

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berada di PT X - Plant Casablanca. PT X merupakan *supplier* beton. PT X memiliki beberapa bidang usaha. Dalam penelitian ini penulis meneliti dibidang usaha PT X yang menjual beton cair siap pakai (*readymix concrete*).

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di PT X - Plant Casablanca yang berada di Jalan Dr. Saharjo No. 230 kelurahan Menteng Dalam, kecamatan Tebet, Jakarta Selatan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan selama 3 bulan , mulai dari tanggal 5 Februari 2018 sampai tanggal 4 Mei 2018. Jam masuk kerja praktek mulai dari pukul 08.00 – 16.00 wib.

3.2 Populasi

“Populasi merupakan salah satu hal yang esensial dan perlu mendapat perhatian dengan saksama apabila peneliti ingin menyimpulkan suatu hasil yang dapat dipercaya dan tepat guna untuk daerah (area) atau objek penelitiannya.”¹

¹Yusuf, Muri. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media. hal. 145

Menurut (Sugiyono. 2005: 90) 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.

Dalam penelitian ini, Populasi yang dipakai yaitu para konsumen yang telah melakukan pembelian produk beton cair (*readymix concrete*) di PT X - Plant Casablanca periode triwulan 1 tahun 2018. Populasi tersebut berjumlah 14 responden berasal dari perusahaan swasta dan BUMN.

3.3 Sampel

“Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”²

Penelitian ini menggunakan sampel yaitu Sensus. Sensus digunakan bila ukuran populasi kurang dari 30 dan penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Jumlah sampel penelitian ini yaitu 14.

3.4 Jenis dan Sumber

3.4.1 Jenis Data

1. Data Kualitatif

Merupakan data yang berbentuk informasi dan merupakan interpretasi dari hasil wawancara baik secara lisan maupun tulisan.

²Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta. hal. 81

2. Data Kuantitatif

Merupakan data yang diperoleh dari perusahaan berupa data yang dapat dihitung atau angka yang diperoleh dari dokumen atau laporan.

3.4.2 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama untuk tujuan tertentu menggambarkan masalah penelitian (Maholtra, 2007). Data primer didapatkan melalui penyebaran kuesioner ke para konsumen PT X Plant- Casablanca.

2. Data Sekunder

“Data Sekunder adalah data yang dikumpulkan pihak lain, hal ini mengandung arti bahwa periset hanya memanfaatkan data yang sudah ada untuk risetnya.”³

“Data sekunder sendiri memiliki dua jenis data yaitu sumber internal dan sumber eksternal.”⁴

Sumber data sekunder dalam penelitian ini berasal dari internal perusahaan yaitu meliputi data profil perusahaan, penyebaran plant *readymix*, dll.

³Sunyoto, Danang. Op Cit hal. 42

⁴Rangkuti, Freddy. 2011. *Riset Pemasaran*. Cetakan kesepuluh. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. hal. 26

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang bermanfaat untuk menjawab permasalahan penelitian. “Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.”⁵ Instrumen dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner dengan butir-butir pernyataan disetiap dimensinya.

Pemberian skor dari setiap pernyataan dalam kuesioner tersebut dinilai dengan menggunakan suatu skala. “Skala dapat didefinisikan sebagai suatu kumpulan atau kategori yang memuat pernyataan terhadap respon yang diberikan oleh responden pada pernyataan, objek atau nilai tertentu.”⁶

Penilaian skor dalam kuesioner penelitian ini menggunakan skala *likert*. Dalam skala *likert*, untuk menentukan skor biasanya menunjukkan kecenderungan positif, seperti:

- | | |
|------------------------------|-----|
| A. Sangat Setuju (SS) | : 5 |
| B. Setuju (S) | : 4 |
| C. Kurang Setuju (KS) | : 3 |
| D. Tidak Setuju (TS) | : 2 |
| E. Sangat Tidak Setuju (STS) | : 1 |

3.6 Teknik Pengumpulan Data

⁵Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. hal. 60

⁶Setyosari, Punaji. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta: Prenada Media. hal. 232

1. Kuesioner

Kuesioner berasal dari bahasa latin: *Questionnaire*, yang berarti suatu “Rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik tertentu diberikan kepada sekelompok individu dengan maksud untuk memperoleh data.”⁷

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.”⁸

Terdapat 3 bagian dalam kuesioner ini (Bagian A – C), meliputi Informasi Umum (biodata responden), Pertanyaan Umum, dan Pernyataan Tentang citra Merek. Kuesioner, disebarkan secara langsung kepada konsumen yang telah menggunakan produk beton cair (*readymix concrete*) di PT X - Plant Casablanca. Dalam penelitian citra merek ini kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang telah tersedia jawabannya sehingga konsumen dapat memilih jawaban yang tersedia dengan rentang penilaian jawaban yang memungkinkan responden untuk memberikan pendapat secara leluasa. Kuesioner ini menggunakan skala *Likert*.

Skala ini dikembangkan oleh Rensis Likert, yang merupakan suatu series butir (butir soal). “Reponden hanya memberikan persetujuan atau ketidak setujuannya terhadap butir soal tersebut.”⁹

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi konsumen mengenai objek penelitian. Skala penelitian *likert* ini memiliki rentang penilaian mulai dari angka 1 – 5 yang masing-masing memiliki skor penilaian.

⁷Yusuf, Muri. Op Cit hal. 199

⁸Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Cetakan ke 23. Bandung: Alfabeta. hal. 142

⁹Yusuf, Muri. Op Cit hal. 222

2. Wawancara

“Wawancara atau *interview* adalah teknik dialog antara subjek penelitian dengan objek yang sedang diteliti.”¹⁰

Teknik pengumpulan data melalui wawancara terdapat berbagai jenis, diantaranya ialah wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Penelitian ini melakukan teknik wawancara secara tidak terstruktur, dimana peneliti langsung mengajukan pertanyaan kepada narasumber yang dituju. Wawancara dilakukan dengan pihak internal PT X Plant- Casablanca bagian pemasaran mengenai proses marketing, cakupan daerah pemasaran dan hal-hal yang terkait dengan perusahaan tersebut.

3. Kepustakaan (*Library Research*) dan Penjelajahan Internet

Riset kepustakaan ialah bagian dari usaha-usaha yang dilakukan peneliti untuk dapat menghimpun berbagai informasi. Peneliti melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan literatur yang berhubungan atau relevan dengan judul penelitian ini. Sumber data ini diperoleh melalui buku- buku terkait, penelitian terdahulu dan data-data yang diperoleh dari internet seperti website resmi pemerintah.

Informasi yang didapat melalui buku-buku tersebut relevan dengan penelitian ini diantaranya buku Manajemen Pemasaran, Strategi Pemasaran, Perilaku Konsumen, Pengantar Bisnis, Pengantar Antropologi, Riset Pemasaran, Teknik Marketing, Teknik Mengelola Produk dan merek, metodologi penelitian kuantitatif dari pengarang buku yang berbeda-beda sehingga memiliki banyak sumber informasi. Penelitian terdahulu yang dipakai sebagai bahan referensi yaitu berasal dari karya tulis ilmiah berupa skripsi, jurnal dan tesis.

¹⁰Muliawan, Jasa Ungguh. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan*. Cetakan 1. Yogyakarta: Gava Media. hal. 180

3.7 Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Sugiono menyatakan: Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data atau mengukur data itu, valid. “Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.”¹¹

“Validitas berarti apa yang dilaporkan peneliti sama dengan apa yang terjadi dilapangan atau tempat penelitian.”¹² Uji validitas menurut Suharmini Arikunto dilakukan dengan menggunakan rumus *Product Moment*.¹³

Hasil uji validitas yang didapat menunjukkan perolehan angka r hitung. Hasil r hitung yang didapat dibandingkan dengan r tabel, dimana dalam menentukan besar r tabel, maka diperlukan perhitungan dengan rumus $df = n - 2$ serta taraf signifikansi yang ditentukan sebesar 5%. Jika dalam hasil perhitungannya r hitung lebih besar dari pada r tabel maka butir instrument dikatakan valid, dan begitu juga dengan sebaliknya. Uji validitas menggunakan teknik korelasi *product moment* akan dihitung melalui software pengolahan data statistika yaitu SPSS versi 20.

2. Uji Reliabilitas

Konsistensi dari hasil alat uji menurut waktu dan orang disebut reliabilitas. “Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk

¹¹Sugiyono. Op Cit hal. 348

¹²Lapau, Buchari. 2015. *Metode Penelitian Kesehatan:Metode Ilmiah Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Edisi ketiga. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. hal. 110

¹³Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. hal. 213

pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.”¹⁴.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Dari hasil uji reliabilitas yang dilakukan akan diperoleh besaran angka r hitung. Pernyataan kuesioner akan bernilai reliabel apabila angka r hitung tersebut lebih besar dari angka *cronbach alpha* yang bernilai 0,60. Uji reliabilitas akan dihitung melalui *software* pengolahan data statistika yaitu SPSS versi 20.

3. Analisis Uji Tabulasi Sederhana

Data yang telah dikumpulkan, selanjutnya dianalisis untuk dapat memberikan informasi terkait dengan tujuan penelitian ini. Tabulasi sederhana (*simple tabulation*) meliputi perhitungan variabel tunggal. Dalam penelitian ini menggunakan analisis tabulasi sederhana, data yang diperoleh akan diolah dengan rumus:

$$P = \frac{fi}{\Sigma fi} \times 100\%$$

Keterangan:

- P : Persentase responden yang memiliki kategori tertentu
 fi : Jumlah responden yang memiliki kategori tertentu
 Σfi : Banyaknya jumlah responden

Cara ini digunakan untuk menampilkan data yang mudah dibaca. Data yang dihasilkan akan disajikan dalam bentuk tabel. Analisis uji tabulasi sederhana ini digunakan untuk mengukur frekuensi. Kategori jawaban dapat diartikan dalam pengukuran sebagai berikut.

¹⁴Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. hal. 172

- A. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1
 B. Tidak Setuju (TS) : 2
 C. Kurang Setuju (KS) : 3
 D. Setuju (S) : 4
 E. Sangat Setuju (SS) : 5

Untuk mengetahui batasan nilai untuk setiap kelas, maka digunakan rumus yang dapat dilihat sebagai berikut¹⁵:

$$\frac{(\text{Nilai tertinggi} - \text{nilai terendah})}{\text{banyaknya kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Tabel 3.1
Pembagian Kelas

Kategori Batasan	Kategori
Sangat Tidak Baik	1,00 - 1,80
Tidak Baik	1,81 - 2,60
Cukup Baik	2,61 - 3,40
Baik	3,41 - 4,20
Sangat Baik	4,21 - 5,00

3.8 Definisi Operasional Variabel

Menurut (Ghozali, 2011:60) definisi operasional ialah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikan kegiatan atau memberi suatu operasionalnya yang diperlakukan untuk mengukur variabel tersebut. Berikut tabel definisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut.

¹⁵Umar, Husen. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. hal. 47

Tabel 3.2
Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	Citra Perusahaan (<i>corporate image</i>)	Merek PT X mudah diucapkan	Skala <i>Likert</i>
		Logo PT X identik dengan warna merah	
		Merek PT X melekat kuat pada benak kami	
		Merek PT X merupakan perusahaan yang terpercaya (<i>credible</i>)	
	Citra Pengguna (<i>user Image</i>)	Spesifikasi beton yang dijual PT X sesuai dengan apa yang kami butuhkan	Skala <i>Likert</i>
		Merek PT X lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan yang menjual produk serupa	
	Citra Produk (<i>product Image</i>)	PT X menjual berbagai variasi mutu beton sesuai dengan kebutuhan proyek	Skala <i>Likert</i>
		Kualitas mutu beton PT X sesuai dengan spesifikasi standar proyek	
		Harga beton yang ditawarkan sesuai dengan kualitas	
		Jaminan Produk beton yang dihasilkan oleh PT X memenuhi harapan konsumen	