

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:13) yang dimaksud metode kuantitatif adalah: “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang ditetapkan”. Adapun penelitian kausal adalah suatu penelitian dilakukan menguji apakah satu atau beberapa variabel menyebabkan terjadinya perubahan variabel lain (Sekaran & Bougie, 2013:98).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sekumpulan objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan peneliti melalui kriteria tertentu untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi terdiri dari manusia orang, file-file atau dokumen-dokumen yang dapat dipandang sebagai objek penelitian. Berdasarkan uraian di atas, maka sesuai dengan judul skripsi, yang menjadi populasi penelitian adalah bagian-bagian yang terkait dengan efisiensi biaya pemasaran dan perolehan laba. Populasi dalam penelitian ini adalah biaya promosi, biaya produksi, volume penjualan dan laba bersih Perusahaan Food and Beverages yang listing di BEI

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* (pengambilan sampel secara acak) dan *nonprobability sampling* (pengambilan sampel bersifat tidak acak). Metode pengambilan sampel secara acak (*probability sampling*) meliputi *simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random* dan *area random*, sedangkan metode pengambilan sampel yang bersifat tidak acak (*nonprobability sampling*) meliputi, *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling aksidental*, *purposive sampling*, *sampling jenuh* dan *snowball sampling*.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini tidak digunakan, karena jumlah populasi dalam penelitian ini sama dengan jumlah sampel yang diambil, dengan maksud supaya lebih representatif. Pada prinsipnya ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil untuk melaksanakan penelitian. Besarnya sampel yang diambil dapat dilakukan secara statistik ataupun berdasarkan estimasi penelitian.

Pertimbangan penentuan sampel dalam penelitian ini meliputi:

1. Data yang diambil merupakan laporan keuangan triwulan Perusahaan Food and Beverages yang listing di BEI selama tahun 2014-2019.
2. Data yang diambil merupakan data yang sudah diaudit.
3. Data yang diambil merupakan laporan keuangan Perusahaan Food and Beverages yang listing di BEI pada periode 2014-2019 yang dijadikan sampel, sebab pada periode tersebut terdapat fenomena yang menyebabkan penelitian ini dilakukan.

3.3 Variabel, Operasionalisasi dan Pengukuran

Variabel merupakan gejala yang menjadi fokus peneliti untuk diamati, variabel itu sebagai atribut dari sekelompok orang atau objek yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya dalam kelompok itu. Kelompok ini akan bervariasi bila terjadi pada sekelompok orang atau objek yang diambil secara random.

Dengan mengamati secara seksama banyak parameter tertentu yang berkaitan erat dengan masalah yang diteliti sehingga untuk data yang diperoleh dapat menunjang penyusunan laporan penelitian. Data tersebut selanjutnya diolah, dianalisa dan diproses dengan bantuan berupa dasar-dasar teori yang telah dipelajari sebelumnya. Dari objek tersebut ditarik kesimpulan secara umum mengenai masalah yang diteliti.

Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, input, prediktor atau variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat). Jadi variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi.

2. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel respon, output, atau variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Sesuai dengan judul skripsi yang dipilih terdapat dua variabel yaitu: Biaya Produksi (X1) dan Biaya pemasaran (X2) sebagai variabel independen. Pencapaian laba bersih (Y) sebagai variabel dependen.

a. Biaya pemasaran

Biaya pemasaran merupakan penjumlahan dari seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosi barang atau produknya. Adapun empat indikator yang dapat digunakan untuk menentukan biaya pemasaran menurut Kotler (2015: 23), yaitu:

- 1) Biaya periklanan (*advertising*), yaitu biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan proses komunikasi massa yang melibatkan sponsor tertentu.
- 2) Biaya pemasaran penjualan (*sales promotion*), yaitu biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan promosi yang tidak termasuk dalam periklanan, publisitas dan penjualan pribadi.
- 3) Biaya publisitas, yaitu biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam mempublikasikan produk (barang dan jasa) termasuk didalamnya biaya perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian agar produk yang dipublikasikan diterima konsumen.
- 4) Biaya *personal selling*, yaitu biaya yang digunakan untuk pelaksanaan aktivitas dalam mempengaruhi para pembeli untuk dapat membeli produk yang ditawarkan.

b. Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (2014: 16), biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan bahan baku menjadi produk, yang

digunakan untuk menghitung biaya produk jadi dan biaya produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses. Biaya dapat diperoleh dari hasil penjumlahan ketiga indikator sebagai berikut:

- 1) Biaya bahan baku, yaitu bahan langsung yang menjadi bagian tak terpisahkan dari produk jadi dan dapat ditelusuri secara fisik dan mudah ke produk tersebut.
- 2) Biaya tenaga kerja langsung, yaitu biaya yang dikeluarkan kepada tenaga manusia yang bekerja langsung mengolah produk.
- 3) Biaya *overhead* pabrik, yaitu terdiri atas semua biaya manufaktur yang tidak ditelusuri secara langsung ke output tertentu. *Overhead* pabrik biasanya memasukkan semua biaya manufaktur kecuali bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung.

c. Laba Bersih

Menurut Soemarso (2014: 234) laba bersih adalah selisih lebih semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua beban dan kerugian. Adapun tiga komponen laba bersih sebagai berikut:

- 1) Pendapatan, yaitu jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitas penjualan barang atau jasa kepada konsumen.
- 2) Beban, yaitu pengurangan dari pendapatan yang akan menghasilkan laba bersih sebelum pajak dalam laporan laba rugi.
- 3) Pajak, yaitu kontribusi wajib kepada negara yang bersifat memaksa dan diatur berdasarkan undang-undang.

Dalam penelitian kuantitatif biasanya penelitian melakukan pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrumen penelitian. Setelah itu peneliti melanjutkan analisis untuk mencari hubungan satu variabel dengan variabel yang lain.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Langkah yang paling utama dalam melakukan penelitian adalah pengumpulan data. Sebab, tujuan utama dalam penelitian ini adalah mendapatkan data. Data atau informasi dapat diperoleh langsung dari sumbernya oleh peneliti atau didapat dari dokumen-dokumen yang terkumpul.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan studi pustaka yang dilakukan oleh peneliti dalam rangka mengumpulkan data yang dipergunakan berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini terdiri dari data biaya promosi, biaya produksi, volume penjualan, laba bersih Perusahaan Food and Beverages yang listing di BEI selama tahun 2014-2019.

3.5 Analisis Data

Dalam penelitian ini, ingin diketahui ada tidaknya hubungan antara peubah-peubah bebas dengan peubah terikat dengan menggunakan analisis korelasi berganda, korelasi parsial dan regresi berganda.

a. Asumsi Klasik

1) Uji *Multikolinearity*

Uji multikolinearity dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara peubah bebas (independen). “Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara peubah bebas, jika peubah bebas saling berkorelasi maka peubah-variabel ini tidak ortogonal” (Gozali, 2015:56). Untuk mengetahui ada tidaknya *multikolinearity* dalam suatu model regresi dapat dilihat dari beberapa kondisi yang harus dipenuhi sebagai berikut (Gozali,2015:56):

- a) *Multikolinearity* terjadi bila nilai VIF (*varian inflating factor*) lebih besar dari 10.
- b) *Multikolinearity* terjadi bila nilai *tolerance* yang diperoleh dari hasil perhitungan kurang dari 0,1.

2) Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah kondisi dimana terdapat korelasi antara variabel error suatu pengamatan dengan variabel error pengamatan yang lain. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi dalam suatu persamaan, dapat dilihat dari nilai Durbin-Watson test dengan hipotesa (Gozali, 2015:61):

Ho: Tidak ada autokorelasi baik positif maupun negatif

Ha: Terdapat autokorelasi baik positif maupun negatif, dimana bila:

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi:

- Bila nilai DW terletak diantara batas atas atau *upper bound* (du) dan ($4-du$) maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- Bila nilai DW lebih rendah daripada batas atas atau *lower bound* (dl) maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada dengan nol, berarti ada autokorelasi positif.
- Bila nilai DW lebih besar daripada ($4-dl$), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- Bila nilai DW terletak di antara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara ($4-du$) dan ($4-dl$), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3) Normalitas

“Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, peubah terikat dan peubah bebas keduanya mempunyai distribusi normal atautakah tidak” (Gozali, 2015:76). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Metode yang digunakan adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4) Uji Heterokedastisitas

“Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi yang ditemukan terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain” (Gozali, 2015:70). Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heterokedastisitas pada model regresi menurut Gozali, 2015:70) adalah: Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat dan tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized.

Pengertian di atas menjelaskan bahwa jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit atau membentuk bentuk yang lain), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

b. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh peubah bebas terhadap peubah terikat. Hasil analisis ini dapat digunakan untuk membuktikan Hipotesis II yang menyatakan bahwa biaya produksi (X_1),

biaya pemasaran (X_2) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap laba bersih (Y). Bentuk persamaan yang digunakan:

$$Y' = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k \text{ (Sudjana, 2014:69)}$$

Keterangan:

Y : peubah terikat
 X_1, X_2 : peubah bebas
 $b_1, b_2,$: koefisien regresi

c. Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2013:97) koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

d. Uji Hipotesis

Uji t

Selanjutnya untuk pengujian signifikansi koefisien regresi secara individual digunakan pendekatan t dengan formula sebagai berikut:

$$t = \frac{b_i}{S_{b_i}} \text{ (Sudjana, 2014:111)}$$

Keterangan:

b_i : Koefisien regresi
 S_{b_i} : Standar error

Adapun hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut:

$H_0: b_1, b_2 = 0$ berarti masing-masing peubah x_i tidak berpengaruh terhadap peubah y)

$H_0: b_1, b_2 > 0$ berarti masing-masing peubah x_i berpengaruh positif terhadap peubah y)

Dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

$t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) di tolak

$t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) diterima