan mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas ini membandingkan nilai masing-masing item pertanyaan dengan nilai total. Apabila besarnya nilai total koefisien item pertanyaan masing-masing variabel melebihi nilai signifikansi, maka pertanyaan tersebut tidak valid. Nilai signifikansi harus lebih kecil dari 0,05 maka item pertanyaan dapat dikatakan valid

atau dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (nilai korelatif) dengan r tabel. Dalam hal ini, apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r_{tabel} nilai r positif signifikan, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan cara membandingkan koefisien korelasi r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = N-2, kemudian dalam hal ini (N) adalah jumlah sampel. Ghozali dalam Afriyan Farkhan Auldi (2021: 47).

Adapun rumus yang dipakai dalam uji validitas ialah

Rumus *Pearson product moment* sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = koefisien korelasi

n = Jumlah responden

x = Skor pertanyaan

y = Total pertanyaan

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak atau sembarang. Jika jawaban acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel dan dalam penelitian ini

menggunakan SPSS, dimana suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > r table. Ghazali dalam Afriyan Farkhan Auldi (2021: 47).

Rumus reliabilitas *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma b^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir

σb^2 = Varians total

Cara melihat reliabel atau tidaknya suatu instrumen dapat dikonsultasikan dengan cara sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument reliabel dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak reliabel

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Menurut Ghazali dalam Chrisny Sondak (2021: 758) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah distribusi variabel pengganggu atau residual normal ataukah tidak, maka dapat dilakukan analisis grafik

atau dengan melihat normal *probability* plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

B. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan linear yang sempurna antara beberapa atau semua variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas berkorelasi, maka variabel ini *orthogonal* Ghozali dalam Chrisny Sondak (2021: 758).

C. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali dalam Chrisny Sondak (2021: 758) menyatakan bahwa pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual suatu pengamatan dengan pengamatan lainnya.

3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Priyatno dalam Winny Ricky, dkk (2019: 37), “Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variable *independen* dengan satu variable dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi.” Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Tingkat penjualan

X_1 = Strategi Penjualan

X_2 = Daya Saing

a = konstanta

b1 = koefisien regresi

b2 = koefisien regresi

e = persentase kesalahan

3.8.5 Uji korelasi Berganda

Menurut Ghozali dalam Wachidatus Chomariyah (2022: 53) korelasi berganda adalah korelasi berganda merupakan alat ukur untuk mengukur hubungan yang terjadi antara variabel yang terikat (variabel Y) atau lebih dikenal variabel bebas. Korelasi berganda memiliki indeks atau angka yang digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara 3 variabel atau lebih. Koefisien korelasi berganda dapat disebutkan sebagai berikut:

$$R_{YX_1X_2} = \frac{r_{2x1} + r_{2yx2} - 2r_{yx1}r_{yx2}r_{1x2}}{r_{2X1X2}}$$

3.8.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Priyatno dalam Winny Ricky, dkk (2019: 37) “Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, analisis koefisien determinasi dipakai

untuk memahami kapasitas variabel independent saat menjelaskan variabel dependen.

Untuk mengetahui koefisien determinasi, penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Penjelasan:

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien korelasi ganda

3.8.7 Uji t (parsial)

Menurut Ghozali dalam Wachidatus Chomariyah (2022: 55) Uji t digunakan untuk menganalisis jika peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh atau mengetahui hubungan antara variabel independen dan dependen, yang dimana salah satu variabel independennya dibuat tetap/dikendalikan. Uji t merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih, setelah satu variabel yang diduga dapat mempengaruhi hubungan variabel tersebut tetap/dikendalikan dapat digunakan rumus uji t sebagai berikut :

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = t-tes hitung

r = Koefisien korelasi

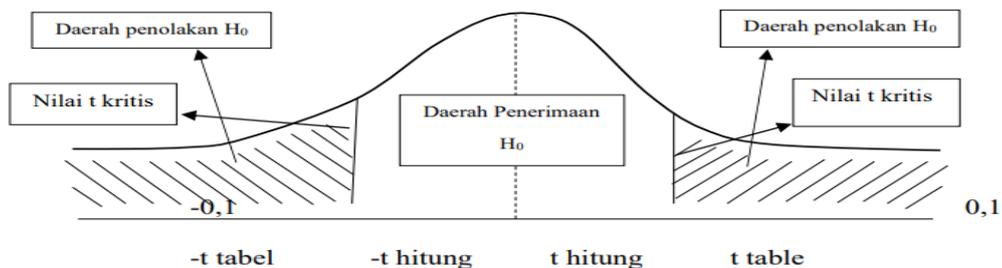
n = Sampel

Adapun kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis adalah H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang artinya variabel bebas atau *independent variable* (X_1, X_2, X_3) secara parsial mempengaruhi variabel terikat atau *dependent variable* (Y).

H_0 diterima dan H_a ditolak yaitu t_{hitung} yaitu $t_{hitung} < t_{tabel}$ yang artinya variabel bebas atau *independent variabel* (X_1, X_2, X_3) secara parsial tidak mempengaruhi variabel terikat atau *dependent variable* (Y).

Gambar 3.1

Daerah penolakan dan penerimaan (Uji t)



Sumber: Ghozali

3.8.8 Uji f (Simultan)

Menurut Ghozali dalam Wachidatus Chomariyah 2022: 56) Uji f digunakan untuk mengetahui apakah semua *variabel independen* atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Untuk melakukan uji f adalah dengan cara *Quicklook* yaitu, apabila nilai f lebih besar dari 4 maka H0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 10%. Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua *variabel independen* secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen. Uji f dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$F = \frac{R^2/K}{1 - R^2 (1 - R^2) (n - k)}$$

Dimana :

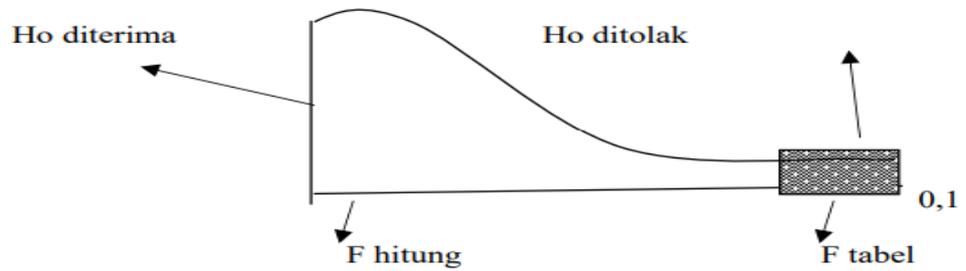
F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

R² = Koefisien regresi yang telah ditemukan

k = Jumlah variabel independent

n = Jumlah sampel

**Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis
Berdasarkan Uji f (Simultan)**



Sumber: Ghozali

Keterangan :

Apabila nilai $f_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya semua koefisien regresi secara bersama-sama signifikan. Dan, Apabila $f_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya semua koefisien regresi secara bersama-sama tidak signifikan.