

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menguraikan penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, variabel-variabel penelitian, dan metode analisis data dalam penelitian ini.

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Noor (2011) berpendapat bahwa populasi yang digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen/anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan (*universum*) dari obyek penelitian. Pada penelitian ini, penulis menggunakan seluruh warga penduduk dan/ mahasiswa/i di wilayah Kabupaten Sleman yang merupakan konsumen produk dari PT. Djarum serta perokok aktif.

Menurut Noor (2011), pengambilan sampel adalah proses saat memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau elemen tersebut pada elemen populasi. Menurut Umar (2000) agar sampel yang diambil dapat mewakili dari populasi yang ada, ukuran sampel sebelumnya harus dihitung terlebih dahulu. Salah satu rumus yang dapat digunakan adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah minimal sampel yang dibutuhkan

N = Jumlah seluruh populasi

e = Error bound yang ditoleransi

Jumlah keseluruhan yang digunakan pada penelitian ini adalah jumlah seluruh masyarakat yang berada di wilayah Kabupaten Sleman yaitu 1.180.479 jiwa (Katalog BPP Provinsi D.I.Yogyakarta tahun 2016). Menurut Ruslan (2008) pada umumnya persentase kesalahan yang ditoleransi adalah sebesar 5%-10% dikarenakan pada hasil penelitian sosial sulit dijamin keakuratan data seperti pada penelitian ilmu pasti. Jadi, penulis menggunakan toleransi kesalahan sebesar 10%.

$$n = \frac{1.180.479}{1 + 1.180.479 \times 10\%^2}$$

Hasil yang diperoleh dari perhitungan di atas menunjukkan jumlah 99,99. Penulis melakukan penggenapan menjadi 100. Jadi, jumlah yang diambil dari keseluruhan populasi di Kabupaten Sleman berjumlah 100 sampel.

Teknik dalam pengumpulan sampel yang akan digunakan oleh penulis adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2012) *purposive sampling* adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau ketentuan tertentu, sehingga data yang didapat lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten di bidangnya. Penulis menetapkan kriteria tertentu dalam menentukan sampel, yaitu warga penduduk dan/mahasiswa/i perokok aktif, konsumen produk PT Djarum serta berdomisili di Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Data Primer

Data yang diperoleh berasal dari berbagai narasumber atau responden yang dijadikan sebagai sampel obyek penelitian. Data primer ini bersumber dari hasil pengisian kuesioner, serta observasi yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Menurut Sarwono (2006) data primer adalah data yang berasal dari sumber asli.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data yaitu metode *survey*. Teknik *survey* menurut Hartono (2014) adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat pengambil data. Kuesioner adalah kumpulan pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden (Arikunto, 2002). Pertanyaan-pertanyaan yang digunakan di dalam kuesioner ini merupakan kumpulan pertanyaan atau rangkuman pertanyaan yang berasal dari penelitian-penelitian sebelumnya. Kuesioner yang disebarakan merupakan kuesioner langsung tertutup, dan responden hanya perlu memberikan centang atau tanda pada salah satu jawaban yang dianggap paling benar.

3.4 Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *skala likert* dalam teknik pengukuran variabel. *Skala likert* adalah Teknik mengukur sikap dari respon yang diberikan oleh narasumber saat diminta untuk mengidentifikasi tingkat kesetujuannya terhadap masing-masing pertanyaan yang terdapat di kuesioner (Noor, 2011). Dalam pembuatan Teknik *skala likert*, peneliti membuat beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan yang relevan dengan topik penelitian ini, kemudian narasumber atau responden diminta untuk menentukan tingkat kesetujuan maupun ketidaksetujuan mereka dari setiap pertanyaan yang ada di dalam kuesioner penelitian ini. Peneliti memilih bentuk *checklist* sebagai instrument penelitian pada *skala likert* yang akan diaplikasikan pada kuesioner penelitian ini. Kategori-kategori yang akan digunakan pada *skala likerti* adalah skor 1 (STS = Sangat Tidak Setuju), 2 (TS = Tidak Setuju), 3 (ATS = Agak Tidak Setuju), 4 (AS = Agak Setuju), 5 (S = Setuju) dan 6 (SS = Sangat Setuju).

3.4.1 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan implementasi bentuk pertanggungjawaban sosial entitas bisnis dalam mengoperasikan bisnisnya sehingga tercapainya keuntungan bersama, baik dari sisi perusahaan, masyarakat lingkungan sekitar maupun konsumennya. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini diadaptasi dari penelitian Huang, Yen, Liu dan Huang (2014) yang telah dikondisikan dengan kebutuhan penelitian. Indikator untuk mengukur

variabel implementasi *corporate social responsibility* disajikan pada Tabel

3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1 Butir pertanyaan kuesioner variabel Corporate Social Responsibility

Dimensi dan Butir Pertanyaan	Referensi
<p>Ekonomi dan Tanggung Jawab Hukum</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. PT Djarum Indonesia berkembang dengan sangat baik, sehingga saya yakin PT Djarum Indonesia mampu memakmurkan investornya. 2. PT Djarum Indonesia berkembang dengan sangat baik, sehingga saya yakin PT Djarum Indonesia dapat mengola Kinerja Operasional perusahaannya. 3. PT Djarum Indonesia menginformasikan secara terbuka laporan keuangannya. 4. PT Djarum Indonesia sudah mematuhi hukum. 	
<p>Tanggung Jawab Etik</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. PT Djarum Indonesia mendukung pelestarian lingkungan melalui program Djarum Bakti Lingkungan (Trees of Live). 2. PT Djarum Indonesia mendukung pendidikan melalui program Djarum Bakti Pendidikan (Djarum Beasiswa Plus). 3. PT Djarum Indonesia mendukung bakat olahraga melalui program Djarum Bakti Olahraga (Djarum Beasiswa Bulutangkis). 4. PT Djarum Indonesia melindungi data pribadi dari para konsumen. 	(Huang <i>et al.</i> , 2014)
<p>Tanggung Jawan Filantropis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. PT Djarum Indonesia turut mendukung kegiatan kebudayaan, melalui Djarum Bakti Budaya (Djarum Apresiasi Budaya). 2. PT Djarum turut berpartisipasi dalam kegiatan sosial dalam program Djarum Bakti Sosial (Djarum Sumbangsih Sosial). 3. PT Djarum Indonesia turut membantu dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat. 	

3.4.2 Citra Perusahaan

Citra Perusahaan pada penelitian ini diartikan sebagai kesan suatu obyek kepada obyek lain yang terbentuk dari proses yang dilakukan setiap waktu yang berasal dari sumber terpercaya. Citra bagi suatu perusahaan dinilai cukup penting untuk keberlangsungan perusahaan dan pengembangan kreatifitas yang terdapat di lingkungan perusahaan tersebut. Indikator pengukur variabel Citra Perusahaan diadaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2011) yang telah dikondisikan dengan kebutuhan penelitian. Indikator pengukur variabel citra perusahaan disajikan pada Tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2 Butir pertanyaan kuesioner variabel Citra Perusahaan

Dimensi dan Butir Pertanyaan	Referensi
1. Saya merasa PT Djarum Indonesia adalah perusahaan yang berkualitas. 2. Saya merasa PT Djarum Indonesia merupakan perusahaan dengan kinerja yang baik. 3. Saya merasa PT Djarum merupakan perusahaan yang memiliki etika yang baik. 4. Saya merasa PT Djarum merupakan perusahaan yang memiliki daya tarik.	(Dewi, 2011)

3.4.3 Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen pada penelitian ini diartikan sebagai sikap positif seorang konsumen terhadap produk barang atau jasa, konsumen tersebut memiliki keinginan untuk melakukan pembelian atau penggunaan ulang terhadap produk barang atau jasa tersebut. Selain itu, konsumen yang loyal akan secara tidak langsung memasarkan produk atau jasa tersebut kepada orang lain. Indikator pengukur variabel Loyalitas Konsumen diadaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Ishaq (2012) yang telah dikondisikan dengan kebutuhan penelitian. Indikator pengukur variabel Loyalitas Konsumen disajikan pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3 Butir pertanyaan kuesioner variabel Loyalitas Konsumen

Dimensi dan Butir Pertanyaan	Referensi
<ol style="list-style-type: none">1. Saya memilih produk PT Djarum Indonesia sebagai pilihan pertama saya.2. Saya akan berlangganan produk PT Djarum Indonesia.3. Saya akan mengatakan hal-hal yang baik tentang PT Djarum Indonesia kepada rekan-rekan saya.4. Saya akan merekomendasikan PT Djarum Indonesia kepada rekan-rekan saya ketika mereka meminta saran.5. Saya akan mendorong orang lain untuk berlangganan produk PT Djarum Indonesia.	(Ishaq, 2012)

3.5 Metode Pengujian Instrumental

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai valid atau tidaknya sebuah kuesioner dalam penelitian. Kuesioner yang dianggap valid apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan pada setiap item pernyataan dengan membandingkan hasil antara r hitung dengan r tabel, r ditentukan dengan komponen $df = n-2$ dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Jika r hitung $>$ r tabel maka dapat dikatakan valid. Menurut Ghozali (2011) semakin tinggi validitas, maka semakin mendekati ketepatan bahwa kuesioner dapat dijadikan alat untuk mengukur.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk menilai apakah instrumen pertanyaan yang terdapat di kuesioner yang dijadikan alat untuk mengumpulkan data reliabel atau tidak. Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut dapat menghasilkan kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Ghozali (2011) mengatakan bahwa suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$.

3.6 Metode Analisis

Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis menggunakan Analisis Statistik deskriptif dan Uji Asumsi Klasik. Digunakannya Analisis Statistik Deskriptif untuk mengetahui distribusi data. Sedangkan penggunaan Analisis Asumsi Klasik untuk menguji kelayakan model regresi. Setelah diketahui model regresi layak, maka dilanjutkan dengan uji analisis regresi berganda, uji koefisien determinasi (R^2), *Path Analisis* dan Uji Hipotesis (Uji T).

3.6.1 Statistik Deskriptif

Analisis Statistik Deskripsi digunakan tidak untuk menguji hipotesis, melainkan digunakan untuk menampilkan dan menganalisis data yang disertai dengan perhitungan untuk memperjelas karakteristik data. Ghozali (2011) mengatakan bahwa Statistik Deskriptif dalam penelitian ini memberikan deskripsi tentang suatu data yang dilihat melalui nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik digunakan peneliti untuk menilai kelayakan dari penggunaan model regresi. Ghozali (2011) mengatakan bahwa, Uji asumsi klasik terdiri dari Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Multikolinearitas.

3.6.2.1 Uji Normalitas

Ghozali (2011) menuturkan bahwa uji normalitas digunakan oleh peneliti untuk menilai apakah data yang digunakan dalam penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan alat uji *one sample Kolmogorof-Sminov*. Data dianggap terdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikansi lebih dari 0.05 atau 5%.

3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2011) mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu penelitian ke penelitian yang lain. Apabila nilai signifikansi $>5\%$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.2.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi untuk menguji apakah model regresi terdapat adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Ghozali (2011) mengatakan bahwa uji regresi yang baik adalah yang merupakan tidak terdapatnya korelasi antar variabel independen. Dari besarnya nilai *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance* merupakan cara untuk melihat ada tidaknya multikolinearitas. jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* mendekati

angka 1 (satu) maka artinya tidak terdapat multikolinearitas. model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat multikolinearitas.

3.6.3 Uji Analisis Regresi Berganda

Uji analisis regresi berganda berguna untuk mengetahui hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dan menunjukkan hubungan variabel-variabel tersebut. Persamaan regresi dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + c$$

Keterangan:

Y = Implementasi *Corporate Social Responsibility*

α = Konstanta

X1 = Citra Perusahaan

X2 = Loyalitas Konsumen

β_1 - β_2 = Koefisien regresi berganda

c = error term

3.6.4 Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independent yang terdapat di dalam model secara serentak terhadap variabel dependen. Uji pada penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh implementasi *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan dan loyalitas konsumen dan menguji signifikansi citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen.

Jika nilai signifikansi F lebih kecil dari 5% maka dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan dari model regresi. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 5% maka tidak terdapat pengaruh secara signifikan dari model regresi.

3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Widarjono (2010) mengatakan bahwa koefisien determinasi terletak pada 0 dan 1, saat R^2 semakin mendekati angka 1 maka semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, apabila R^2 semakin mendekati 0 maka semakin terbatas kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi mengukur persentase total variasi variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel independen pada garis regresi.

3.6.6 *Path Analysis*

Menurut Sugiyono (2009) *path analysis* adalah pengembangan statistik regresi, sehingga regresi dapat dikatakan sebagai bentuk khusus *path analysis*. *Path analysis* digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab-akibat. *Path analysis* juga digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung atau tidak langsung antara variabel independen maupun variabel dependen serta memperoleh

besaran kontribusi yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel yang ada.

3.6.7 Uji T

Ghozali (2011) mengatakan bahwa uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 5%. Dasar dalam pengambilan keputusan dinyatakan sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas atau p value $\leq 5\%$ dan arah koefisien regresi, sebagaimana variabel dihipotesiskan, sehingga dapat dikatakan signifikan. Maka hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak.

Yang artinya bahwa variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai probabilitas atau p value $> 5\%$ dan arah koefisien regresi, sebagaimana variabel dihipotesiskan, sehingga dapat dikatakan signifikan.

Maka hipotesis alternatif ditolak dan hipotesis nol diterima. Yang artinya bahwa variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.