

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian dirancang melalui langkah-langkah penelitian dari mulai operasionalisasi variabel, penentuan jenis dan sumber data, metode pengumpulan data atau survei, model penelitian diakhiri dengan merancang analisis data dan pengujian hipotesis.

Dalam melakukan penelitian dibutuhkan adanya suatu metode, cara atau taktik sebagai langkah-langkah yang harus ditempuh oleh seorang peneliti dalam memecahkan suatu permasalahan untuk mencapai suatu tujuan. Adapun metode yang penulis gunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2012 : 5) pengertian dari metode penelitian adalah sebagai berikut :

“Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”.

Dengan metode ini penulis bermaksud mengumpulkan data historis dan mengamati secara saksama mengenai aspek-aspek tertentu yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti oleh penulis sehingga akan memperoleh data-data yang dapat mendukung penyusunan laporan penelitian. Data-data yang diperoleh tersebut kemudian diproses dan dianalisis lebih lanjut dengan dasar teori yang telah

dipelajari sehingga memperoleh gambaran mengenai objek tersebut dan dapat ditarik kesimpulan mengenai masalah yang diteliti.

3.1.1 Objek Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto (2005:29), “Objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian.”

Objek penelitian yang diteliti oleh penulis adalah pengaruh penerapan prosedur penjualan dan manfaat anggaran penjualan terhadap efektivitas penjualan.

Menurut Suharsimi Arikunto (2005:116):

“Subjek penelitian adalah benda, hal, atau orang tempat data untuk variabel penelitian.”

Subjek penelitian yang diteliti adalah industri pupuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu, PT. Pupuk Kujang yang berada di wilayah Cikampek.

3.1.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan penulis dalam penyusunan skripsi ini adalah pendekatan deskriptif dan pendekatan asosiatif, karena adanya variabel-variabel yang akan ditelaah hubungannya serta bertujuan untuk menyajikan gambaran secara terstruktur, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara variabel yang akan diteliti, prosedur penjualan dan manfaat anggaran penjualan terhadap efektivitas penjualan.

Menurut Sugiyono (2015 : 53) pengertian deskriptif adalah :

“Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena kalau variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen”.

Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif akan digunakan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan mengenai prosedur penjualan, manfaat anggaran penjualan dan efektivitas penjualan. Pengertian asosiatif menurut Sugiyono (2012 : 55) adalah :

“Penelitian asosiatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih”.

Pendekatan asosiatif ini digunakan penulis untuk mengetahui dan menguji ada atau tidaknya pengaruh antara penerapan prosedur penjualan dan manfaat anggaran penjualan terhadap efektivitas penjualan.

3.1.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam sebuah penelitian. Penelitian ini pada dasarnya adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena-fenomena sosial, maka dalam penelitian ini harus ada alat yang tepat. Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Instrumen yang digunakan adalah dengan menggunakan observasi, wawancara, dan kuesioner metode tertutup, dimana kemungkinan

pilihan jawaban sudah ditentukan terlebih dahulu dan responden tidak diberikan alternatif jawaban lain.

- b. Indikator – Indikator untuk kedua variabel tersebut kemudian dijabarkan oleh penulis menjadi sejumlah pernyataan sehingga diperoleh data kualitatif. Data ini akan dianalisis dengan pendekatan kuantitatif menggunakan analisis statistik. Sedangkan teknik ukuran yang digunakan yaitu teknik *Skala Likert* atau skala sikap. Pengertian *Skala Likert* menurut Sugiyono (2009:93) adalah, “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.” Dalam skala sikap ini, responden menyatakan persetujuannya dan ketidaksetujuannya terhadap sejumlah pernyataan yang berhubungan dengan obyek yang di teliti.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012 : 59) menjelaskan mengenai pengertian dari variabel yaitu :

“Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrumen penelitian. Setelah itu penulis akan

melanjutkan analisis untuk mencari pengaruh suatu variabel dengan variabel lain. Menurut Sugiyono (2010:30), berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lain, maka variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predicator, antecedent. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) adalah Penerapan Prosedur Penjualan (X_1) dan Manfaat Anggaran Penjualan (X_2).

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas sesuai dengan masalah yang akan diteliti maka yang akan menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah Efektivitas Penjualan (Y).

3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian menjadi konsep, dimensi, indikator dan ukuran yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel lainnya. Disamping itu, tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini.

Berikut adalah operasionalisasi variabel dari penelitian ini:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran	No. Kuesioner
Prosedur Penjualan (X1)	Prosedur penjualan adalah urutan kegiatan sejak diterimanya pesanan dari pembelian, pengiriman barang pembuatan faktur (penagihan), dan pencatatan penjualan, Baridwan (2009:109)	Fungsi-fungsi yang terlibat pada Prosedur Penjualan: 1. Pemrosesan order pelanggan (<i>Processing customers orders</i>)	a. Pencatatan order dari pelanggan b. Klasifikasi jenis dan jumlah barang saat pencatatan	Ordinal	1-2
		2. Persetujuan penjualan secara kredit (<i>Grantings credits</i>)	a. Transaksi penjualan diotorisasi oleh yang berwenang b. Kelengkapan dokumen saat pencatatan transaksi penjualan	Ordinal	3-4

		3. Pengiriman barang (<i>Shipping goods</i>)	a. Pengakuan penjualan saat barang dikirimkan b. Nota pengiriman disiapkan saat barang dikirimkan	Ordinal	5-6
		4. Penagihan ke pelanggan dan pencatatan penjualan (<i>Billing customers and recording sales</i>)	a. Tepat waktu saat penagihan b. Memperhitungkan ongkos angkut, asuransi dan syarat pembayaran atas harga yang disepakati c. Pencatatan saat transaksi penjualan selesai	Ordinal	7-10
		5. Pemrosesan dan pencatatan penerimaan kas (<i>Processing and recording cash receipt</i>)	a. Penyetoran kas ke bank b. Penyetoran kas yang tepat waktu c. Setoran kas ke bank dicatat diberkas penerimaan kas d. Penyelewengan kas e. Transaksi penerimaan kas digunakan untuk membuat jurnal penerimaan kas	Ordinal	11-14

		6. Pemrosesan dan pencatatan retur dan pengurangan harga penjualan (Processing and recording sales return and allowance)	a. Kepuasan pelanggan atas barang yang diterima b. Pengurangan harga atas ketidakpuasan pelanggan c. Penggantian barang atas ketidakpuasan pelanggan d. Pencatatan retur dalam berkas transaksi kas e. Pembuatan nota kredit untuk pengembalian dan pengurangan harga	Ordinal	15-19
		7. Penghapusan piutang tak tertagih (Charging off uncollectible account receivable)	a. Penghapusan jumlah tagihan saat ada yang tidak tertagih b. Penghapusan piutang tak tertagih apabila pelanggan pailit	Ordinal	20-21
		8. Penyisihan piutang tak tertagih (Providing for bad debts)	a. Penyesuaian atas piutang tak tertagih untuk penyesuaian akhir periode b. Penyisihan	Ordinal	22-23

			piutang tak tertagih yang mencukupi atas perhitungan piutang tak tertagih		
Manfaat Anggaran Penjualan (X2)	Manfaat Anggaran Penjualan adalah untuk mengurangi ketidakpastian tentang pendapatan dimasa datang, memasukkan kebijakan dan keputusan manajemen ke dalam proses perencanaan, memberikan informasi penting berisi pembentukan elemen lain dari rencana laba yang menyeluruh, memudahkan pengendalian manajemen atas kegiatan penjualan yang	Manfaat Anggaran Penjualan: 1. Terdapatnya perencanaan terpadu	a. Anggaran penjualan berperan dalam perencanaan kegiatan penjualan b. Anggaran penjualan mempertimbangkan rencana jangka panjang	Ordinal	24-25
		2. Terdapatnya pedoman pelaksanaan kegiatan perusahaan	a. Anggaran penjualan dijadikan acuan dalam penyusunan anggaran b. Anggaran penjualan disusun paling awal dari anggaran lain c. Rencana kegiatan yang sesuai anggaran penjualan	Ordinal	26-28
		3. Terdapatnya alat koordinasi dalam perusahaan	a. Koordinasi bagian yang terlibat dalam kegiatan penjualan b. Pengaruh anggaran	Ordinal	29-30

	dilakukan, Welsch Hilton dan Gordon (2000:174)		penjualan terhadap koordinasi pada setiap bagian yang terlibat dalam kegiatan penjualan		
		4. Terdapatnya alat pengawasan yang baik	a. Anggaran penjualan sebagai alat bantu manajemen dalam pengawasan kegiatan penjualan b. Perbandingan anggaran penjualan dengan pelaksanaannya setelah kegiatan selesai	Ordinal	31-32
		5. Terdapatnya alat evaluasi kegiatan perusahaan	a. Evaluasi pada setiap kegiatan penjualan b. Anggaran penjualan sebagai alat evaluasi	Ordinal	33-34
Efektivitas Penjualan (Y)	Efektivitas penjualan adalah tingkat realisasi aktivitas-aktivitas penjualan yang direncanakan dan hasil-hasil yang diraih, Syahu Sugian (2006:77)	Tujuan umum perusahaan dalam kegiatan penjualan: 1. Mencapai Volume Penjualan	a. Peningkatan penjualan b. Peningkatan volume penjualan c. Kondisi pasar yang mempengaruhi penjualan d. Promosi untuk membantu peningkatan penjualan	Ordinal	35-42

			e. Saluran distribusi yang tepat f. Target penjualan minimum g. Penghapusan produk yang tak mencapai target minimum		
		2. Menetapkan Laba Tertentu	a. Penetapan laba sesuai target pasar yang dituju b. Kenaikan biaya penjualan diikuti dengan peningkatan laba perusahaan	Ordinal	43-44
		3. Menunjang Pertumbuhan Perusahaan	a. Peningkatan teknologi dan infrastruktur b. Realisasi penjualan menunjang pertumbuhan perusahaan	Ordinal	45-46

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Sugiyono (2012 : 115) menjelaskan mengenai pengertian populasi yaitu:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dari pengertian diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut.

Berdasarkan penelitian ini, yang menjadi sasaran populasi adalah karyawan yang berperan langsung dalam kegiatan penjualan pada Industri Pupuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di daerah Cikampek yaitu PT. Pupuk Kujang.

Berikut data jumlah karyawan pada bagian pemasaran:

Tabel 3.2

No	Keterangan Divisi	Jumlah Pegawai
1	Kompartemen Pemasaran	6 orang
2	Divisi Perencanaan dan Promosi	18 orang
3	Divisi Penjualan PSO / Subsidi	19 orang
4	Divisi Penjualan non PSO / non Subsidi	13 orang
Jumlah		56 orang

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut sugiyono (2012 : 116) pengertian sampel adalah sebagai berikut :

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Dalam penelitian ini dengan berpedoman pada Sugiyono (2009:100) yang menyatakan bahwa :

“Untuk berpedoman umum dapat dikatakan bahwa bila populasi dibawah 100orang maka dapat digunakan sampel 50% dan jika diatas 100 orang sebesar15%.”

Maka jumlah sampel yang diambil sebesar 50% dari jumlah populasi sebanyak 56 orang. Maka responden yang diambil adalah 28 orang berdasarkan perhitungan $50\% \times 56 \text{ orang} = 28 \text{ orang}$.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Sampling adalah suatu cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh, yaitu tidak mencakup seluruh objek penelitian (populasi) akan tetapi sebagian saja dari populasi.

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, penulis menggunakan metode *NonProbability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling*.

Menurut Sugiyono (2009:84), pengertian *NonProbability Sampling* adalah

“*Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota

populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling* sistematis, *kuota*, aksidental, *purposive*, jenuh, *snowball*.”

Sedangkan *purposive Sampling* menurut Sugiyono (2009:218) adalah :

“Teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan.”

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dengan kriteria yaitu : karyawan yang dijadikan responden adalah karyawan yang bekerja pada bagian pemasaran dengan masa kerja lebih dari 1 tahun. Pertimbangan ini didasari karena mereka merupakan individu yang cukup berpengalaman serta mengetahui kondisi perusahaan.

Maka sampel yang diambil adalah hanya yang berhubungan dengan data yang dibutuhkan sesuai dengan kriteria diatas, hal ini dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut ini :

Tabel 3.3
Kriteria Sampel Yang Bekerja Lebih Dari 1 Tahun

No	Keterangan Divisi	Jumlah Sample
1	Kompartemen Pemasaran	6 orang
2	Divisi Perencanaan dan Promosi	8 orang
3	Divisi Penjualan PSO / Subsidi	7 orang
4	Divisi Penjualan non PSO / non Subsidi	7 orang
Jumlah		28 orang

3.3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu :

➤ Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui :

a. Pengamatan (*Observation*)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara (*Interview*)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan para pegawai yang berwenang di lingkungan perusahaan untuk mengumpulkan data mengenai objek yang diteliti.

c. Kuesioner (*Questionnaire*)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Jenis kuesioner yang penulis gunakan adalah kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawabannya, adapun alasan penulis menggunakan kuesioner tertutup adalah :

- Kuesioner tertutup memberikan kemudahan kepada responden dalam memberikan jawaban.
- Kuesioner tertutup lebih praktis.

- Keterbatasan biaya dan waktu penelitian.

Dalam pengukurannya, setiap responden diminta pendapatnya mengenai suatu jawaban. Pada umumnya opsi jawaban terdiri atas 5 (lima) dan masing-masing mempunyai nilai yang berbeda, hal ini dapat dilihat pada tabel 3.5 berikut ini :

Tabel 3.4
Ukuran Alternatif Jawaban Kuesioner

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai
Sangat setuju/sangat tinggi/sangat banyak/ Selalu	5
Setuju/tinggi/banyak/sering	4
Netral/kadang-kadang/cukup	3
Tidak setuju/rendah/sedikit/hampir tidak Pernah	2
Sangat tidak setuju/sangat rendah/sangat sedikit/tidak pernah	1

Untuk menilai variabel X dan variabel Y , maka analisis yang digunakan berdasarkan rata-rata dari masing-masing variabel. Nilai rata-rata ini diperoleh dengan menjumlahkan data keseluruhan dalam setiap variabel, kemudian dibagi dengan jumlah responden. Setelah diperoleh rata-rata dari masing-masing variabel kemudian dibandingkan dengan kriteria yang penulis tentukan berdasarkan nilai terendah dan nilai tertinggi dari hasil kuesioner. Untuk variabel X terdapat 34 pertanyaan, nilai tertinggi variabel X adalah 5 sehingga ($5 \times 34 = 170$), sedangkan nilai terendah adalah 1, maka ($1 \times 34 = 34$). Atas dasar nilai

tertinggi dan terendah tersebut, maka dapat ditentukan rentang yaitu nilai tertinggi dikurangi nilai terendah dibagi jumlah kriteria.

Dengan demikian dapat ditentukan panjang kelas masing-masing variabel. Untuk variabel Y terdapat 12 pertanyaan, nilai tertinggi variabel Y adalah 5 sehingga ($5 \times 12 = 60$), sedangkan nilai terendah adalah 1, maka ($1 \times 12 = 12$). Atas dasar nilai tertinggi dan terendah tersebut, maka dapat ditentukan rentang yaitu nilai tertinggi dikurangi nilai terendah dibagi jumlah kriteria. Dengan demikian dapat ditentukan panjang kelas masing-masing variabel.

Berdasarkan nilai tertinggi dan terendah tersebut, maka dapat ditentukan rentang interval yaitu nilai tertinggi dikurangi nilai terendah dibagi jumlah kriteria. Dengan demikian maka akan dapat ditentukan panjang interval kelas masing-masing variabel adalah:

a. Kriteria untuk menilai prosedur penjualan (X_1), rentang ($115-23$)=92 jadi $92:5= 18,4$ maka penulis tentukan sebagai berikut:

- Nilai 23 – 41,3 dirancang untuk kriteria “Tidak Baik”
- Nilai 41,4 – 59,7 dirancang untuk kriteria “Kurang Baik”
- Nilai 59,8 – 78,1 dirancang untuk kriteria “Cukup Baik”
- Nilai 78,2 - 96,5 dirancang untuk kriteria “Baik”
- Nilai 96,6 – 115 dirancang untuk kriteria “Sangat Baik”

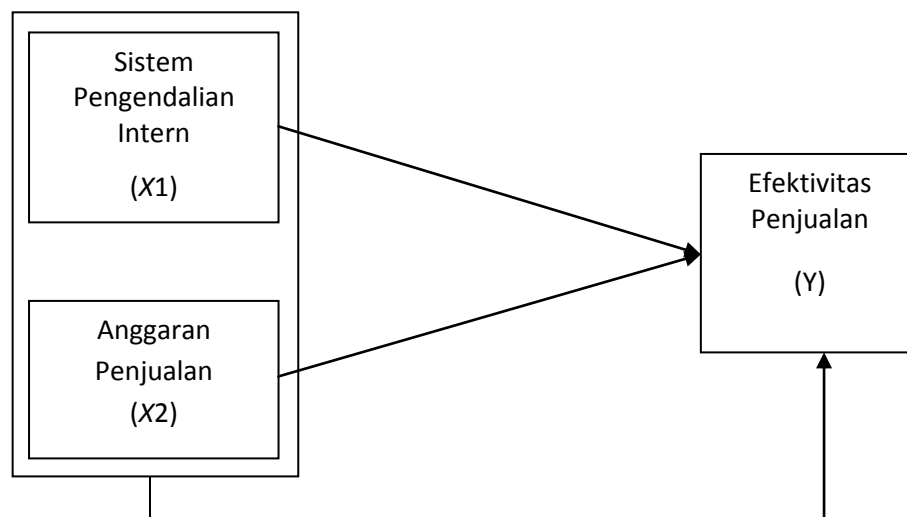
b. Kriteria untuk menilai manfaat anggaran penjualan (X_2), rentang ($55-11$)=44 jadi $44:5= 8,8$ maka penulis tentukan sebagai berikut:

- Nilai 11 – 19,7 dirancang untuk kriteria “Tidak Bermanfaat”

- Nilai 19,8 – 28,5 dirancang untuk kriteria “Kurang Bermanfaat”
 - Nilai 28,6 – 37,3 dirancang untuk kriteria “Cukup Bermanfaat”
 - Nilai 37,4 – 46,1 dirancang untuk kriteria “Bermanfaat”
 - Nilai 46,2 – 55 dirancang untuk kriteria “Sangat Bermanfaat”
- c. Kriteria untuk menilai Efektivitas Penjualan (Y), rentang $(60-12)=48$ jadi $48:5= 9,6$ maka penulis tentukan sebagai berikut:
- Nilai 12 – 21,5 dirancang untuk kriteria “Tidak Efektif”
 - Nilai 21,6 – 31,1 dirancang untuk kriteria “Kurang Efektif”
 - Nilai 31,2 – 40,7 dirancang untuk kriteria “Cukup Efektif”
 - Nilai 40,8 – 50,3 dirancang untuk kriteria “Efektif”
 - Nilai 50,4 – 60 dirancang untuk kriteria “Sangat Efektif”

3.4 Model Penelitian

Model penelitian merupakan abstraksi dari fenomena-fenomena yang sedang diteliti sesuai dengan judul penelitian ini yaitu : “Pengaruh Penerapan Prosedur Penjualan dan Manfaat Anggaran Penjualan terhadap Efektivitas Penjualan”. Model penelitian yang sesuai dengan judul penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1

Model Penelitian

Bila digambarkan secara matematis hubungan variable tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = f(X1, X2)$$

Dimana:

X1 = system pengendalian intern

X2 = anggaran penjualan

$Y = \text{efektivitas penjualan}$

$F = \text{fungsi}$

3.5 Metode Analisis Yang Digunakan

Ada dua syarat penting yang berlaku pada kuesioner, yaitu keharusan sebuah angket untuk validitas dan reliabilitas. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila ia mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

3.5.1 Uji Validitas Data

Pengertian validitas menurut Sugiyono (2010:267) adalah :

“ Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.”

Menurut Sevilla yang dikutip oleh Husein Umar (2000:58), pengertian validitas adalah sebagai berikut :

“Validitas merupakan derajat ketetapan dan kecermatan alat ukur penelitian tentang isi dan arti sebenarnya yang diukur dalam pengujian validitas, tiap butir digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir.”

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut

tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut Sugiyono (2010:134) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $r \geq 0,30$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid,
- b. Jika $r \leq 0,30$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

Uji validitas instrument dapat menggunakan rumus korelasi. Rumus korelasi berdasarkan *Pearson Product Moment* menurut Sugiyono (2010:183) adalah sebagai berikut :

$$r_{XY} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

r_{XY} = Koefisien Korelasi

N = Banyaknya Sampel

$\sum X$ = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan variabel Y

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Riyadi 2000 (dalam Faisal Amri 2009:35) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *Alpha Cronbach* (α) yang penulis kutip dari Ety Rochaety (2007:54) dengan rumus sebagai berikut :

$$R=\alpha=R=\frac{N}{N-1} \frac{S^2(1-\sum S_i^2)}{S^2}$$

Dimana :

α = Koefisien Reliabilitas *Alpha Cronbach*

S^2 = Varians skor keseluruhan

S_i^2 = Varians masing-masing item

Suatu instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai yang diperoleh $\geq 0,60$ (Imam Ghazali, 2002:133). Jadi tujuan dari validitas dan reliabilitas kuesioner adalah untuk meyakinkan bahwa kuesioner yang kita susun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid.

3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

Analisis data dilakukan sebagai upaya mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Sedangkan pengujian hipotesis dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai seberapa besar pengaruh penerapan Prosedur Penjualan (X_1) dan Manfaat anggaran penjualan (X_2) terhadap efektivitas penjualan (Y).

3.6.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Sugiyono (2008:243) menjelaskan bahwa analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Dimana : Y = Variabel Dependen

a = Kostanta

X = Variabel Independen

b = Koefisien Regresi

3.6.2 Analisis Korelasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X dengan Variabel Y secara bersamaan. Adapun rumus Korelasi Ganda sebagai berikut :

$$r_{XY} = \frac{JK_{regresi}}{JK_{total}}$$

Dimana : r_{XY} = Koefisien Korelasi

$JK_{regresi}$ = Jumlah kuadrat regresi

JK_{total} = Jumlah kuadrat total

Dengan ketentuan sebagai berikut :

$r_{XY} = -1$ artinya terdapat hubungan linier negatif antara variabel X dan Y.

$r_{XY} = 0$ artinya tidak terdapat hubungan linier antara variabel X dan Y.

$r_{XY} = 1$ artinya terdapat hubungan linier positif antara variabel X dan Y.

Tabel 3.5
Pedoman Interpretasi Tingkat Korelasi

Interval Koefisien Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Rendah
0,20 – 0,39	Rendah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono 2009:250

3.6.3 Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui berapa persen pengaruh/kontribusi variabel *X* terhadap variabel *Y* digunakan rumus Koefisien Determinasi (*KD*) sebagai berikut :

$$\mathbf{Kd = } r_{yx}^2 \mathbf{ \times 100\%}$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

r_{yx} = Koefisien korelasi ganda

3.6.4 Rancangan Pengujian Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran, maka diajukan rumus hipotesis sebagai jawaban sementara yang akan diuji dan dibuktikan kebenarannya. Rumusan hipotesisnya adalah sebagai berikut :

a. Pengujian Secara Simultan (Uji-F)

Uji F (uji simultan) adalah untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Melalui uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut :

$H_0 : b_1, b_2 = 0$ artinya secara bersama-sama Penerapan Prosedur Penjualan dan Manfaat Anggaran Penjualan tidak terdapat pengaruh terhadap Efektivitas Penjualan.

$H_a : b_1, b_2 \neq 0$ artinya secara bersama-sama Penerapan Prosedur Penjualan dan Manfaat Anggaran Penjualan tidak terdapat pengaruh terhadap Efektivitas Penjualan.

Terhadap rumusan hipotesis tersebut, selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis, yaitu tentang diterima atau ditolakny suatu hipotesis. Untuk melakukan pengujian digunakan statistik uji-F dengan taraf signifikan sebesar 5 %. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2 / K}{1 - R^2 / n - k - 1}$$

Dimana : $F_h = F_{hitung}$ yang akan dibandingkan dengan F_{tabel}

R = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Selanjutnya nilai F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} pada $\alpha = 5\%$, $df_1 = k_1$, $df_2 = n - (k+1)$, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. -Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak (ada pengaruh signifikan).
 -Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima (tidak ada pengaruh).
2. Berdasarkan dasar signifikansi, kriterianya adalah :
 - Jika signifikansi > 0.05 maka H_0 diterima.
 -Jika signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak.

b. Pengujian Secara Parsial (Uji-t)

Uji statistik t disebut juga uji signifikasi individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut :

$H_0 : b_1 = 0$ artinya penerapan Prosedur Penjualan tidak berpengaruh terhadap efektivitas penjualan.

$H_a : b_1 \neq 0$ artinya penerapan Prosedur Penjualan berpengaruh terhadap efektivitas penjualan

$H_0 : b_2 = 0$ artinya Manfaat anggaran penjualan tidak berpengaruh terhadap efektivitas penjualan.

$H_a : b_2 \neq 0$ artinya Manfaat anggaran penjualan berpengaruh terhadap efektivitas penjualan.

Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$t = \frac{b_i - \beta_i}{Sb_i}$$

dimana : b_i = Koefisien regresi

β_i = Koefisien slope (dianggap 0)

Sb_i = standar error

Dengan ketentuan :

$$Sb_i = \frac{\frac{S^2 Y/X_i}{n}}{(X_i - \bar{X})} \text{ Dan}$$

$$S^2 Y/X_i = \frac{\sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}{(n-2)}$$

Setelah diperoleh nilai t_{hitung} , selanjutnya dibandingkan dengan t_{tabel} pada $\alpha = 5\%$ dan $df = n-2$ untuk pengujian dua pihak, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. -Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
 -Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ maka H_0 diterima.
2. Berdasarkan dasar signifikansi, kriterianya adalah :
 - Jika signifikansi > 0.05 maka H_0 diterima.
 -Jika signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak.