

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sumber Data**

##### 3.1.1 Jenis Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yakni pengamatan langsung ke objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dimana peneliti dapat menentukan hanya beberapa variabel saja dari objek yang diteliti kemudian dapat membuat instrumen untuk mengukurnya.<sup>1</sup>

Penelitian kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian akan lebih baik apabila juga disertai dengan tabel, grafik, bagan, gambar atau tampilan lain.<sup>2</sup>

##### 3.1.2 Sumber Data

Sedangkan sumber data yang digunakan adalah:

- a. Data Sekunder, adalah berupa dokumen-dokumen dan laporan tertulis dari perusahaan serta informasi lain yang ada hubungannya dengan masalah ini.

---

<sup>1</sup> Ibid, h.17.

<sup>2</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010, h.27.

## 3.2 Populasi dan Sampel

### 3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala atau nilai test, peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian.<sup>3</sup> Populasi dari penelitian ini adalah seluruh penjualan yang dikeluarkan oleh Frolic Clothing Semarang dari tahun 2008 s/d 2013. Yaitu penjualan sebanyak 18 catur wulan.

### 3.3.1 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan uraian karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>4</sup> Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>5</sup> Pada teknik ini sampel yang diambil adalah sampel yang memiliki kriteria-kriteria tertentu. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Telah memenuhi batas minimum Volume penjualan.
2. Semua data variabel terikat dan bebas tersedia.

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009, h. 80.

<sup>4</sup> *Ibid*, h.81.

<sup>5</sup> *Ibid*, h. 85.

Dengan menggunakan kriteria diatas maka jumlah sampel dari penelitian ini adalah penjualan selama empat tahun dari tahun 2010 sampai 2013 sebanyak 12 catur wulan. Alasan pengambilan sampel tersebut adalah bahwa selama empat tahun sampel dianggap representative menggambarkan kondisi diversifikasi produk di perusahaan tersebut.

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan ini, metode pengumpulan data yang penulis tempuh adalah sebagai berikut:

1. Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya.<sup>6</sup> Peneliti melakukan observasi langsung di Frolic Clothing Semarang yang beralamat di Jl. Gedong Songo III. No. 31. Rt 03. Rw 02 Manyaran Semarang Barat kota Semarang 50147 Jawa tengah untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi.
2. Metode dokumentasi adalah metode untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.<sup>7</sup> Metode ini digunakan guna memperoleh data sebagai bahan informasi yang berupa latar belakang perusahaan, tugas pokok dan tata kerja, struktur organisasi, presentasi serta data lain yang mendukung.

---

<sup>6</sup> *Ibid*, h.133.

<sup>7</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010, h. 274.

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Dalam penulisan skripsi maka penulis menggunakan beberapa istilah sehingga didefinisikan secara operasional agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini yaitu dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1  
Definisi operasional variabel

Variabel Penelitian	Definisi	Pengukuran
Diversifikasi Produk (X)	Diversifikasi Produk adalah perluasan pemilihan barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan dengan jalan menambah produk atau jasa dan atau memperbaiki jenis, model, bentuk, ukuran, atribut, dalam rangka meningkatkan volume penjualan	Jumlah jenis, model, bentuk, ukuran,
Volume Penjualan (Y)	Volume penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu	volume penjualan,

### 3.5 Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian yaitu:<sup>8</sup>

#### 1. Statistik deskriptif.

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung : Alfabeta, 2011, h.142-143.

## 2. Statistik inferensial

Adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel, kesimpulan yang diberlakukan untuk populasi berdasarkan data sampel kebenarannya bersifat peluang.

Analisis data merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel yang mempengaruhi variabel yang lain agar data yang dikumpulkan tersebut dapat bermanfaat maka harus diolah atau dianalisis sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan. Sebelum melakukan analisis data maka diperlukan pengolahan data terlebih dahulu, pengolahan data tersebut meliputi :

### 1. *Editing*

Proses yang dilakukan setelah data terkumpul untuk melihat apakah jawaban-jawaban pertanyaan telah terisi lengkap atau belum.

### 2. *Coding*

Proses pemberian kode tertentu terhadap bermacam-macam jawaban untuk dikumpulkan kedalam kategori yang sama.

### 3. *Scoring*

Kegiatan pemberian nilai yang berupa angka pada jawaban responden untuk memperoleh data kuantitatif yang diperlukan dalam pengujian hipotesa dimana teknik pengukuran skala yang digunakan dalam pemberian bobot tersebut adalah teknik likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

#### 4. *Tabulating*

Pengelompokkan data atas jawaban responden dengan teliti dan teratur kemudian dihitung dan dijumlahkan sampai terwujud dalam bentuk-bentuk tabel.

Oleh karena itu teknik analisis data digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel yang mempengaruhi variabel yang lain adalah dengan model analisis regresi sederhana.

##### 3.5.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat multikoloniaritas dan heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal.

##### 3.5.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid.

Pengujian Normalitas data dilakukan menggunakan *One Sample Kormogorov-Smirnov Test*, dengan melihat tingkat signifikansi 5%. Dasar pengambilan keputusan ini dari uji normalitas adalah dengan melihat probabilitas *asympt.sig (2-tailed) > 0.05* maka data mempunyai distribusi normal dan

sebaliknya jika probabilitas *asympt.sig (2-tailed)* < 0.05 maka data mempunyai distribusi yang tidak normal.

#### 3.5.1.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi–Y sesungguhnya) yang telah di *studentized*. Dasar analisis :<sup>9</sup>

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 3.5.1.3 Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antar anggota sampel atau data pengamatan yang diurutkan berdasarkan waktu, sehingga munculnya suatu datum dipengaruhi oleh datum sebelumnya. Dalam penelitian ini bila

---

<sup>9</sup> *Ibid*, h. 105.

terjadi Autokorelasi, berarti *fundamental* selain dipengaruhi oleh Variabel Independen juga dipengaruhi *fundamental* pada periode sebelumnya.<sup>10</sup>

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi	Tolak	$0 < d < d_1$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$d_1 \leq d \leq d_u$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4-d_l < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	No decision	$4-d_u \leq d \leq 4-d_l$
Tidak ada autokorelasi, positif dan negatif	Tidak ditolak	$D_u < d < 4-d_u$

### 3.5.2 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Merupakan alat ukur yang juga dapat digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antar variabel

Persamaan regresi linier sederhana dapat dicari dengan rumus:

$$Y = a + \beta X$$

Keterangan:

a = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

X = Diversifikasi Produk

Y = Volume Penjualan

### 3.5.3 Uji Hipotesis

---

<sup>10</sup> *Ibid.* h. 95-96.



Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.<sup>11</sup>

#### 3.5.3.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (diversifikasi produk) dalam menerangkan variabel dependen (volume penjualan) dengan melihat *Adjusted R Square*.

#### 3.5.3.2 Uji Parsial (Uji t)

Untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini maka digunakan uji statistik t. Uji statistik t digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (harga dan promosi) secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (penjualan). Asumsinya adalah:

1. Jika probabilitas (signifikansi) lebih besar  $>$  dari 0,05 ( $\alpha$ ), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika probabilitas (signifikansi) lebih kecil  $<$  dari 0,05 ( $\alpha$ ), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

---

<sup>11</sup> *Ibid.* h.88.