

## **BAB III METODE PENELITIAN**

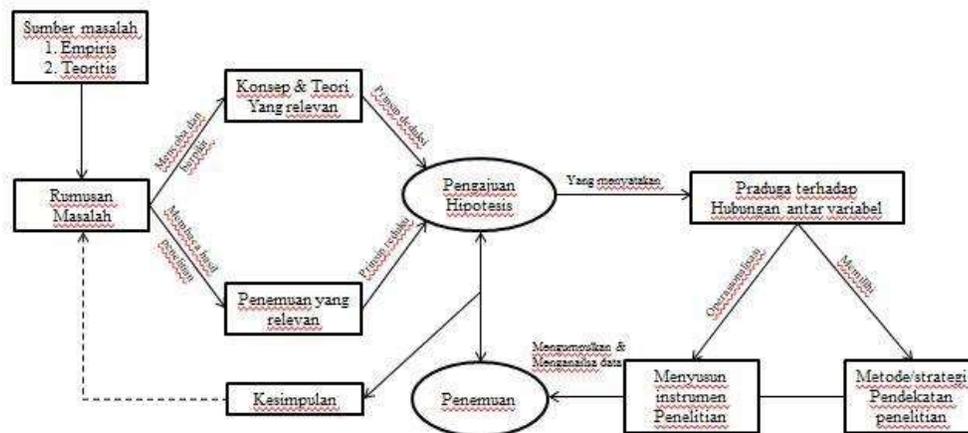
### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian dengan kausalitas analisis dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan. Desain penelitian kausalitas adalah desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel (Sanusi, 2012: 14). Menurut (Sedarmayanti & Hidayat, 2011: 207) mengatakan bahwa desain penelitian kausalitas merupakan menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lain/bagaimana variabel mempengaruhi variabel lain.

Menurut (Sugiyono, 2015: 21) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Berdasarkan pengertian diatas, maka penelitian yang dilakukan adalah dengan kausalitas kuantitatif yaitu suatu bentuk penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel dengan menggabungkan hubungan antar variabel yang terlibat didalamnya.

Adapun desain penelitian dalam penelitian ini penulis telah mempersiapkan rancangannya sebagai berikut:



Sumber: Sugiyono, (2015: 31)

**Gambar 3.1** Desain Penelitian

1. Mencari sumber masalah dari berbagai aspek empiris dan teoritis dan membuat perumusan masalah yang telah ditemukan.
2. Membaca hasil penelitian yang relevan dan berfikir untuk menentukan konsep teori yang relevan.
3. Membuat hipotesis yang menyatakan praduga terhadap hubungan antar variabel, memilih metode penelitian, menyusun instrumen, menyebarkan, mengumpulkan dan menganalisa data.
4. Menampilkan hasil yang benar-benarnya, mengkorelasikan antara penemuan dengan hipotesis, kemudian membuat kesimpulan berdasarkan fakta.
5. Membandingkan data dengan kebenaran yang dilapangan maupun di kajian pustaka serta menampilkan hasil.

Metode yang digunakan adalah adalah survei dengan kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap volume penjualan PT Asia Paramita Indah Batam.

### 3.2 Operasional Variabel

Pengoperasionalan konsep (*operationalizing the concept*) atau bisa juga disebut dengan mendefinisikan konsep secara operasional adalah menjelaskan karakteristik dari obyek ke dalam elemen-elemen yang dapat diobservasikan yang menyebabkan konsep dapat diukur dan dioperasionalkan ke dalam penelitian (Erlina, 2011: 48). Dalam penelitian ini penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

#### 3.2.1 Variabel Bebas (Independent Variabel)

Menurut (Sanusi, 2012: 50) variabel independen (bebas) adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu: Harga (X1), dan Promosi (X2)

Menurut (Tjiptono, 2008: 151) Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Menurut (Fernando & Sitohang, 2017) yang dapat dijadikan indikator harga adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian harga
2. Daftar harga (*price list*)
3. Potongan harga khusus (*allowance*)
4. Harga yang dipersepsikan

Menurut (Malau, 2017: 103) Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan

informasi, mempengaruhi, membujuk, dan/atau mengingatkan sasaran pasar atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal kepada produk yang ditawarkan perusahaan tersebut.

Menurut (Karim *et al.*, 2014) indikator untuk promosi dalam penelitian ini meliputi:

1. Tingkat kemenarikan iklan
2. Tingkat promosi penjualan
3. Publisitas pesaing
4. *Public relation*
5. Pemasaran langsung

### **3.2.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)**

Menurut Kardaniata dalam (Malik, 2015) Volume penjualan diartikan sebagai sejumlah (kuantitas) produk hasil produksi perusahaan yang dikonsumsi oleh konsumen. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu: volume penjualan (Y). Volume penjualan menurut Freddy dalam (Sitepu, 2016) adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Dapat diartikan bahwa volume penjualan adalah jumlah dari kegiatan penjualan suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dalam suatu waktu tertentu.

Terdapat beberapa indikator dari volume penjualan (Malik, 2015) yaitu:

1. Intensitas pembelian
2. Syarat pembayaran
3. Daya beli

## 4. Area penjualan

Operasional variabel untuk penelitian ini dapat dijelaskan seperti tabel dibawah ini :

**Tabel 3.1** Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Harga (X1)	Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian harga</li> <li>2. Daftar harga</li> <li>3. Potongan harga khusus</li> <li>4. Harga yang Dipersepsikan</li> </ol>	Likert
Promosi (X2)	Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan/atau mengingatkan sasaran pasar atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal kepada produk yang ditawarkan perusahaan tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat kemenarikan iklan</li> <li>2. Tingkat promosi penjualan</li> <li>3. Publisitas pesaing</li> <li>4. Public relation</li> <li>5. Pemasaran langsung</li> </ol>	Likert
Volume Penjualan (Y)	Volume penjualan adalah jumlah dari kegiatan penjualan suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dalam suatu waktu tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Intensitas pembelian</li> <li>2. Syarat pembayaran</li> <li>3. Daya beli</li> <li>4. Area penjualan</li> </ol>	Likert

**Sumber:** (Fernando & Sitohang, 2017), (Karim *et al.*, 2014) dan (Malik, 2015)

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2015: 119) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Sedangkan Populasi menurut (Sedarmayanti & Hidayat, 2011: 121) adalah himpunan keseluruhan karakteristik dari objek yang diteliti. Adapun populasi itu terbagi 2 (dua) jenis (Riduwan, 2008: 54) yaitu:

1. Populasi terbatas adalah mempunyai sumber data yang jelas batasnya secara kuantitatif sehingga dapat dihitung jumlahnya.
2. Populasi tak terbatas adalah sumber datanya tidak dapat ditentukan batasan-batasannya sehingga relatif tidak dapat dinyatakan dalam bentuk jumlah.

Populasi dari penelitian ini termasuk populasi terbatas, dimana populasi memiliki karakteristik yaitu toko yang sudah menjadi pelanggan tetap PT Asia Paramita Indah sebanyak 135 toko.

#### **3.3.2 Sampel**

Menurut (Sedarmayanti & Hidayat, 2011: 124) Sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015: 120) . Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Menurut Teknik sampel terbagi menjadi

dua yaitu: *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* yaitu: *sampling jenuh*.

Menurut (Sugiyono, 2015: 126) mengatakan *sampling jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain *sampling jenuh* adalah *sensus*, yaitu semua anggota populasi dijadikan sampel, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 135 sampel.

### **3.4 Teknik Dan Alat Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa teknik yaitu observasi (pengamatan), *interview* (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan dari keempatnya (Sugiyono, 2015: 308). Teknik yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data menggunakan kuisisioner (angket).

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015: 192). Kuisisioner juga cocok bila digunakan untuk jumlah responden yang cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

#### **3.4.2 Alat Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut (Rianse & Abdi, 2009: 212):

1. Data primer merupakan data yang di dapat dari sumber pertama atau sumber asli (langsung dari *informan*) seperti hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari jawaban responden melalui penyebaran kuesioner.
2. Data sekunder merupakan data yang diambil dari sumber kedua atau bukan dari sumber aslinya. Data sekunder bisa dalam bentuk data yang tersaji dalam bentuk tabel, grafik, dan lain sebagainya. Data sekunder dapat juga berupa referensi buku, makalah, materi perkuliahan yang berhubungan dengan objek data yang akan diteliti penulis.
3. Data internal merupakan data yang didapat dari dalam perusahaan atau organisasi di mana riset dilakukan. Data internal yang digunakan adalah daftar pelanggan toko PT Asia Paramita Indah dan data penjualan.

### **3.5 Metode Analisis Data**

Data-data yang terkumpul umumnya masih berbentuk data mentah untuk itu perlu diolah agar lebih sederhana sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan analisis data. Analisis data bertujuan menginterpretasikan data-data yang telah dikumpulkan dan diolah sehingga nantinya akan diperoleh jawaban atas rumusan masalah penelitian dan mampu membuktikan hipotesis yang diajukan peneliti.

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, perangkat yang digunakan menggunakan bantuan komputer dan aplikasi atau program statistik yaitu program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi

24. Dengan bantuan program SPSS tersebut beberapa pengujian terhadap data yang terkumpul akan dianalisis untuk memberikan gambaran hubungan pengaruh antara variabel-variabel independen dan dependen di dalam penelitian ini.

### **3.5.1 Analisis Deskriptif**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, analisis deskriptif adalah analisis yang menjelaskan suatu data yang telah dikumpulkan dan diringkas pada aspek-aspek penting berkaitan dengan data tersebut . Analisis deskriptif dilakukan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk ke dalam kategori: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju.

Teknik pengumpulan data hasil kuesioner menggunakan skala likert dimana alternative jawaban nilai positif 5 sampai dengan 1. Pemberian skor dilakukan atas jawaban pernyataan, baik tentang Harga (X1), Promosi (X2), dan Volume Penjualan (Y), karena data ini maka selanjutnya nilai-nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan untuk tiap responden.

Jawaban setiap item menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

**Tabel 3.2** Penentuan Skor Jawaban Kuesioner

<b>Jawaban Pernyataan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Sumber:** Sugiyono ( 2014: 59)

Pada penelitian ini analisis deskriptif dimaksudkan untuk menganalisa serta mendeskripsikan data hasil penelitian yang telah diperoleh dan juga untuk memberikan jawaban terhadap hipotesis-hipotesis deskriptif yang telah diajukan sebelumnya dengan menyusun tabel distribusi sehingga diketahui tingkat perolehan nilai (skor) yang didasarkan pada kriteria analisis deskriptif yang dapat ditentukan dengan menggunakan tabel 3.4 sebagai berikut:

**Tabel 3.3** Kriteria Analisis Deskriptif

<b>Nilai rata-rata</b>	<b>Kriteria Penilaian</b>
1,01 – 1,80	Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Tidak Baik/Rendah
2,61 – 3,40	Cukup/Sedang
3,41 – 4,20	Baik/Tinggi
4,21 -5,00	Sangat Baik/Tinggi

**Sumber:** (Mulyawan & Sidharta, 2013)

### 3.5.2 Uji Kualitas Data

Pada proses pengolahan hasil data penelitian, maka perlu dilakukan pengujian kualitas data sebelum diolah dan dianalisa. Untuk keperluan penelitian ini maka peneliti membutuhkan alat ukur atau skala atau seperangkat alat uji untuk mengukur dan memaknai apa yang akan diteliti. Ada dua konsep untuk

mengukur kualitas data, yaitu: validitas dan reliabilitas. Artinya suatu penelitian akan menghasilkan kesimpulan yang bias jika datanya kurang *reliabel* dan kurang *valid*. Akibat dari data yang kurang valid maka dapat berakibat buruk dalam pengambilan keputusan terhadap suatu problem atau masalah yang sedang dihadapi. Kesimpulan yang salah dapat menyesatkan dan pada akhirnya akan dapat membawa hal buruk bagi pengguna informasi tersebut. Hal inilah yang menjadikan pentingnya uji instrumen penelitian berupa uji validitas dan uji reliabilitas.

#### **3.5.2.1 Uji Validitas Data**

Menurut (Sanusi, 2012: 76) suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas yang digunakan dalam penelitian merupakan pengujian validitas isi yaitu pengujian yang dilakukan jika telah memperoleh kisi-kisi tersebut dapat berupa indikator sebagai tolak ukur. Biasanya digunakan dengan menghitung korelasi antara setiap skor butir instrumen dengan skor total.

Dalam melakukan penguraian validitas, digunakan dengan alat bantu program komputer SPSS, dan jika suatu alat ukur mempunyai korelasi yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya maka dikatakan alat ukur tersebut adalah valid. Jika diperoleh data yang tidak valid, maka data tersebut akan dikeluarkan dan kemudian dilakukan pengujian ulang dengan metode yang sama dan untuk mengetahui korelasi antara dua peubah dan nilai korelasi yang dihitung dinyatakan sah apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan *level of significan* sebesar 5%.

Alternatif menghitung validitas dengan teknik ini dapat dirumuskan dalam rumus perhitungan korelasi berikut ini:

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

**Rumus 3.1** *Pearson Product Moment*

**Sumber:** Sanusi, (2011: 76)

Keterangan:

r = koefisien korelasi

X = Skor butir

Y = Skor total butir

N = Jumlah sampel (responden)

### 3.5.2.2 Uji Reliabilitas Data

Uji reabilitas merupakan suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Instrumen yang reliabel belum tentu valid, tetapi instrumen yang valid sudah tentu reliabel (Sanusi, 2012: 80).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Conbrach Alpha. Uji ini dilakukan dengan menghitung koefisien alpha. (Wibowo, 2012: 80) menyatakan data dikatakan reliabel apabila r alpha positif dan r alpha > r tabel df = (α, n-2). Untuk mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan metode Conbrach Alpha dapat digunakan suatu rumus sebagai berikut:

$$R_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right] \right]$$

**Rumus 3.2** *Cronbach Alpha*

**Sumber:** (Wibowo, 2012: 52)

Keterangan:

$R_{11}$  == Reliabilitas instrumen

$K$  = Jumlah butir pertanyaan

$b^2$  = Jumlah varian pada butir

$1^2$  = Varian total

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan 0,05. Kriteria suatu data reliabel atau tidak jika: nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis product moment, atau nilai r tabel. Dapat pula dilihat dengan cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien realibilitas berikut ini:

**Tabel 3.4** Krikteria Indeks Koefisien Reliabilitas

No	Nilai Interval	Krikteria
1	<0,20	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

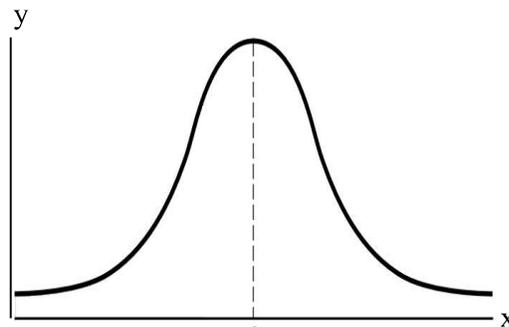
**Sumber:** (Wibowo, 2012: 53)

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut (Wibowo, 2012: 61) menyatakan bahwa “uji asumsi digunakan untuk memberikan pre tes atau uji awal terhadap suatu perangkat atau instrument yang digunakan dalam pengumpulan data, bentuk data, dan jenis data yang akan diproses lebih lanjut dari suatu kumpulan data awal yang telah diperoleh sehingga syarat mendapatkan data yang berprinsip *Best Linier Unbiased Estimator*.”

### 3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2016: 154) uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati normal, yakni distribusi data berbentuk lonceng. Data yang baik data yang tidak menceng ke kiri atau ke kanan. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang jika digambarkan akan berbentuk lonceng, *bell shaped curve* seperti gambar kurva dibawah ini:



**Gambar 3.2** Bell Shaped Curve

Uji normalitas dilakukan untuk melihat tingkat kenormalan data yang digunakan, apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bisa dilakukan dengan tiga cara yaitu dengan “Histogram, Normal P-P Plot dan *One sample Kolmogorov Smirnov*”. Yang paling umum digunakan adalah *One sample Kolmogorov Smirnov*.

Pada *One sample Kolmogorov Smirnov* prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat nilai signifikansi lebih dari 0.05, maka *residual* terdistribusi secara normal. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika signifikansi  $> 0.05$  maka *residual* dikatakan berdistribusi secara normal.

2. Jika signifikansi  $< 0.05$  maka *residual* dikatakan tidak berdistribusi secara normal.

### 3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Priyatno, 2016: 129) Multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinearitas. Jika pada model persamaan tersebut terjadi gejala multikolinearitas itu berarti sesama variabel bebasnya terjadi korelasi.

Gejala multikolinearitas dapat diketahui melalui suatu uji yang dapat mendeteksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk terjadi gejala multikolinearitas. Salah satu cara untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan menggunakan atau melihat *tool* uji yang disebut *Variance Inflation Facto* (VIF).

Caranya adalah dengan melihat nilai masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Pedoman dalam melihat apakah suatu variabel bebas memiliki korelasi dengan variabel bebas yang lain dapat dilihat berdasarkan nilai VIF tersebut. Jika nilai VIF kurang dari 10, itu menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinearitas, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas (Wibowo, 2012: 87).

### 3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Erlina, 2011: 105). Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan metode Gleyser dengan cara menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variabel bebas. Apabila masing-masing variabel tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ( $\alpha = 0.05$ ) maka dalam model regresi tidak terjadi Heteroskedastisitas (Sanusi, 2012: 136)

### 3.5.4 Uji Regresi Linier

#### 3.5.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda pada dasarnya merupakan analisis yang memiliki pola teknis dan substansi yang hampir sama dengan analisis sederhana. Analisis ini memiliki perbedaan dalam hal jumlah variabel independen yang merupakan variabel penjelas jumlahnya lebih dari satu buah. Variabel yang lebih dari satu buah inilah yang kemudian akan dianalisis sebagai variabel-variabel yang memiliki hubungan-pengaruh, dengan dan terhadap variabel yang dijelaskan atau variabel dependen (Wibowo, 2012: 126). Analisis ini juga untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan, dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

Selain itu juga untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel terikatnya, baik secara simultan maupun parsial. Spesifikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Sanusi, 2012: 135):

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

**Rumus 3.3 Uji Regresi Linear Berganda**

Keterangan:

Y	=	Variabel terikat
a	=	Nilai konstanta
$b_{1,2}$	=	Koefisien regresi
$X_1$	=	Variabel bebas pertama
$X_2$	=	Variabel bebas kedua
e	=	Error

#### 3.5.4.2 Uji Determinasi (R square)

Analisis  $R^2$  (R Square) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel independen (Priyatno, 2016: 63). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilai mendekati 1 maka hubungan semakin erat. Sebaliknya, jika mendekati 0, maka hubungan semakin lemah.

Untuk mengetahui besarnya kekuatan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat, dapat dibandingkan dengan nilai yang terdapat pada tabel interpretasi koefisien korelasi (R) seperti pada tabel berikut:

**Tabel 3.5 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

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

**Sumber:** Sugiyono, (2012: 184)

$R$  square ( $R^2$ ) atau kuadrat dari  $R$  menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### 3.5.4.3 Uji Parsial (T-Test)

Menurut (Priyatno, 2016: 66) Uji *t-test* bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Pengujian *t-test* ini merupakan hasil pengujian tingkat signifikansi koefisien yang didapat dari nilai koefisien regresi dibagi dengan kesalahan bakunya. Hal ini dirumuskan sebagai berikut:

$$\frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3.4 Uji } T\text{-test}$$

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$r$  =  $r$  hitung

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$ , artinya hipotesis diterima.
2. Jika  $t\text{ hitung} \leq t\text{ tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$  , artinya hipotesis ditolak.

### 3.5.4.4 Uji Simultan (F-test)

Menurut (Priyatno, 2016: 63) Uji simultan dengan *f-test* bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel

dependen secara simultan. Adapun rumus yang digunakan untuk menguji variabel secara simultan sebagai berikut:

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

**Rumus 3.5 Uji *F*-Test**

Keterangan:

$R^2$  = efek total variabel x

n = jumlah total ukuran sampel

k = jumlah variabel x

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika  $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$ , artinya hipotesis diterima
2. Jika  $f\text{-hitung} \leq f\text{-tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$ , artinya hipotesis ditolak

### 3.5.5 Rancangan Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0$ : Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada PT Asia Paramita Indah Batam.

$H_1$ : Harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada PT Asia Paramita Indah Batam.

$H_0$ : Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada PT Asia Paramita Indah Batam.

$H_1$ : Promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada PT Asia Paramita Indah Batam.

$H_0$ : Harga dan promosi secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada PT Asia Paramita Indah Batam.

$H_1$ : Harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada PT Asia Paramita Indah Batam.

### **3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian**

#### **3.6.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini telah ditentukan, yaitu pada PT Asia Paramita Indah Batam yang merupakan distributor dari produk Mandom Indonesia Tbk. Sampel yang menjadi unit analisis penelitian ini adalah pelanggan PT Asia Paramita Indah Batam. PT Asia Paramita Indah Batam berlokasi di Jl. Citra Buana Industrial Park III, Belian, Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29444, Telepon: (0778) 7482500. Penulis akan melakukan penelitian secara langsung menyebarkan kuisisioner guna mendapatkan data yang dibutuhkan selama penelitian serta mengambil foto pada saat pengisian kuisisioner.

#### **3.6.2 Jadwal Penelitian**

Waktu penelitian yang penulis lakukan yaitu pada bulan September 2017 sampai dengan bulan Januari 2018. Jadwal ini telah akan dimanfaatkan dengan optimal mungkin untuk penelitian ini. Berikut jadwal penelitian yang telah ditentukan penulis.

Tabel 3.6 Jadwal Penelitian

No	Tahapan Penelitian	Waktu Pelaksanaan																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1	Pengajuan judul	■	■															
2	Penentuan objek penelitian		■	■	■													
3	Pengajuan Bab 1			■	■	■	■											
4	Pengajuan Bab 2						■	■	■									
5	Pengajuan Bab 3								■	■	■							
6	Penyebaran Kuisisioner									■	■	■						
7	Pengumpulan Kuesioner & Pengolahan Data											■	■	■				
8	Pengajuan Bab 4 & 5												■	■	■			
9	Pengumpulan Skripsi														■			
10	Persiapan															■		
11	Sidang Skripsi																■	

Sumber: Penulis (2017)