BAB IV
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1. Pengumpulan Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2010: hal.265) metode pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk teknik mengumpulkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research)*

   Penelitian lapangan (*field research*) dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer (data yang diperoleh langsung dari Gwen Cookies).

2. Dokumentasi

   Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis.Suharsimi Arikunto (2010:274) menyatakan bahwa "didalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, jurnal, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya". Hasil Dokumentasi dapat di lihat pada lembar lampiran pengumpulan data

3. Studi kepustakaan *(Library Reseach),*

   yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari bahan-bahan yang terdapat dalam buku, majalah, internet, dan berbagai sumber lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.Dalampenelitian ini penulis menggunakan laporan penjualan dan wawancara sebagai data penelitian.Pengumpulan data atau pengambilan data hanya di lakukan di workshop/pabrikasigwen cookies pada produk cookies costum toples besar

dan tolpes kecil. Berikut adalah hasil pengumpulan data yang dapat di lihat pada lampiran A

4.2. Pengolahan Data

Berikut adalah hasil data yang akan di uji setelah melewati uji eliminasi menggunakan uji Z score, dapat di lihat pada table di bawah ini:

Tabel 4.1

Data Riseller, Facebook, Instagram dan Laba Penjualan Periode 2013-2015 dalam Bulanan

Riseller	Facebook	Instagram	Laba penjulan
30	10	10	59500
70	40	30	163500
50	20	20	109500
120	50	40	251000
30	40	20	108000
15	20	10	81000
50	30	25	136000
150	120	55	377000
145	55	50	324500
60	15	30	159000
56	56	40	198000
25	15	25	139500
50	35	34	194000
69	50	30	181500
90	30	30	161000
34	15	10	94000
50	90	40	215500
80	45	40	221000
150	70	50	327000
70	55	31	182500
80	15	30	151500
60	32	24	135500
90	41	45	231500
50	23	65	185000
70	51	76	249000
100	25	43	212000
45	35	40	150500

120	90	70	326000
110	50	35	247500
90	32	12	168000
130	40	32	237000

Data Riseller, Facebook, Instagram dan Nilai Penjualan Periode 2013-2015 dalam Bulanan. Rata-rata reseller 75.452 rata-rata Facebook41.774, rata-rata Instagram 35.226dan rata-rata nilai penjualan 192790.3226

4.2.1 Pengaruh Riseller(X_1), FaceBook(X_2) dan Instagram (X_3) Terhadap Laba Penjualan (Y)

4.2.1.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistic yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda adalah suatu teksnik statistical yang di pergunakan untuk menganalisis pengaruh antara suatu variabel dependen dan variabel independen.Tapi dalam menggunakan analisis regresi ada hal-hal yang harus dipenuhi, yaitu asumsi-asumsinya.

Asumsi adalah sebuah perkiraan yang bisa di buat oleh manusia untuk menyederhanakan suatu masalah. Biasanya ia di gunakan keika menganalisa suatu masalah dikarenakan adanya variabel-variabel tertentu yang tidak terukur/diketahui. Asumsi juga bisa digunakan untuk menyingkat waktu penyelesaian masalah dan biasanya amat erat terkait dengan pengalaman pribadi penggunanya.

4.2.1.2 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal.Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Jika data tidak mengikuti pola sebaran distribusi normal, maka akan diperoleh taksiran yang biasa. Menurut **ghozali (2006:110)**, uji normalitas uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau

tidak.Pengujian normalitas dilakukan melalui tes Kolmogorov-Smirnov. Dengan bantuan *software SPSS 20* diperoleh hasil sebagai berikut .

Tabel 4.2

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	13179,20871119
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,087
	Negative	-,079
Kolmogorov-Smirnov Z		,483
Asymp. Sig. (2-tailed)		,974

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

4.2.1.3 Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas merupakan sesuatu dimana beberapa atau semua variabel bebas berkorelasi tinggi.Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas adalah dengan menggunakan Variance Inflation Factors (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh varibel independen lainnya.Hasil dari pengujian ini dapat dilihat dari nilai VIF menggunakan persamaan VIF = 1 / tolerance. Jika nilai VIF< dari 10 maka tidak terdapat multikolinearitas **(Ghozali, 2007 : 91).**

Cara yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas adalah dapat dilihat dari nilai *tolerance* < 0,10. Dengan bantuan *software SPSS 20* diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.3

Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Riseller	,642	1,557
	Facebook	,617	1,620
	Instagram	,884	1,131

a. Dependent Variable: Laba penjulan

4.2.1.4 Uji Heteroskedastisitas

Berikut adalah hasil perhitungan Uji Heteroskedastisitas dengan bantuan *software SPSS 20* diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.4

Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Unstandardized Residual
Spearman's rho	Riseller	Correlation Coefficient	,011
		Sig. (2-tailed)	,952
		N	31
	Facebook	Correlation Coefficient	,011
		Sig. (2-tailed)	,952
		N	31
	Instagram	Correlation Coefficient	,069
		Sig. (2-tailed)	,714
		N	31
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1,000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	31

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap variable bebas dengan nilai mutlak residualnya menggunakan korelasi Rank Spearman.Model regresi yang baik jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, sehingga diidentifikasi tidak terdapat heteroskedastisitas **(Ghozali, 2007 : 105).**

4.2.1.5 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji statistik Durbin Watson, yaitu dengan membandingkan angka Durbin-Watson hitung (DW) dengan nilai kritisnya (dL dan dU).

Kriteria pengambilan kesimpulan :

1) DU < DW < 4-DU maka Ho diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
2) DW < DL atau DW > 4-DL maka Ho ditolak, artinya terjadi autokorelasi.

Dengan ukuran sample n = 36,α = 0,05 dan banyaknya variabel independen k =3, didapat nilai kritis dL = 1,5872 dan dU =1,3536.

Hasil pengujian autokorelasi disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.5

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary

Model	Durbin-Watson
1	1,903

4.3. Korelasi Bivariat

Untuk mengetahui hubungan secara bersama-sama antara *Riseller (X1)*, *FaceBook*(X2), *Instagram* (X3 dengan Laba Penjualan (Y)digunakan korelasi bivariat (R).

Tabel 4.6

Korelasi Bivariat

Correlations

		Laba penjulan
Riseller	Pearson Correlation	.876
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	31
Facebook	Pearson Correlation	.805
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	31
Instagram	Pearson Correlation	.570
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	31
Laba penjulan	Pearson Correlation	1
	N	31

4.4. Persamaan Regresi Liniear Berganda

Persamaan regresi liniear berganda yang akan dibentuk adalah:

$$\mathbf{Y = a+b_1X_1+b_1X_2+b_1X_3}$$

Y = nilai taksiran untuk variabel LabaPenjualan

a = konstanta

b_i = koefiesien regresi

X1 = Reseller

X2 = Facebook

X3 = Instagram

Hasil pengolahan *software SPSS 20* untuk analisis regresi berganda disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.7
Analisis Regresi Berganda
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,218,932	7,018,651		1,598	,122
	Riseller	1,168,628	84,022	,580	13,909	,000
	Facebook	1,114,541	130,167	,364	8,562	,000
	Instagram	1,304,548	157,183	,295	8,300	,000

a. Dependent Variable: Laba penjulan

4.4.1 Koefisien Determinasi (Pengaruh Simultan).

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentasi total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Sedangkan sisanya dipengaruhi atau di jelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Tabel 4.8
Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,985[a]	,970	,966	13892,10576

a. Predictors: (Constant), Instagram, Riseller, Facebook

Besarnya pengaruh Riseller (X_1), FaceBook(X_2), Instagram (X_3) dengan Nilai Penjualan (Y)dapat ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

KD = R^2 x 100%
= $(0,985)^2$ x 100%
= 97,0%

4.4.2 Pengaruh Parsial

Pengaruh parsial digunakan untuk mengetahui seberapa erat pengaruh masing-masing variabel bebas dengan variabel tidak bebas. Analisis pengaruh parsial berdasarkan hasil pengolahan SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9

Besarnya Pengaruh Secara Parsial

Variabel	Standardized Coefficients	Correlations	Besarnya Pengaruh Secara Parsial	Besarnya Pengaruh Secara Parsial (%)
	Beta	Zero-order		
Riseller	0.580	0.876	0.508	50.8%
Facebook	0.364	0.805	0.293	29.3%
Instagram	0.295	0.570	0.168	16.8%
Pengaruh Total			**0.970**	97.0%

4.4.3 Menguji Keberartian Koefisien Regresi

4.4.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari variabel-variabel bebas secara bersama-sama atas suatu variabel tidak bebas digunakan uji F.

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan dari Riseller (X_1), FaceBook(X_2), Instagram (X_3) terhadap Laba Penjualan (Y).

Ha : Ada pengaruh yang signifikan dari Riseller(X_1), FaceBook(X_2), Instagram (X_3) terhadap Laba Penjualan (Y).

F hitung, menggunakan perhitunngan SPSS, dengan rumus seabgai berikut,

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

F hitung = 53,598

Diketahui:

F = F hitung

R = Korelasi

$n =$ Sampel

$k =$ Variabel bebas

F tabel = $F_{\alpha\ ;\ (df1,\ df2)}$; df1 = k , df2 = n-k-1 (36-3-1), α = 5%

F tabel = 289,201

Diketahui:

df = *degree of fredom*

$n =$ Sampel

$k =$ Variabel bebas

Hasil uji F berdasarkan pengolahan SPSS disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.10

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	167439140829,183	3	55813046943,061	289,201	,000[b]
	Residual	5210746267,591	27	192990602,503		
	Total	172649887096,774	30			

a. Dependent Variable: Laba penjulan

b. Predictors: (Constant), Instagram, Riseller, Facebook

4.4.3.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari variabel-variabel bebas secara parsial atas suatu variabel tidak bebas digunakan uji t.

Hipotesis :

- $Ho_1 : \beta_1 = 0$ Riseller (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan (Y).

  $Ha_1 : \beta_1 \neq 0$ Riseller Riseller (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan (Y).

- $Ho_2 : \beta_2 = 0$ FaceBook(X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan (Y).

  $Ha_2 : \beta_2 \neq 0$ FaceBook(X_2) berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan (Y).

- $Ho_3 : \beta_3 = 0$ Instagram (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan (Y).

$Ha_3 : \beta_3 \neq 0$ Instagram (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan (Y).

Thitung :

$t_{hit} = \frac{b}{Se(b)}$

Diketahui:

T = Thitung

b = Nilai B di Unstandardized Coefficients

$Se(b)$ = Std. Error

Ttabel: derajat bebas = n-k-1 (36-3-1), α = 5%

Ttabel = 2,037

Hasil uji t berdasarkan pengolahan SPSS disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.11

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,218,932	7,018,651		1,598	,122
	Riseller	1,168,628	84,022	,580	13,909	,000
	Facebook	1,114,541	130,167	,364	8,562	,000
	Instagram	1,304,548	157,183	,295	8,300	,000

a. Dependent Variable: Laba penjulan