

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian menurut Sukiati dalam Desy Arum et.al (2023: 23) yang mengungkapkan bahwa ‘metode penelitian merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan sejumlah pengetahuan, juga merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan sejumlah pengetahuan, serta sebagai usaha yang sistematis dan terorganisasi’. Sugiyono dalam Desy Arum et.al (2023: 23) menyatakan bahwa ‘metodologi penelitian adalah serangkaian dari beberapa jenis metode yang digunakan dalam sebuah penelitian’.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan maksud untuk menggambarkan secara jelas objek yang diteliti maupun hasil yang diperoleh dari penelitian, dan penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan. Metode deskriptif memerlukan proses pengumpulan informasi melalui sampel penelitian.

“Penelitian deskriptif kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu , atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail” (Adi Sulisty Nugroho 2022: 23).

3.2 Definisi dan Operasional Variabel

3.2.1 Definisi Variabel

Suripto et.al (2025: 33) “variabel penelitian adalah elemen atau karakteristik yang diidentifikasi, diukur dan dianalisis dalam sebuah penelitian untuk memahami hubungan atau pengaruhnya terhadap variabel lain”.

Adapun variabel penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Independen (Variabel bebas) (X)

Adi Sulistyo et.all (2022: 65) variabel independen/bebas merupakan “variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

a. Biaya Promosi (X_1)

Menurut Yusnizal dalam Amelia et.al (2022: 29) menyatakan bahwa:

Semakin besar biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan, maka semakin besar pula volume penjualan yang akan diperoleh perusahaan terkait.

b. Biaya Distribusi (X_2)

Menurut Alma (2016 : 205) menyatakan bahwa “biaya distribusi yang dikeluarkan perusahaan bertujuan untuk memastikan produk sampai ke konsumen, dan keberhasilan distribusi tersebut akan tercermin pada tingkat penjualan”.

2. Variabel Dependen (Variabel terikat)

Adi Sulistyo et.all (2022: 65) variabel dependen merupakan “variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Penjualan (Y). Menurut Intan Rahma Sari et. al. (2023: 107) mengungkapkan bahwa “penjualan merupakan kegiatan atau proses menjual produk atau layanan kepada pelanggan dengan tujuan mendapatkan pendapatan atau keuntungan”.

3.2.2 Operasional variabel

Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan terdapat tiga operasionalisasi dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 1

Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
1. Variabel Independen (X1): <i>Biaya Promosi</i>	biaya promosi merupakan sejumlah dana yang dikucurkan perusahaan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan (Henry Simamora dalam Darya 2019: 24).	1. Penjualan Pribadi 2. Iklan 3. Publikasi 4. Penyalur a. Display b. Pertunjukan c. Pameran d. Kupon Kontes (Setiyaningsih 2015: 233)	Rasio

2. Variabel Independen (X2): <i>Biaya Distribusi</i>	Biaya distribusi adalah biaya yang terkait dengan pengiriman produk dari gudang ke konsumen akhir. Biaya ini mencakup biaya transportasi, pergudangan, dan biaya lain yang terkait dengan logistik dan distribusi barang. Distribusi yang efektif dan efisien akan memastikan bahwa produk sampai ke konsumen dengan biaya minimal dan dalam waktu yang tepat (Indah 2024 : 146–147).	1. Biaya pengiriman 2. Biaya gudang 3. Biaya persediaan 4. Biaya pemrosesan pesanan 5. Biaya layanan pelanggan (Kotler dan Keller 2016 : 482–484)	Rasio
3. Variabel Dependen (Y): <i>Penjualan</i>	penjualan merupakan kegiatan atau proses menjual produk atau layanan kepada pelanggan dengan tujuan	Jumlah produk yang terjual dari tahun 2014-2023	Rasio

	mendapatkan pendapatan atau keuntungan (Intan et.al 2023: 107).		
--	--	--	--

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, menurut Endah Saptutyingsih (2020: 97) “data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna”.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dan dilengkapi data dari media internet seperti jurnal mengenai biaya Promosi, Biaya Distribusi, dan Penjualan.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Suripto et.al (2025 : 36) menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data adalah proses sistematis untuk memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian, yang digunakan sebagai dasar untuk menganalisis dan menarik kesimpulan.

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi

Metode observasi dalam penelitian ini adalah observasi dokumenter yaitu melakukan pengamatan tidak langsung terhadap laporan data

laporan keuangan PT Siantar Top Tbk. Yang terdapat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015 sampai dengan 2023.

2. Studi Kepustakaan

Metode ini dilakukan untuk memperoleh tinjauan pustaka yang tepat. Dengan demikian peneliti membaca, mengutip, mempelajari dan menganalisis dari berbagai sumber buku-buku literatur, jurnal penelitian dan skripsi yang berhubungan dengan penelitian.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi dalam penelitian ini yaitu dengan cara mengambil data laporan keuangan PT Siantar Top Tbk. Yang terdapat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015 sampai dengan 2023 melalui Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis.

3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan data berupa angka yang dapat dihitung dan diukur, serta dianalisis secara statistik. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memberikan makna pada data yang telah dikumpulkan, sehingga dapat menjelaskan secara jelas apa yang ingin disampaikan dalam penelitian ini.

Menurut Adi Sulistyio et.al (2022: 71) yang dimaksud dengan analisis data adalah “kegiatan menghitung data agar dapat disajikan secara sistematis dan dapat dilakukan interpretasi”.

Dalam ketelitian dan ketepatan dalam memilih alat analisis sangat mempengaruhi keakuratan kesimpulan. Karena dalam menentukan analisis data,

diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya yang nantinya dapat dipergunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami, dibaca dan ditafsirkan.

3.4.1 Analisis Pengaruh Biaya Promosi terhadap Penjualan

1. Uji Koefisien Korelasi Sederhana

Data yang telah diolah dianalisis menggunakan teknik analisis koefisien korelasi, yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kekuatan hubungan antara dua variabel yang diteliti, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

Untuk mengetahui korelasi dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi Person Product Moment (r), dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{x_1y} = \frac{n \sum X_1 Y - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{x_1y} = Koefisien korelasi biaya promosi dengan penjualan

X_1 = Variabel independen biaya promosi yang memengaruhi

Y = Variabel dependen (penjualan) yang diprediksi

n = Variabel dependen (penjualan) yang diprediksi

Untuk memberikan besarnya koefisien korelasi yang ditemukan

tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Lemah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

2. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Adi Sulisty (2022 : 141) analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berikut adalah rumus koefisiensi determinasi:

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

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien korelasi dikuadratkan

3. Uji t (Uji Hipotesis atau Uji Signifikan)

Uji statistik digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan secara parsial dan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang

signifikan atau tidak signifikan terhadap variabel dependen, dalam pengujian tersebut digunakan uji t dan koefisien korelasi masing-masing variabel independen dengan membandingkan t hitung dan t tabel. Untuk mengetahui signifikansi maka digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

- t = Tingkat signifikan (t hitung) yang selanjutnya dibandingkan dengan t tabel
- r = Nilai koefisien korelasi
- n = Sembilan tahun

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05. Adapun kriteria pengujian adalah:

1. Jika t hitung > t tabel, maka hipotesis diterima, artinya berpengaruh signifikan.
2. Jika t hitung lebih kecil < t tabel, maka hipotesis ditolak, artinya tidak berpengaruh signifikan.

3.4.2 Analisis Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Penjualan

1. Uji Koefisien Korelasi Sederhana

Hasil pengolahan data dianalisis dengan menggunakan analisis koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara dua variabel yang diteliti yaitu variabel independen dengan variabel dependen.

Untuk mengetahui korelasi dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Person Product Moment* (r), dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{x_2y} = \frac{n \sum X_2Y - (\sum X_2)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X_2^2 - (\sum X_2)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{x_2y} = Koefisien korelasi biaya promosi dengan penjualan

X_2 = Variabel independen biaya promosi yang memengaruhi

Y = Variabel dependen (penjualan) yang diprediksi

n = Variabel dependen (penjualan) yang diprediksi

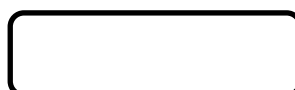
Untuk memberikan besarnya koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera dalam tabel sebagai berikut: Tabel 3. 3

Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Lemah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

2. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Sudjana dalam Munandar (2022 : 42) adalah koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh antar variabel independen terhadap dependen”. Berikut adalah rumus koefisien



determinasi:

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

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien korelasi dikuadratkan

3. Uji t (Uji Hipotesis atau Uji Signifikan)

Uji statistik digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan secara parsial dan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan terhadap variabel dependen, dalam pengujian tersebut digunakan uji t dan koefisien korelasi masing-masing variabel independen dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Untuk mengetahui signifikansi maka digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

t = Tingkat signifikan (t hitung) yang selanjutnya dibandingkan dengan t tabel

r = Nilai koefisien korelasi

n = Sembilan tahun

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05. Adapun kriteria pengujian yaitu:

1. Jika t hitung > t tabel, maka hipotesis diterima, artinya berpengaruh

signifikan.

2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis ditolak, artinya tidak berpengaruh signifikan.

3.4.3 Analisis Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Penjualan

1. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Koefisien korelasi berganda digunakan untuk mencari besarnya hubungan dua variabel independen secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen.

Dalam hal ini koefisien berganda digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara Biaya Promosi dan Biaya distribusi dengan Penjualan. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Koefisien korelasi dengan dua variabel independen adalah:

$$R_{X_1X_2Y} = \sqrt{\frac{(rx_{1y})^2 + (rx_{2y})^2 - 2(rx_{1y})(rx_{2y})(rx_{1x_2})}{1 - (rx_{1x_2})^2}}$$

Keterangan:

$R_{X_1X_2Y}$ = Korelasi variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

rx_{1y} = Korelasi sederhana (product moment person) antara X_1 dengan Y

r_{x_2y} = Korelasi sederhana (product moment person) antara X_2 dengan Y

$r_{x_1x_2}$ = Korelasi sederhana (product moment person) antara X_1 dengan X_2

Tabel 3. 4

Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat lemah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

2. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh antar biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan.

Rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien korelasi dikuadratkan

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama (simultan) perubahan variabel independen terhadap perubahan variabel dependen.

Model regresi linear yang berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

Y = Penjualan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi

X_1 = Biaya promosi

X_2 = Biaya Distribusi

Dimana:

$$\alpha = \frac{\sum Y}{n} - \beta_1 \left(\frac{\sum x_1}{n} \right) - \beta_2 \left(\frac{\sum x_2}{n} \right)$$

$$\beta_1 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$\beta_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_1 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

4. Uji F (Uji Hipotesis atau Uji Signifikan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Dalam penelitian pengajuan hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk

menguji variabel bebas (Biaya Promosi dan Biaya Distribusi) terhadap variabel terikat (Penjualan) signifikan atau tidak signifikan. Pengujian signifikan terhadap regresi linier ganda dapat menggunakan uji F dengan rumus:

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

Keterangan:

F = Besarnya F hitung

R^2 = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Sembilan tahun

Kaidah Penguji Signifikan:

1. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka Hipotesis diterima artinya berpengaruh signifikan.
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka Hipotesis ditolak artinya tidak berpengaruh signifikan.

3.5 Tempat dan Waktu Penelitian

3.5.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan PT Siantar Top Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2023 melalui Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GIBEI) Universitas Galuh.

3.5.2 Waktu Penelitian

Tabel 3. 5
Waktu Penelitian

Kegiatan	2023		2025											
	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agus	Sept	Okt	Nov	Des

