

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Metode Pengumpulan Data

3.1.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data

1. Penelitian Pustaka (*Library Research*)

Penelitian pustaka adalah metode penelitian yang dilakukan dengan mempelajari literatur-literatur dan tulisan-tulisan yang mempunyai kaitan erat dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini.

2. Penelitian Lapangan

Penelitian ini menggunakan data primer melalui fasilitas kuesioner yang meliputi pertanyaan terstruktur. Dengan demikian, kuesioner dimaksudkan untuk memperoleh data kuantitatif berupa jawaban-jawaban responden yang kemudian dijadikan informasi sebagai bahan dasar pengambilan keputusan pemasaran.

3.1.2 Metode Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Pengumpulan data melalui dokumentasi yaitu dengan membaca buku atau literatur atau karya ilmiah lainnya dan sumber data lain yang berasal dari media elektronik seperti internet yang mempunyai hubungan dengan penulisan penelitian ini.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan langsung ke PT.Telkom Cabang Lampung untuk memperoleh data sekunder yaitu dengan mengambil data program dan gambaran umum perusahaan PT.Telkom. Metode pengambilan data dilakukan melalui metode wawancara dengan staf PT.Telkom Cabang Lampung.

3.2 Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel yang digunakan adalah *Probability Sampling*, suatu sampel yang ditarik sedemikian rupa, di mana suatu elemen (unsur) individu dari populasi tidak didasarkan pada pertimbangan pribadi, tetapi tergantung kepada aplikasi kemungkinan (probabilitas) di mana populasi sudah diketahui sebelumnya dan setiap anggota populasi mempunyai peluang sama besar untuk diambil sebagai sampel.

Menurut M. Nazir (1999:34), rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya sampel adalah:

$$n = \frac{N \cdot p(1-p)}{(N-1)D + p(1-p)}$$

$$\text{Dimana : } D = \frac{B^2}{4} = \frac{(0,10)^2}{4} = 0,0025$$

Keterangan:

N = Besarnya populasi,

n = Besarnya sampel.

p = Proporsi yang diduga.

D = Estimasi terhadap mean.

B = *Bound of error*, dalam penelitian ini tingkat kepercayaan yang digunakan adalah sebesar 90%, sehingga nilai $B = 10\%$.

Dalam penelitian ini Populasi diambil dari jumlah mitra binaan PT.Telkom Cabang Lampung dari tahun 2006-2008 sebanyak 375 mitra binaan. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dengan tingkat kepercayaan 95%.

Dalam survei kita tidak dapat mengetahui nilai p . Biasanya p ini dapat diketahui dari hasil survei. Jika tidak ada survei sebelumnya maka p dianggap 0,5 (Moh. Nasir, 1999:344).

Dari data tersebut maka dapat dihitung:

$$D = \frac{B^2}{4} = \frac{(0,1^2)}{4} = 0,0025$$

Jadi besarnya sampel adalah :

$$n = \frac{N \cdot \bar{p}(1 - \bar{p})}{N - 1 \cdot D + \bar{p}(1 - \bar{p})} = \frac{375 \cdot (0,5)(1 - 0,5)}{(375 - 1) \cdot 0,0025 + 0,5(1 - 0,5)} = 79,11 = 79$$

Metode penarikan sampel dilakukan melalui teknik *Stratified Random Sample* adalah sampel yang ditarik dengan memisahkan elemen-elemen populasi dalam kelompok-kelompok yang tidak *overlapping* yang disebut *strata*, dan kemudian memilih sebuah sampel secara *random* dari setiap *stratum*.

3.3 Variabel Operasional Penelitian

➤ Variabel Independen (X)

- Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiono, 2001:33). Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah sikap penerima *corporate social responsibility*. Sikap penerima *corporate social responsibility* program sebagai variabel independen X karena variabel ini mempengaruhi variabel dependen Y yaitu *corporate image* PT.Telkom Cabang Lampung.

1. Komponen Kognitif

Komponen ini berkaitan dengan pengetahuan, kepercayaan atau pikiran yang didasarkan pada informasi, yang berhubungan dengan objek

2. Komponen Afektif

Komponen ini dibentuk oleh aspek perasaan terhadap objek, dimana komponen ini berkaitan dengan aspek emosional terhadap objek tersebut. Objek tersebut dirasakan sebagai hal yang menyenangkan atau tidak menyenangkan, disukai atau tidak disukai.

➤ Variabel Dependen (Y)

- Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiono, 2001:33). Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai variabel terikat (Y) adalah *corporate image* PT.Telkom Cabang Lampung karena variabel ini dipengaruhi oleh variabel independen X yaitu sikap penerima program CSR.

Tabel 3. Variabel Oprasional

Variabel	Definisi Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Variabel Sikap (X)	Sebuah susunan dari motivasi, emosi persepsi dan proses kognitif dengan mempertimbangkan aspek lingkungan. (Del Hawkins, 2001:394)	-Komponen Kognitif	- Kepercayaan - Pengetahuan	Likert
		-Komponen Afektif	- Perasaan - Emosional	Likert
Variabel Corporate Image (Y)	Seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu obyek. Philips Kotler (2002:629)		-Keyakinan -Ide -Kesan	Nominal

3.4 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

3.4.1 Uji Validitas

Validitas merupakan alat ukur yang menunjukkan pada kita tentang sifat suatu alat ukur dalam pengertian apakah alat ukur cukup akurat, stabil atau konsisten dalam mengukur apa yang kita ukur (Natsir, 1999:174).

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pertanyaan yang disebarkan kepada responden. Instrumen yang dibuat sebelum disebarkan kepada responden yang menjadi sampel penelitian harus diuji kevalidan dan kereliabelannya agar daftar pertanyaan yang dibuat tersebut benar-benar mampu menguak data sehingga mampu menjawab permasalahan hingga tujuan penelitian tercapai.

Uji validitas dimaksudkan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen mengukur konsep yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat dan benar. Dengan mempergunakan instrumen penelitian yang memiliki validitas yang tinggi, hasil penelitian mampu menjelaskan masalah penelitian sesuai dengan keadaan atau kejadian yang sebenarnya. Pengujian ini menggunakan metode analisis faktor dengan bantuan *software* SPSS.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan ketepatan pengukuran, apabila pengukuran dilakukan pada objek yang sama berulang kali dengan instrumen yang sama. Untuk menilai reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini, digunakan rumus *Alpha Croanbach*. Hasil uji reliabilitas dengan nilai *Alpha Croanbachs* $> 0,5$ = Reliabel (Ferdinand, Agusty , 2002:63). Pengujian validitas dan reliabilitas ini dengan menggunakan bantuan program SPSS. Selanjutnya indeks kereliabelan diinterpretasikan dengan menggunakan tabel interpretasi r untuk menyimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan cukup reliabel atau tidak.

Tabel 4. Interpretasi Nilai r

Besar nilai r	Interpretasi
Antara 0,800 – 1,00	Tinggi
Antara 0,600 – 0,800	Cukup
Antara 0,400 – 0,600	Sedang
Antara 0,200 – 0,400	Rendah

Antara 0,000 – 0,200	Sangat rendah
----------------------	---------------

Sumber : Arikunto, 2002:24

3.5 Alat Analisis

3.5.1 Analisis Kualitatif

Menganalisis permasalahan dan mencari jalan pemecahan masalah dengan menggunakan data yang terkumpul dari hasil kuesioner yang dihubungkan dengan teori pemasaran atau pendekatan-pendekatan yang berkaitan dengan sikap penerima program CSR dalam menganalisis hubungannya dengan *corporate image* pada PT.Telkom Cabang Lampung.

3.5.2 Analisis Kuantitatif

Dalam penelitian ini analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan analisis regresi logistik yaitu salah satu pendekatan model matematis yang digunakan untuk menganalisis hubungan satu atau beberapa variabel independen dengan sebuah variabel yang bersifat dikotom (Sutanto, 2001:155).

Persamaan regresi logistiknya adalah:

$$Y = \log\left(\frac{P_i}{1-P_i}\right) = \beta + \beta_1 X_1 + U_i$$

(Arief, 1993:64)

Keterangan:

Y = 1 jika responden menganggap citra baik

= 0 jika responden tidak menganggap citra baik.

X = Penerima program *Corporate Social Responsibility*