

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang digunakan untuk menguji teori secara terperinci dengan hipotesis yang spesifik dan mengumpulkan data untuk mendukung atau mengolah hipotesis dengan uji statistik yang akurat. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dalam satu periode tertentu atau disebut data cross-sectional yang data tersebut diproses kemudian ditarik sebuah kesimpulan.

Menurut Muftiyanto (2024), penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian – bagian dan fenomena serta bagian – bagiannya. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk mengembangkan dan menggunakan model – model sistematis (statistika), teori – teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang terjadi. Ciri khas dari penelitian ini meliputi penggunaan teori, pengujian hipotesis, pengamatan empiris, dan analisis data secara statistika.

B. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah diskon, uang muka, dan promosi sebagai variabel independen dan tingkat penjualan sebagai variabel dependen. Penelitian ini dilakukan di salah satu cabang Dealer Marcel Motor yang beralamat di Karanggede Boyolali. Dealer Marcel Motor cukup dikenal di

Kabupaten Boyolali bagian utara, meskipun berdirinya belum genap 10 tahun karena dealer ini didirikan sejak tahun 2016.

C. Jenis Dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yaitu data penelitian yang didapat langsung dari sumber aslinya (Prastiyani & Suhartono, 2020). Data primer yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari sumber pertama yaitu responden dari hasil pengisian kuesioner mengenai pernyataan yang berkaitan dengan peran diskon, uang muka dan promosi terhadap tingkat penjualan. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada responden yaitu konsumen Dealer di wilayah Karanggede melalui *google form*.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang didapatkan melalui media perantara atau secara tidak langsung (Prastiyani & Suhartono, 2020). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai bahan, seperti : jurnal dan data yang diperoleh dari internet yang berhubungan dengan materi penelitian.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti yang dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Taufiq Nur Muftiyanto, 2024). Populasi pada penelitian ini konsumen sepeda motor Dealer Marcel Motor di Karanggede Boyolali.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penelitian ini tidak menggunakan seluruh anggota populasi, tetapi diambil menjadi sampel hanya sebagian dari populasi saja. Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. (Sugiyono, 2020).

Pada penelitian ini, pengambilan jumlah responden menggunakan rumus Slovin, sampel yang akan ditentukan oleh peneliti dengan persentasi kelonggaran ketidaktelitian adalah sebesar 10% (0,1) dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin, penggunaan rumus ini akan menghasilkan jumlah sampel yang relatif lebih besar dibanding beberapa rumus lain, sehingga karakteristik dari populasi akan lebih terwakili yang dapat ditunjukkan. (Sugiyono, 2020). Rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sample yang digunakan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), 10% (0,1).

Populasi yang teridentifikasi pada penelitian ini adalah jumlah konsumen Dealer Marcel Motor yang melakukan pembelian melalui dengan jumlah 515 konsumen dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut

$$n = \frac{515}{1+515 \cdot 0,1^2}$$

$$n = 83,73$$

Jadi diketahui dari pertimbangan untuk ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 83,73 konsumen. Untuk memudahkan perhitungan maka sampel dibulatkan menjadi 84 konsumen dengan tingkat kesalahan 10%.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan instrument kuisioner, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan melalui link google form yang isinya mengenai pernyataan yang harus dijawab oleh responden guna mendapatkan data penelitian terhadap kuesioner tersebut dengan menggunakan skala likert. Skala likert memberikan nilai yang dibutuhkan peneliti yang menunjukkan beberapa pernyataan yang kemudian dijawab oleh responden dengan skala tersebut. Skala likert disediakan sebagai pilihan jawaban responden yang

dimana merupakan masyarakat di wilayah Karanggede dalam mengisi kuesioner yang terkait hubungan diskon, uang muka dan promosi terhadap tingkat penjualan. Berikut ini skala likert yang diberikan peneliti sebagai pilihan jawaban dari pernyataan kuesioner penelitian ini :

Tabel 3. 1. Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

F. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu hal yang memiliki nilai bermacam–macam. Menurut Sugiyono(2020), variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga peneliti akan mendapatkan informasi mengenai hal tersebut dan kemudian peneliti akan menarik kesimpulannya.

Penelitian ini memiliki empat variabel yang akan diuji keterkaitannya, dimana terdapat tiga variabel bebas yaitu : variabel diskon, variabel uang muka, dan variabel promosi, dan variabel terikatnya yaitu variabel tingkat penjualan. Definisi dari masing – masing variabel tersebut diantaranya sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Variabel Penelitian

Variabel	Pengertian	Skala Ukur
Penjualan (y)	Penjualan sebagai proses pembelian suatu barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak lain dengan mendapatkan imbalan uang, dan merupakan sumber pendapatan utama perusahaan (Sumiyati dan Yatimatun, 2021).	Likert 1 – 5
Diskon (x_1)	Menurut Tjiptono (2016), diskon adalah pengurangan harga yang diberikan penjual kepada pembeli sebagai ucapan terimakasih atas tindakan tertentu menarik pembeli.	Likert 1 – 5
Uang muka (x_2)	Uang muka adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh pembeli sebagai tanda jadi atau sebagai bagian dari harga barang yang dibeli (Kasmir, 2012).	Likert 1 – 5
Promosi (x_3)	Promosi adalah berbagai cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberitahukan atau menginformasikan, membujuk, atau mengajak dan mengingatkan pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu merek atau produk yang diciptakan oleh perusahaan (Ernawati, 2019).	Likert 1 – 5

Tabel 3. 3Pernyataan Yang Sesuai Dengan Indikator Setiap Variabel

No	Indikator	Pernyataan
Diskon		
1.	Besarnya diskon	Saya membeli produk Dealer Marcel Motor berdasarkan besarnya diskon yang diberikan.
2.	Waktu diskon	Saya membeli produk Dealer Marcel Motor ketika ada diskon.
3.	Jenis produk yang diberi diskon	Saya akan membeli produk Dealer Marcel Motor yang mendapatkan diskon.
Uang Muka		
1.	Persentase uang muka	Saya membeli produk Dealer Marcel Motor dengan pertimbangan tingkat persentase uang muka yang cukup rendah.
2.	Besaran uang muka	Besarnya uang muka yang ditetapkan Dealer Marcel Motor cukup terjangkau.
Promosi		
1.	Periklanan	Saya mengetahui produk Marcel Motor melalui berbagai promosi.
2.	Promosi penjualan	Promosi yang dilakukan Dealer Marcel Motor menarik perhatian saya untuk membeli produk.
3.	Penjualan perseorangan	Informasi yang diberikan dalam promosi sesuai dengan kenyataan produk.
4.	Hubungan masyarakat	Promosi yang ditawarkan Dealer Marcel Motor meningkatkan minat saya untuk membeli motor.
5.	Penjualan langsung dan tak langsung	Penjualan langsung yang melibatkan interaksi langsung dan penjualan tidak langsung menggunakan media iklan untuk memperkenalkan produk.
Penjualan		
1.	Mencapai volume penjualan	Produk yang dijual Dealer Marcel Motor mampu mencapai target penjualan setiap bulan nya.
2.	Meningkatkan laba	Dealer Marcel Motor dalam kegiatan penjualan mampu memperoleh keuntungan yang menjanjikan.
3.	Menunjang pertumbuhan	Dealer Marcel Motor mampu mempertahankan kestabilan aktiva dan laba melalui penjualan produknya.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses akhir dari kegiatan penelitian yang memiliki tujuan untuk menjawab pertanyaan, membuktikan hipotesis yang ada dan menjelaskan fenomena yang menjadi latar belakang penelitian (Darmanah, 2019).

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh variabel bebas (diskon, uang muka dan promosi) terhadap variabel terikat (tingkat penjualan). Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan software SPSS versi 24 for windows.

Penelitian ini akan menggunakan beberapa metode pengujian seperti, Uji Statistik Deskriptif, Uji Instrumen Data (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas), Uji Ketepatan Model (Uji Koefisien Determinasi, Uji Simultan), Analisis Regresi Linier berganda, dan Uji Hipotesis (Uji t).

1. Uji Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2022), analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan uji analisis statistik deskriptif. Dimana analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara

mengelompokkan, menetapkan nilai, dan fungsi statistik menggunakan berbagai format tabel. Tujuan utama statistik deskriptif adalah untuk memudahkan orang membaca data dan memahami maksud data tersebut (Gani & Amalia, 2014).

2. Uji Instrumen Data

Uji instrumen data adalah serangkaian metode yang digunakan untuk menilai kualitas instrumen dalam sebuah penelitian. Uji validitas dan uji reliabilitas merupakan pengujian yang akan digunakan dalam uji instrumen data. Kedua metode ini dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen tersebut layak digunakan dalam penelitian. instrumen penelitian yang akan digunakan adalah kuisisioner.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuisisioner sebagai instrumen yang digunakan selama pengumpulan data dikatakan valid. Untuk memeriksa validitas menurut Sugiyono (2022), menunjukkan tingkat akurasi antara data yang sebenarnya terjadi pada subjek dan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mengetahui validitas suatu item, dengan menghitung korelasi antara skor tiap item dengan skor total item. Jika korelasi masing – masing faktor positif dan besarnya 0,3 atau lebih, maka faktor tersebut merupakan alat ukur yang kuat dengan nilai struktural yang baik, tetapi jika nilai korelasinya kurang dari 0,3 maka entri tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila sebuah instrumen digunakan berulang kali terhadap kelompok subjek yang sama. Suatu kuisioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan maupun pernyataan yaitu konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada uji reliabilitas digunakan analisis Alpha Cronbach jika nilai Alpha Cronbach menunjukkan angka $> 0,7$ maka dapat disimpulkan bahwa kuisioner tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur (Ghozali, 2019).

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan yang perlu dipenuhi dalam analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu : uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Imam Gozhali, 2021). Uji normalitas dapat menggunakan uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (K-S). Dapat dikatakan terdistribusi normal jika statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test memiliki signifikansi $> 0,05$.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali,2018). Dalam pengamatan ini untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara Uji Harvey. Uji Harvey adalah meregresikan nilai *absolute residual* terhadap variabel independen (Ghozali,2018).

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali,2018).

- a) Jika nilai korelasi $> 0,80$ maka H_0 ditolak, sehingga ada masalah multikolinieritas.
- b) Jika nilai korelasi $< 0,80$ maka H_0 diterima, sehingga tidak ada masalah multikolinieritas.

4. Uji Ketepatan Model

Uji ketepatan model digunakan untuk mengetahui model yang dimuat layak atau tidak. Uji ketepatan model digunakan dalam penelitian ini ada 2, yaitu :

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Metode ini digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien

determinasi adalah antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel sangat terbatas karena R^2 memiliki kelemahan, yaitu terdapat bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambah satu variabel maka R^2 akan meningkat. Tidak bergantung pada apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, maka dalam penelitian ini menggunakan *adjustedR²*. Jika nilai *adjustedR²* semakin mendekati satu (1), maka semakin baik kemampuan model tersebut dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2018).

b. Uji Simultan

Uji simultan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui apakah hipotesis sebaiknya diterima atau ditolak maka akan dilakukan statistik uji F dengan tingkat signifikan 5% atau 0,05. Berikut adalah dasar pengambilan keputusan uji simultan dari pengujian hipotesis :

- a) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai *p-value* F-statistik $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel independen secara bersama – sama mempengaruhi variabel dependen.

- b) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai $p\text{-value}$ F-statistik $> 0,05$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima yang artinya variabel independen secara bersama – sama tidak mempengaruhi variabel dependen.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (x_1, x_2, x_3) dengan variabel dependen (y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing – masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau perubahan. Dikatakan regresi linier berganda, karena jumlah variabel bebas sebagai prediktor lebih dari satu. Analisis regresi linier berganda merupakan metode statistik yang paling banyak digunakan dalam penelitian – penelitian sosial, terutama penelitian ekonomi.

Adapun rumus persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

Y = variabel dependen (tingkat penjualan)

α = konstanta

$b_1 \ b_2 b_3$	= koefisiensi regresi
x_1	= diskon
x_2	= uang muka
x_3	= promosi
e	= <i>error term</i> , yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

6. Uji Hipotesis (Uji T)

Menurut Ghozali (2018), Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Untuk mengetahui apakah hipotesis sebaiknya diterima atau ditolak maka akan dilakukan statistik uji t dengan tingkat signifikansi 0,05. Dasar pengambilan keputusan tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Jika $t_{tabel} > t_{hitung}$ atau nilai probabilitas lebih dari 0,05 maka H_0 diterima atau H_a ditolak. Hal ini berarti menyatakan bahwa variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara individual terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$ atau nilai probabilitas kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Hal ini berarti menyatakan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan secara individual terhadap variabel dependen.