

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Menurut Sugiyono (2017:7) kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini bersifat kausal karena penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap laba yang dimediasi volume penjualan.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengusaha sarung tenun ATBM yang berlokasi di Dusun Jambu Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah 54 data yang diperoleh dari 18 pengusaha

sarung ATBM di Dusun Jambu dalam siklus operasional selama tiga tahun yaitu dari tahun 2017 sampai tahun 2019.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan data panel yaitu kombinasi antara data silang tempat (*cross section*) dengan data runtut waktu (*time series*) (Gujarati, 2010:237). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan sampel jenuh yang mana semua data diambil dari pengusaha sarung ATBM di Dusun Jambu dengan siklus operasional secara berturut-turut selama tiga tahun yaitu 2017-2019. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh sebanyak 54 data dari 18 pengusaha sarung ATBM. Penelitian ini dilakukan tiga kali observasi yaitu tahun 2017 sampai dengan tahun 2019. Sehingga jumlah data dari pengusaha sarung ATBM yang diamati dalam penelitian ini sebanyak 54 data pengusaha sarung ATBM.

3.4 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Identifikasi Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dengan memahami fenomena yang diteliti maka variabel yang ada di dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas (*independent variabel*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent*) (Sugiyono 2017:39). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Harga (X).

2. Variabel terikat (*dependent variabel*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono 2017:39). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Laba (Y).
3. Variabel mediasi (*intervening variabel*) adalah variabel yang menjadi perantara antara variabel independent dengan variabel dependen. (Sugiyono 2017:39). Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah Volume Penjualan (Z).

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional digunakan untuk memahami lebih mendalam mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini baik berdasarkan teori atau pengalaman-pengalaman empiris. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dipertimbangkan untuk dikeluarkan oleh konsumen bisnis untuk mendapatkan setiap satuan sarung ATBM dari hasil produksi pengusaha sarung ATBM di Dusun Jambu. Adapun indikator harga yang dipakai dalam penelitian ini adalah data harga sarung ATBM pada pengusaha sarung ATBM di Dusun Jambu dalam jangka waktu tiga tahun terakhir, yaitu data tahun 2017-2019. Nilai harga dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Harga Per Unit} = \text{biaya yang berkaitan langsung dengan volume (per unit)} + \text{persentase mark-up}$$

2. Variabel Terikat

Laba merupakan hasil dari pendapatan yang telah dikurangi oleh biaya-biaya yang sudah dikeluarkan untuk proses produksi sarung ATBM oleh pengusaha sarung ATBM di Dusun Jambu. Adapun indikator laba yang dipakai dalam penelitian ini adalah data laba sarung ATBM pada pengusaha sarung ATBM di Dusun Jambu dalam jangka waktu tiga tahun terakhir, yaitu data tahun 2017-2019. Nilai laba dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Laba} = \text{TR} - \text{TC}$$

3. Variabel Mediasi

Volume Penjualan adalah jumlah sarung ATBM yang dapat dijual kepada konsumen bisnis. Adapun indikator yang dipakai dalam penelitian ini adalah penjualan sarung ATBM pada pengusaha sarung ATBM di Dusun Jambu dalam jangka waktu tiga tahun terakhir, yaitu data tahun 2017-2019. Nilai volume penjualan dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Volume Penjualan} = \text{Jumlah Unit Produk yang Terjual}$$

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer. Menurut Sugiyono (2017:225) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data primer diperoleh dari wawancara ke pengusaha sarung ATBM di Dusun Jambu.

3.5.2 Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data laporan keuangan oleh 18 pengusaha sarung ATBM di Dusun Jambu setiap tahunnya pada periode 2017-2019 yang diperoleh peneliti melalui wawancara.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara. Wawancara merupakan interaksi secara langsung antara dua orang atau lebih dengan cara tanya jawab untuk bertukar ide dan informasi (Sugiyono, 2017:240). Metode wawancara yang dilakukan yang berkaitan dengan penelitian ini dalam bentuk tanya jawab kepada narasumber yaitu pengusaha sarung ATBM di Dusun Jambu.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) untuk menguji pengaruh dari variabel bebas (Harga) terhadap variabel terikat (Laba) dengan menggunakan variabel mediasi (Volume Penjualan). Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Sebelum melakukan uji analisis jalur dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu yang digunakan untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Uji asumsi klasik ini bertujuan untuk menguji asumsi yang harus dipenuhi dalam analisis regresi, yaitu terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

3.7.1 Uji Asumsi Klasik

3.7.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya apakah mempunyai kontribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik harus mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Menurut Ghozali (2016:154) ada dua cara yang digunakan untuk mendeteksi apakah berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorov Smirnov (K-S) dilakukan dengan membuat hipotesis:

1. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $\geq 0,05$ data berdistribusi normal
2. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $\leq 0,05$ data tidak berdistribusi normal

3.7.1.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016:103) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*Independen*). Model korelasi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dengan membuat hipotesis:

1. *Tolerance value* $< 0,10$ atau *VIF* > 10 : terjadi multikolinearitas
2. *Tolerance value* $> 0,10$ atau *VIF* < 10 : tidak terjadi multikolinearitas

3.7.1.3 Uji Autokorelasi

Menurut Ghazali (2016:107) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode $t-1$ sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

Pada penelitian ini menggunakan Uji Run Test. Uji Run Test digunakan untuk mengetahui apakah antar residual terjadi korelasi yang tinggi. Dan jika terdapat hubungan korelasi, maka residual random atau acak. Dengan hipotesis sebagai dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016:107):

1. Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $< 0,05$ maka terjadi autokorelasi
2. Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $> 0,05$ maka tidak terjadi autokorelasi

3.7.1.4 Uji Heteroskedastisitas

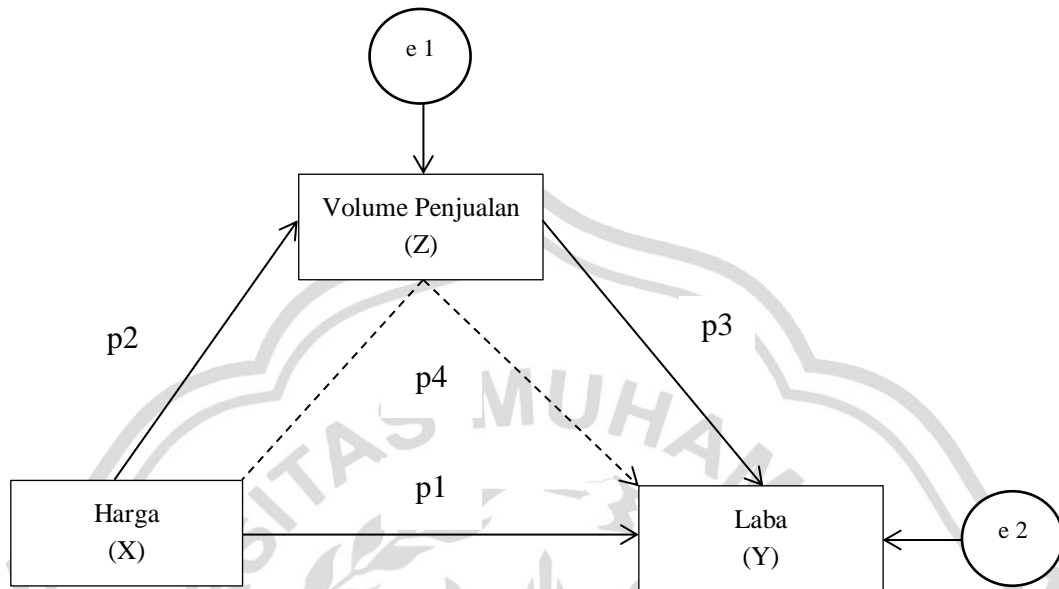
Menurut Ghazali (2016:134), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui residual absolute sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Penelitian ini menggunakan Uji Gletser dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai *Sig* variabel *independent* $< 0,05$: terjadi heteroskedastisitas
2. Jika nilai *Sig* variabel *independent* $> 0,05$: tidak terjadi heteroskedastisitas

3.7.2 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Pada penelitian ini analisis jalur (*path analysis*) digunakan untuk menganalisis pengaruh langsung antara harga terhadap laba dan pengaruh tidak langsung antara

harga terhadap laba melalui volume penjualan pengusaha sarung ATBM di Dusun Jambu. Model penelitian yang dapat dijadikan pedoman analisis jalur adalah:



Gambar 3.6 Analisis Jalur

Diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Z = BX \dots \dots \dots \text{Substruktural (1)}$$

$$Y = BX + BZ \dots \dots \dots \text{Substruktural (2)}$$

Dimana :
 Y : Variabel Terikat
 X : Variabel Bebas
 Z : Variabel Mediasi
 p : Koefisien Jalur (path coefficient)
 e : error

3.7.3 Uji Hipotesis

3.7.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji kelayakan model pada penelitian ini menggunakan Uji Koefisien Determinasi (R²). Koefisien Determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh

kemampuan model dalam menerangkan variasi 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 variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:83).

3.7.3.2 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2016:171), uji statistik t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Kriteria dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Nilai Sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh signifikan.
2. Nilai Sig $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak ada pengaruh signifikan.

H_0 : $p_1, p_2, p_3 = 0$ (tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap laba, harga terhadap volume penjualan dan volume penjualan terhadap laba).

H_a : $p_1, p_2, p_3 \neq 0$ (terdapat pengaruh antara harga terhadap laba, harga terhadap volume penjualan dan volume penjualan terhadap laba).

3.7.3.3 Uji Sobel

Uji Sobel dilakukan untuk mengetahui kekuatan pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z. Besarnya standard error pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) dapat dihitung dengan rumus dibawah ini:

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 S_{a^2} + a^2 S_{b^2} + S_{a^2} S_{b^2}}$$

Untuk menghitung nilai t dari pengaruh tidak langsung, dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{s_{ab}}$$

Nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t tabel apabila nilai t hitung > nilai t tabel maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh mediasi. (Ghozali, 2016:236).

