

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yang dimana pendekatan kuantitatif melakukan penelitian dengan menggunakan data numerik untuk mengevaluasi atau menguji suatu hipotesis. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mencari hubungan dan menjelaskan sebab-sebab perubahan dalam fakta-fakta sosial yang terukur. Penelitian kuantitatif lebih diarahkan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari perspektif partisipan.⁴⁴ Dalam penelitian ini mengarah pada persepsi pengaruh kualitas produk dan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan yaitu PR.Alfi Putra, selanjutnya untuk penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis yang mengemukakan hipotesis dugaan sementara dari permasalahan yang akan diteliti.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut Bambang Sugeng, penelitian asosiatif bertujuan untuk menguji hubungan klausul antar variabel melalui pengujian terhadap hubungan atau korelasi antar variabel.⁴⁵ Bentuk hubungan dalam pengertian ini adalah hubungan klausul yaitu

⁴⁴ Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta:Kencana,2016), hlm.7

⁴⁵ Bambang Sugeng. *Fundamental Metodologi Penelitian KuantitatifEksplanatif*.(Sleman: Deepublish, 2022), hlm.375

hubungan sebab akibat yang ditimbulkan dari variabel bebas yaitu kualitas produk (X_1) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X_2) terhadap citra perusahaan (Y).

B. Populasi, *Sampling*, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri pada kategori obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen berusia 18-50 tahun yang merupakan konsumen produk rokok dari PR Alfi Putra.

2. *Sampling*

Sampling merupakan suatu proses serta cara pengambilan sampel untuk memperkirakan keadaan suatu populasi. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih menjadi sampel, dimana semua anggota populasi dapat digunakan sebagai sampel penelitian. Sedangkan pendekatan teknik penelitian yang digunakan adalah *purposive sampling* yang artinya teknik pengambilan sampel dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu.

Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- 1). Konsumen produk PR. Alfi Putra usia 18-50 tahun.
- 2). Dapat mengoperasikan *smartphone*. Hal ini karena peneliti akan menyebarkan kuesioner secara online melalui bantuan *smartphone*.

3. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti, dipandang sebagai suatu pendugaan terhadap populasi. Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diamati. Ukuran dan keragaman sampel menjadi penentu baik tidaknya sampel yang diambil. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen produk dari PR. Alfi Putra yang dapat menggunakan *smartphone*. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi yaitu konsumen rokok Boy, yang merupakan produk dari PR. Alfi Putra. Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui dicari dengan menggunakan rumus *lemeshow*. Dalam menghitung penentuan jumlah sampel penelitian menggunakan rumus *lemeshow* sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

- n = Jumlah Sampel
- z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96
- p = Maksimal estimasi
- d = Tingkat kesalahan

Dari rumus diatas maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus *lemeshow* dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10%.

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan rumus lemeshow diatas maka didapatkan besar sampel 96 kemudian dibulatkan menjadi sebanyak 115 responden yang digunakan dalam penelitian ini.

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1). Sumber Data

Terdapat dua jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

a) Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara mandiri melalui observasi langsung pada lokasi penelitian dengan panduan kuesioner. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu dari hasil jawaban masyarakat yang dijadikan sampel penelitian melalui daftar pertanyaan (*kuesioner*) yang telah disebarakan.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi atau data yang telah dikumpulkan dari catatan yang sudah ada atau sumber lain yang telah ada sebelumnya dan kemudian disajikan sebagai teks, artikel, laporan penelitian, buku-buku sebagai teori, dll.

2). Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan terdiri dari dua jenis variabel, yaitu :

a) Variabel bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab munculnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas produk (X_1) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X_2).

b) Variabel terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah citra perusahaan (Y).

3). Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan seperangkat aturan yang diperlukan untuk mengkuantitatifkan data pengukuran dari suatu variabel.⁴⁶Skala pengukuran yang dipakai dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai sebuah peristiwa dan fenomena sosial, berdasarkan dengan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti. Jawaban dari responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu:⁴⁷

Tabel 3. 1

Instrument Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5

⁴⁶ Djaali dan Pudji Muljiono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*, (Jakarta: Grasindo, 2008), hlm.25

⁴⁷ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi*, (Jakarta:Rajawali, 2013), hlm.71

Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1). Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data. Adapun cara yang ditempuh dalam pengumpulan data penelitian ini yaitu:

a) Kuesioner

Metode kuesioner merupakan teknik yang sangat penting untuk mengumpulkan data. Hasil survei akan disajikan dalam bentuk angka-angka, tabel, analisis statistik, deskripsi, dan kesimpulan hasil sebuah penelitian. Pembuatan kuesioner terutama dilakukan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan tujuan survei, dan informasi dengan reliabilitas validitas setinggi mungkin.

b) Observasi

Observasi adalah kegiatan penelitian yang dilakukan dengan mengamati secara langsung objek-objek yang ada di lapangan. Data tentang isu-isu yang terkait dengan subjek penelitian dikumpulkan melalui penelitian lapangan.

2). Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan untuk

mendapatkan dan mengumpulkan data penelitian, sebagai langkah untuk menemukan hasil atau kesimpulan dari penelitian dengan tidak meninggalkan kriteria pembuatan instrumen yang baik. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan dalam proses pengumpulan data terkait pengaruh kualitas produk dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap citra perusahaan adalah hasil kuesioner yang telah disebar ke masyarakat sekitar perusahaan. Adapun kisi-kisi instrumen penelitian ini yang meliputi gambaran hubungan antar variabel yang diteliti, indikator yang terdapat dalam variabel dan sumber data yang digunakan untuk mendapatkan data adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 2

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel

No	Variabel	Indikator	Sumber
1.	Kualitas Produk (X^1)	1). Daya tahan 2). Kesesuaian 3). Gaya 4). Desain	(Kotler dan Keller)
2.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (X^2)	1). <i>Profit</i> (ekonomi) 2). <i>Planet</i> (lingkungan) 3). <i>People</i> (masyarakat)	(Elkington)

3.	Citra Perusahaan (Y)	1). Kesan 2). Kepercayaan 3). Sikap	(Kanaidi)
----	----------------------	---	-----------

E. Teknik Analisis Data

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, yang digambarkan sebagai metode pemecahan masalah yang dipelajari dengan menggambarkan subjek dan objek penelitian pada saat penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada atau bagaimana adanya. Dalam penelitian deskriptif memiliki tujuan di antaranya yaitu sistematis, *factual*, akurat dalam fakta dan ciri-ciri suatu populasi atau suatu daerah. Untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka peneliti menggunakan beberapa metode analisis data, antara lain sebagai berikut :

1). Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil data sampel sebelum memanfaatkan teknik analisis statistik yang berfungsi guna menguji hipotesis. Dalam analisis statistik deskriptif berisi gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis dan *skewness*. Statistik deskriptif juga berguna dalam menjelaskan variabel-variabel yang terdapat didalam penelitian. Pengujian statistik deskriptif dapat dilakukan melalui program aplikasi SPSS.

2). Uji Validitas Data

Uji validitas merupakan suatu bentuk pengujian terhadap kualitas data primer,

dengan tujuan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu pertanyaan dalam penelitian. Secara konsep, suatu pertanyaan dianggap sah jika pertanyaan tersebut mengukur indikator atau dimensi setiap variabel yang akan diukur. Secara statistik suatu pertanyaan dianggap sah jika memiliki nilai tertentu. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kesalahan dan keabsahan suatu instrumen.

Jika suatu alat dapat menunjukkan data variabel yang dianalisis secara menyeluruh menjadi akurat, itu dianggap valid. Derajat validitas instrumen menunjukkan konsistensi pengumpulan data dengan variabel yang relevan. Nilai antara r -hitung dan r -tabel dibandingkan dalam uji signifikan. Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar $= 0,05$ maka didapatkan kriteria pengujiannya sebagai berikut :

- a) Bila nilai r -hitung $>$ r -tabel maka data dinyatakan valid.
- b) Bila nilai r -hitung $<$ r -tabel maka data dinyatakan tidak valid.

3). Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya kesetabilan pengukuran, alat dikatakan reliabel jika digunakan berulang-ulang nilainya sama. Sedangkan pertanyaan dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk memastikan sejauh mana temuan pengukuran tetap konsisten ketika gejala yang sama diukur lagi atau lebih dengan menggunakan alat ukur yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menghitung koefisien reliabilitas dengan menggunakan formulasi *Cronbach Alpha* yang didasarkan pada skala 0 sampai dengan 1 untuk mengukur

realibilitas. Kriteria instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel dengan menggunakan *Cronbach Alpha* bila koefisien reliabilitas > dari 0,6.

4). Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari empat macam yaitu :

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Pendekatan *Kolmogorovsmirnov* merupakan metode yang baik digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi apakah data yang digunakan normal atau tidak. Kriteria dalam metode ini adalah H_0 : variabel residual terdistribusi normal dan H_a : variabel residual tidak terdistribusi normal. Pada tahap pengambilan keputusan dapat diambil jika $Sig > 0,05$ maka data terdistribusi dengan normal (diterima) dan jika $Sig < 0,05$ maka data tidak terdistribusi dengan normal (ditolak).

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui korelasi antar variabel-variabel *independent* yang digunakan dalam penelitian. Uji multikolinieritas dalam penelitian dapat diketahui dengan melihat angka *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*. Model regresi dikatakan bebas dari multikolinieritas apabila nilai *tolerance* yang tidak lebih besar dari 1 dan untuk nilai (VIF) lebih kecil dari 10.

c) Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian

dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Untuk mendeteksi apakah ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan cara uji *Glejser*.

d) Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah hubungan antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Karena data saat ini pasti dipengaruhi oleh data masa lalu, data deret waktu lebih rentan terhadap autokorelasi. Data yang melibatkan objek yang berbeda masih dapat menampilkan autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu samalainnya. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dalam suatu penelitian, maka menggunakan *durbin watson* dengan kriteria jika:

- a) Jika nilai dw lebih kecil dari d_L atau lebih besar dari $(4-d_L)$ maka berarti ada autokorelasi.
- b) Jika nilai dw terletak diantara d_U dan $(4-d_U)$ maka berarti tidak terdapat autokorelasi.
- c) Jika nilai dw terletak antara d_L dan d_U atau diantara $(4-d_U)$ dan $(4-d_L)$ maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

5). Regresi Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Hasil dari analisis regresi linear berganda akan menguji

seberapa besar pengaruh kualitas produk dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan. Persamaan regresi linier berganda dinyatakan dalam bentuk formula sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dengan keterangan sebagai berikut :

Y = Citra Perusahaan

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a = Konstanta persamaan regresi

b₁...b₃ = Koefisien regresi

e = *error*/kesalahan

6). Uji Hipotesis

a) Uji T

Uji t merupakan suatu cara untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Uji ini menguji nilai signifikansi hasil perhitungan dengan tingkat kepercayaan sebesar 0,005 ($\alpha=5\%$). Pengambilan keputusan dalam uji t ini dapat diambil jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka Ho diterima dan menolak Ha, hal ini membuktikan bahwa variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat secara signifikan. Sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka Ho ditolak dan menerima Ha, hal ini membuktikan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh penting terhadap variabel terikat secara signifikan.

b) Uji F

Analisis uji f ini digunakan untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat secara bersama-sama atau simultan. Distribusi nilai f digunakan dalam pengujian simultan guna membandingkan f hitung dengan f tabel. Penetapan kriteria pengujiannya sebagai berikut :

- 1) Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka dapat diambil keputusan bahwa H_0 diterima, yang artinya masing-masing variabel yaitu X_1 dan X_2 terhadap Y tidak berpengaruh terhadap Y secara signifikan.
- 2) Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka dapat diambil keputusan bahwa H_0 ditolak, yang artinya masing-masing variabel yaitu X_1 dan X_2 terhadap Y berpengaruh terhadap Y secara signifikan.

7). Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah ukuran yang digunakan untuk menilai presisi atau kesesuaian hubungan antara variabel *independent* dan variabel *dependent* dalam persamaan regresi. Uji R^2 atau uji determinasi merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi, atau dengan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekatkah garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya.