

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, yang mengacu pada aliran positivisme atau suatu kegiatan yang memiliki hasil yang berupa kesimpulan yang memiliki sifat jelas dan pasti. Pada umumnya, penelitian ini dilakukan dengan pembuktian dari hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2011 : 55).

Dalam paradigma positivis, peneliti memandang bahwa realitas sosial ada dan berada di lapangan yang siap untuk diungkap, serta ada hukum-hukum, mekanisme alamiah dan bersifat universal yang mengaturnya (Newman, W. Lawrence, 2003:72). Tujuan utama dari penelitian positivis adalah untuk mencari penjelasan *scientific* untuk menemukan atau memperoleh sebuah konfirmasi mengenai hubungan sebab-akibat yang bisa digunakan untuk memprediksi pola-pola umum dari gejala sosial tertentu.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Yayasan Pendidikan Kristen Jl. Kelud No. 42 Malang dan Yayasan Petra Malang di Jl. Prof. M. Yamin No. 53 Malang. Lokasi penelitian mencakup dua sekolah yaitu SMAK 2 YPK Malang dan SMA Petra. Sekolah tersebut merupakan lokasi yang digunakan sebagai tempat pelaksanaan program “Mataku Sehat 2014”. Selain itu, penelitian juga dilakukan di PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Malang untuk memperoleh informasi *company profile*.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulan (Ruslan, 2003:127). Populasi dalam penelitian ini adalah para siswa yang di *screening* pada program tersebut dengan jumlah 700 orang.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2006:131). Teknik pengambilan sampel yaitu responden yang akan dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini mengacu pada jumlah populasi yang telah ditentukan. Menurut Burhan Bungin (2010: 105) untuk menentukan jumlah sampel dapat menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut:

$$\text{Rumus Slovin} : n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Dimana : n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

D = Estimasi Kesalahan

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

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

$$n = \frac{700}{700(0,1)^2+1}$$

$$n = 87,5 \text{ dibulatkan menjadi } 88 \text{ sampel}$$

Dari perhitungan di atas maka diperoleh besaran sampel sebesar 88 orang.

Selanjutnya dalam penelitian ini 88 sample tersebut akan disebar dan diperoleh data dalam bentuk kuesioner pada siswa SMA 2 YPK Jatim dan SMA Petra Malang. Sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik mengikuti dan mengetahui kegiatan program “Mataku Sehat 2014” serta pernah berbelanja di Alfamart.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik penarikan sampel *non probability sampling*, karena dalam penelitian ini tidak memungkinkan dibuat kerangka *sampling* (*sampling frame*) Kerangka *sampling* adalah daftar dari semua *sampling* dalam populasi *sampling* (Singarimbun, 1995:108). Dengan cara ini semua elemen populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, karena ada bagian tertentu yang tidak dimasukkan dalam pemilihan untuk mewakili populasi.

Sedangkan, pendekatan teknik penarikan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam hal ini pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Umar, 1996:92).

3.5 Data dan Jenis Data

Data dalam penelitian digolongkan menjadi data primer dan data sekunder yang diklasifikasikan sebagai berikut (Azwar, 2009:91)

- 1). Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data

langsung pada subjek sebagai sumber data yang dicari. Data primer dalam penelitian ini adalah dari penyebaran kuesioner dari sampel yang telah ditentukan.

- 2). Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data ini berupa dokumen, laporan yang tersedia dan sebagainya. Data sekunder diperoleh dari dokumen maupun data olahan yang dimiliki oleh pihak kantor pusat Alfamart yang mendukung dalam analisis pembahasan penelitian ini.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data antara lain sebagai berikut:

3.6.1 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari pertanyaan tertulis atau verbal yang di jawab responden (Maholtra, 2009:325). Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui jawaban dari responden mengenai variabel *Corporate Social Responsibility Goals* (X_1), *Corporate Social Responsibility issue* (X_2), dan *Corporate Relations Program* (X_3).

3.6.2 Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen,

peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya (Arikunto, 2006: 149). Dalam hal ini peneliti memanfaatkan bukti dokumentasi baik dari PT. Sumber Alfaria Trijaya. Tbk Malang maupun pihak Yayasan Pendidikan Kristen dan Yayasan Petra Malang

3.7 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang diteliti terbagi menjadi 2 kelompok besar atau variabel bebas dan terikat. Adapun definisi operasional variabel untuk masing-masing variabel dan indikatornya adalah sebagai berikut:

3.7.1 Variabel bebas (*Independent variabel*)

Variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lain. dalam hal ini variabel bebasnya adalah *Corporate Social Responsibility* (X). Beberapa turunan dari variabel ini adalah *Corporate Social Responsibility Goals* (X_1), *Corporate Social Responsibility issue* (X_2), dan *Corporate Relations Program* (X_3).

3.7.2 Variabel terikat (*Dependent variabel*)

Variabel yang diduga sebagai akibat atau dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah citra perusahaan (Y). Citra perusahaan merupakan suatu hal yang merupakan tujuan dari dilakukannya publisitas oleh perusahaan dimana akan dilihat sejauhmana variabel X dapat mempengaruhi variabel Y.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Konsep	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Konsep Indikator
CSR/Program "Mataku Sehat 2014" (X)	<i>Corporate Social Responsibility Goal (X₁)</i>	Konseptual program CSR perusahaan berdampak pada pembangunan berkelanjutan diarahkan pada pencapaian visi dan misi perusahaan	Tujuan Program	Pemberian kaca mata gratis bertujuan membantu siswa dalam belajar
			Kebutuhan program	Siswa yang mengikuti program Mataku Sehat banyak yang mengalami kesehatan mata
			Kelayakan program	Program "Mataku Sehat 2014" dianggap layak dan harus diadakan di waktu yang akan datang
			Waktu pelaksanaan program	Waktu pelaksanaan program sangat pas dengan kebutuhan kesehatan mata siswa
	<i>Corporate Social Responsibility Issue (X₂)</i>	Isu atau Motif yang mendasari pelaksanaan dan bentuk rancangan program CSR oleh	Isu legal / peraturan pemerintah	Program "Mataku Sehat 2014" sesuai dengan peraturan pemerintah sebagai bentuk kepedulian masyarakat

	perusahaan.	Isu sosial / kesehatan mata	Program “Mataku Sehat 2014” bentuk kepedulian Alfamart terhadap kesehatan mata siswa
		Isu ekonomi	Sekolah yang dijadikan objek program, memiliki banyak siswa yang tidak mampu secara ekonomi
		Isu lingkungan / masalah pendidikan	Program “Mataku Sehat 2014” mampu meningkatkan prestasi belajar siswa
<i>Corporate Relations Program (X₃)</i>	Implementasi pogram CSR dalam bentuk realisasi guna tercapainya hubungan baik dengan pihak eksternal perusahaan	Komitmen perusahaan terhadap program lanjutan	Dalam program lanjutan, Alfamart harus melaksanakan program ini di sekolah lain.
		Program pemererat hubungan dengan <i>stakeholder</i>	Program “Mataku Sehat 2014” mempererat hubungan siswa dengan Toko Optik Kacamata sebagai <i>stakeholder</i> program ini.
		Efek hubungan dengan perusahaan	Program “Mataku Sehat 2014” mempengaruhi motivasi siswa berbelanja di Alfamart

Citra Perusahaan (Y)	Citra perusahaan adalah persepsi dan meliputi segala sesuatu dari kesan visual dan pengalaman produk, layanan, dan perilaku perusahaan pada umumnya.	Kepercayaan dan minat berbelanja konsumen yang tinggi (<i>Personality</i>)	Siswa sangat suka berbelanja di Alfamart
		Memiliki citra dalam pelayanan yang baik (<i>Reputation</i>)	Alfamart memiliki layanan <i>frontliner</i> yang ramah
		Memiliki nilai yang baik sehingga banyak yang memiliki konsumen dengan minat belanja tinggi (<i>Value</i>)	Minat/kesukaan berbelanja diikuti oleh orang-orang terdekat responden
		Mencirikan pemahaman konsumen terhadap logo, warna khas hingga maskot perusahaan (<i>Corporate Identity</i>)	Pemahaman responden tentang ciri warna merah Alfamart dan <i>icon</i> lebah sebagai maskot Alfamart.

3.8 Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis yang akan digunakan sebagai alat pengolahan data adalah sebagai berikut :

3.8.1 Skala Pengukuran

Jenis penelitian ini dalam pengukuran variabel dengan menggunakan skala *likert*. Dimana skala *likert* berisi pernyataan yang sistematis untuk menentukan sikap seorang responden terhadap pernyataan itu (Ruslan, 2003: 186-187). Berikut ini kriteria-kriteria skor skala *Likert*, antara lain:

Tabel 3.2
Skor Skala *Likert*

Skor	Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Ragu-ragu
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber: Rosady Ruslan (2003:187)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji ini digunakan sebagai alat untuk menjaga akurasi model hasil regresi yang diperoleh. Uji asumsi klasik berguna untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu model regresi yang akan digunakan sebagai model penjelasan bagi pengaruh antar variabel.

3.8.2.1 Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah adanya lebih dari dua hubungan linier yang sempurna (Suharyadi, 2004:528). Teknik menganalisis multikolinieritas:

1. Variabel bebas secara bersama-sama pengaruhnya nyata atau uji F nyata namun ternyata setiap variabel bebasnya secara parsial pengaruhnya tidak nyata (uji t tidak nyata).
2. Nilai koefisien determinannya R^2 sangat besar, namun ternyata variabel bebasnya berpengaruh tidak nyata (uji t tidak nyata).
3. Nilai koefisien korelasi parsial yaitu $r_{yx1.x2}$, $r_{yx2.x1}$ dan $r_{x1x1.y}$ ada yang lebih besar dari determinannya.

Maka dengan demikian jika terjadi multikolinieritas maka ada beberapa cara dapat dilakukan seperti membuang variabel bebas yang diperkirakan multikolinieritas, hal ini terlihat dari nilai korelasi parsial antara variabel yang tinggi, cara lain yang bisa dilakukan adalah dengan menambah observasi atau data lagi.

3.8.2.2 Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk menunjukkan nilai variansi $(Y - \hat{Y})$ antara lain Y tidaklah sama atau hetero. Hal yang demikian ini banyak terdapat pada data yang bersifat *cross section* yaitu data yang dihasilkan pada suatu waktu dengan responden yang banyak. Ada tiga kemungkinan terjadinya hetero yaitu:

1. Adanya data bersifat *cross section* memungkinkan banyak variasi seperti pendapatan data yang hanya ratusan ribu perbulan namun ada yang sampai milyaran. Perbedaan yang sangat besar bisa memungkinkan adanya varian yang berbeda antara data pengamatan.
2. Proses belajar saat pertama bisa terjadi varian yang besar, dengan falsafah belajar, semakin lama semakin mengerti maka dengan bertambahnya ilmu tersebut dapat membuat varian yang lebih kecil.
3. Teknik pengumpulan data, apabila jumlah sedikit cenderung akan bervariasi dibandingkan dengan jumlah datanya banyak.

Cara mendeteksi adanya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan:

1. Metode grafik yaitu menghubungkan antara Y dan e tidak sistematis seperti semakin membesar atau mengecil seiring bertambahnya Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.
2. Uji korelasi *rank sperman*, uji ini digunakan untuk menguji heterokedastisitas apabila nilai korelasi rank sperman lebih besar dari nilai t_{tabel} .

Untuk mengatasi heterokedastisitas adalah dengan cara melakukan metode kuadrat kecil tertimbang. Nilai tertimbang dapat dilakukan berdasarkan apriori atau observasi. Dan dengan melakukan

transformasi log yaitu data diubah dalam bentuk log atau data transformasi ke bentuk lainnya seperti $1/X$ atau yang lain.

3.8.2.3 Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut urutan waktu. Adapun penyebab autokorelasi adalah:

1. Kelembaman biasanya terjadi fenomena ekonomi dimana sesuatu akan mempengaruhi sesuatu mengikuti siklus bisnis atau saling kait mengait.
2. Terjadi bias dalam spesifikasi yaitu ada beberapa variabel yang tidak termasuk dalam model.
3. Bentuk fungsi yang digunakan tidak tepat seperti semestinya bentuk nonlinier digunakan linier atau sebaliknya.

3.8.2.4 Uji Normalitas data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi dalam variabel dependen dengan variabel *independen* mempunyai distribusi normal atau tidak. Proses uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogrov smirnov*.

Uji normalitas data dilakukan dengan memperhitungkan penyebaran data (titik) pada normal *p plot of regression residual* variabel *independen* dimana:

1. Jika data menyebar digaris diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Model regresi yang baik adalah yang mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.

3.8.3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah regresi linier untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel *independen* yang jumlahnya lebih dari dua (Suharyadi dan Purwanto, 2004:508).

Dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y : Variabel dependen yaitu citra perusahaan

b : Konstanta perubahan variabel X dan Y

a : Koefisien konstanta

X : Variabel *independen* (variabel bebas) meliputi:

X₁: Faktor *CSR Goals*

X₂: Faktor *CSR Issue*

X₃: Faktor *Corporate Relations Program*

e : Error

3.8.4 Uji Hipotesis

3.8.4.1 Uji F

Menurut Sugiyono (2011:86) uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel independen mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen.

Rumus :

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

Dimana:

F : Pendekatan distribusi probabilitas *fischer*

R² : Koefisien korelasi berganda

K : Jumlah variabel bebas

n : Banyaknya sampel

Perumusan Hipotesis melalui uji F

H₀ : Variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan

H_a : Variabel *Corporate Social Responsibility* ada pengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan

3.8.4.2 Uji t

Menurut Sugiyono (2011:87), uji t digunakan untuk menguji sendiri-sendiri secara signifikan hubungan antara variabel independen (variabel X) dengan variabel dependen (variabel Y), dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$) syaratnya:

1. Jika t hitung $>$ t tabel, maka variabel independen mempunyai keeratan hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika t hitung $<$ t tabel, maka variabel independen tidak mempunyai keeratan hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen.

Rumus:

$$t = r \left(\frac{\sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}} \right)$$

Dimana:

r : Korelasi produk momen

n : Jumlah responden

Perumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a)

- 1) H_0 : Variabel *CSR Goal* tidak berpengaruh terhadap citra perusahaan
 H_a : Variabel *CSR Goal* ada pengaruh terhadap citra perusahaan
- 2) H_0 : Variabel *CSR Issue* produk produk tidak berpengaruh terhadap citra perusahaan

Ha : Variabel *CSR Issue* produk ada pengaruh terhadap citra perusahaan

3) H₀ : Variabel *Corporate Relations Program* tidak berpengaruh terhadap citra perusahaan

Ha : Variabel *Corporate Relations Program* ada pengaruh terhadap citra perusahaan

3.8.5. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya/diandalkan. Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama, dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran teknik *cronbach alpha* pada SPSS.

Uji reabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* (Sugiyono, 2011:283) yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r₁₁ : Reabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pernyataan atau banyaknya soal

σ_b² : Jumlah varians butir

σ_t² : Varians total

Metode ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 (Arikunto, 2006:171).

3.8.6 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keaslian suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid memiliki validitas tinggi. Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur yang diinginkan, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud (Arikunto, 2006:168).

Bila nilai signifikansi (sig) hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid (artinya butir pertanyaan tersebut gugur).