

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu cara yang ditempuh untuk melaksanakan penelitian. Rancangan penelitian yang digunakan oleh peneliti yakni menggunakan penelitian kuantitatif yaitu suatu penelitian yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan angka dan statistik¹. Selain itu penelitian kuantitatif juga merupakan pengukuran dan data statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta untuk menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan dari orang-orang.²

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian korelasi. Penelitian korelatif adalah penelitian yang dirancang untuk menentukan tingkat keeratan hubungan variabel-variabel yang berbeda dalam populasi³. Penelitian korelasi bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan antara dua variabel, dan apabila ada seberapa eratnya

¹Husaini Usman dan R. Purnomo Akbar, *Pengantar Statistika* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 11.

²Limas Dodi, *Metodologi Penelitian Science Methods; Metode Tradisional dan Natural Setting, berikut Tehnik Penulिसannya* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 59.

³ Sevilla, C. G, dkk, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: UII Press, 1993), 87.

hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan itu.⁴Selain itu, penelitian menggunakan regresi sederhana yaitu regresi yang hanya melibatkan dua variabel yaitu satu variabel Independen X dan variabel Dependen Y. Adapun variabel tersebut sebagai berikut:

a) Variabel Independen (Variabel bebas)

Variabel bebas yaitu variabel yang menentukan arah atau perubahan tertentu pada variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel independen (bebas) adalah citra merek (X)

b) Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel terikat atau dependen, yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya (Y) adalah keputusan menjadi donatur(Y)

B. Definisi Operasional

Untuk menjelaskan variabel-variabel yang sudah didefinisikan maka perlu definisi operasional dari masing-masing variabel sebagai upaya pemahaman dan penelitian. Definisi dari variabel-variabel yang diteliti adalah:

1. Citra Merek (X) merupakan sebagai persepsi atau kesan tentang suatu merek yang direfleksikan oleh sekumpulan asosiasi yang menghubungkan pelanggan dengan merek dalam ingatannya.

⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), 239.

2. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan menjadi donatur.

Tabel 3.1
Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Citra Merek (X)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Strength of Brand Association</i> 2. <i>Uniqueness of Brand Association</i> 3. <i>Favorability of Brand Association</i>
Keputusan Menjadi Donatur (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor Budaya 2. Faktor Sosial 3. Faktor Pribadi 4. Faktor Psikologis

Sumber data: Data diolah oleh peneliti

C. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini adalah di Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng (LSPT) yang beralamat di Jalan Irian Jaya No. 10 Kota Jombang Jawa Timur. Alasan penulis memilih Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng (LSPT) Jombang menjadi objek penelitian sebab letak geografisnya yang strategis yakni menjadi jalan utama di Jombang yang sering dilalui oleh kendaraan umum. Serta satu-satunya lembaga amil zakat dibawah naungan Pondok Pesantren.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran baik kuantitatif maupun kualitatif dari karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas⁵. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah donatur tetapyang setiap bulan rutin mendonasikan dananya di Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng (LSPT) Jombang sebesar 3.610 donatur.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari wakil populasi yang diteliti, oleh karena itu sampel dilihat sebagai pandangan suatu pandangan terhadap populasi dan bukan populasi itu sendiri. Sampel dalam penelitian kuantitatif merupakan objek yang diselidiki yang dianggap representatif untuk mewakili seluruh populasi yang ada. Sampel merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengambil sebagian anggota populasi untuk mewakili seluruh anggota populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Random Sampling* yaitu sampel yang diambil secara acak.

Mengenai sampel yang digunakan, banyak sekali ahli riset yang menyarankan untuk mengambil 10% dari populasi, namun apabila populasinya besar maka dapat dikurangi.⁶ Dalam penelitian ini untuk menentukan berapa sampel minimal yang dibutuhkan. Jika dinilai

⁵ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenada Media, 2005), 5.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R7D* (Bandung: Alfabeta, 2008 , 225.)

populasi sudah diketahui dapat menggunakan tabel penentuan jumlah sampel Isaac dan Michael rumus dengan tingkat kesalahan 5% yaitu 317 sampel.

E. Tehnik Pengumpulan Data

1. Sumber data

Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer ialah data yang dikumpulkan dan diolah oleh peneliti langsung dari objeknya. Berdasarkan penelitian ini data primer bersumber dari kuesioner yang disebar peneliti. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁷ Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga penelitian swasta atau pemerintah maupun dari laporan-laporan, buku-buku, literature atau profil yang lainnya.

2. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuesioner (angket). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁸ Data primer dalam penelitian ini adalah wawancara dengan Donatur Service di Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng (LSPT) Jombang

⁷Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: UPFEMY, 2003), 61

⁸Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 142

dan menyebarkan angket kepada responden. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari angket berupa:

- a. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (X) citra merek.
- b. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (Y) pengambilan keputusan.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bagi peneliti yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian⁹. Instrumen penelitian sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian. Berdasarkan penelitian ini, instrumen penelitian berupa pedoman angket (kuesioner) yaitu suatu lembaran berupa pernyataan dan pertanyaan yang harus dijawab responden. Angket ini akan digunakan sebagai alat untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan menjadi donatur (studi kasus di Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng Jombang).

G. Analisis Data

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan kepada orang lain.¹⁰ Analisis data dapat dilakukan apabila data-data yang terkumpul

⁹ Rully Indrawan dan R. Poppy yYuniawati, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan* (Bandung: PT. Rafika Aditama, 2014), 112.

¹⁰ Ahmad Tanzach, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009), 103.

dan selanjutnya data tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan yang objektif dan logis. Secara garis besar, pekerjaan analisis data meliputi ::

1. *Persiapan*

Kegiatan dalam langkah persiapan, antara lain: mengecek nama dan keterangan identitas pengisi. Mengecek kelengkapan data, artinya memeriksa isi instrumen pengumpulan data.¹¹

2. *Editing* (membersihkan diri)

Pada proses ini data yang telah masuk perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan dalam pengisiannya, barangkali ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai dan sebagainya.

3. *Scoring*

Pemberian skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Tiap skor pada lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor dari item pertanyaan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat *option* (pilihan). Dalam penelitian ini pemberian skor sebagai berikut :

- a. Jawaban A diberi skor 5
- b. Jawaban B diberi skor 4
- c. Jawaban C diberi skor 3
- d. Jawaban D diberi skor 2
- d. Jawaban E diberi skor 1

¹¹ I Made Wirartha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), 252.

4. Tabulasi data

Tabulasi adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisi yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang masuk dikelompokkan dengan cara diteliti dan diatur sedemikian rupa dalam peristiwa.

5. *Processing*

a. Uji Validitas

Suatu instrumen baru dapat dipergunakan dalam penelitian apabila telah dinyatakan valid. Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen mampu mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan cara menguji validitas yaitu dengan mengukur korelasi antara butir-butir pernyataan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan.¹²

Untuk mengetahui valid atau tidak di setiap butir item maka teknik yang digunakan untuk menganalisis hubungan Citra Merek (X) dengan Keputusan Pembelian (Y) adalah dengan teknik analisa korelasi pearson product moment. Berikut rumus analisa korelasi pearson product moment:¹³

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

¹² Prabu Budi Santoso dan Ashari, *Analisi dengan Microsoft Excel dan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 247-248.

¹³ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 136.

Keterangan:

r = Koefisien korelasi pearson product moment

x = Skor setiap pertanyaan/item

y = Skor total

n = Jumlah responden

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reabilitas dibantu dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*.¹⁴ Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS *for windows* 21. Kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji reliabilitas, adalah:

c. Jika nilai_{hitung} lebih besar dari taraf signifikan(α) = 0,6 maka angket dinyatakan reliabel.

d. Jika nilai_{hitung} lebih kecil dari taraf signifikan(α) = 0,6 maka angket dinyatakan tidak reliabel.

c. Uji Normalitas

Pada penelitian ini menggunakan regresi sederhana, maka asumsi yang digunakan adalah uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah sampel penelitian merupakan jenis distribusi normal, maka

¹⁴Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), 135

digunakan pengujian menggunakan data deskriptif, menghitung nilai *kurtosis*, *skweness* dan *Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit Test*, grafik distribusi normal terhadap model yang diuji.¹⁵ Dasar pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan adalah jika nilai dan median sama maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Cara melihat data terdistribusi normal dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya dengan melihat nilai skewnes ataupun nilai kurtosis. Pada data yang terdistribusi normal memiliki skewnesnya 0 (nol)¹⁶ ataupun memiliki nilai = 3 untuk nilai kurtosisnya.¹⁷

d. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Pada penelitian ini untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada data dilakukan dengan melihat grafik *scatter plot*.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatter plot*:

¹⁵ Dwi Priyatno, *Belajar Praktis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendarasan Skripsi dan Tesis* (Yogyakarta: Gava Media, 2012), 60.

¹⁶ Zuraidah, *Statistik Deskriptif*, (Kediri: STAIN Press, 2012), 244

¹⁷ *Ibid*, 250.

- 1) Jika terdapat pola tertentu pada grafik *scatter plot*, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar, maka indikasinya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁸

e. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara periode t dengan periode *cros section* sebelumnya ($t-1$). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jika tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan observasi sebelumnya.

Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtur waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data seperti pada *questioner* dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan.

Cara untuk mendeteksi adanya autokorelasi dalam penelitian ini dengan menggunakan *Durbin-Watson*. Secara garis besar tolak ukur untuk menyimpulkan adanya autokorelasi atau tidak adalah sebagai berikut:

- 1) Jika DW lebih kecil dari d_l atau lebih besar dari $(4-d_l)$ maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.

¹⁸<http://www.konsistensi.com/2015/01/uji-heteroskedastisitas-dengan-grafik.html>, diakses tanggal 29 Mei 2017

- 2) Jika DW terletak antara du dan $(4-du)$, maka H_0 diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika DW terletak antara dl dan du atau antara $(4-du)$ dan $(4-dl)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

f. Analisis Regresi Linier Sederhana

Teknik analisis regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, adapun rumusnya:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a dan b = Konstanta

Langkah membuat persamaan regresi linier sederhana:

- 1) Membuat tabel penolong
- 2) Mencari nilai konstanta a dan konstanta b

Rumus:

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

- 3) Membuat persamaan regresi dengan rumus: $Y = a + b$

g. Analisis Korelasi *Pearson Product Moment*

Analisis Korelasi *Pearson Product Moment* adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) yaitu citra merek dan variabel terikat (Y) yaitu prokeputusan donatur dan data terbentuk interval dan rasio. Analisis hubungan (korelasi) yaitu suatu bentuk analisis data dalam penulisan yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan atau bentuk arah hubungan diantara dua variabel atau lebih dan besarnya pengaruh yang disebabkan oleh variabel yang satu (variabel bebas) terhadap variabel lainnya (variabel terikat).¹⁹ berikut:

Rumus untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

keterangan :

n = Banyaknya Pasangan data X dan Y

$\sum x$ = Total Jumlah dari Variabel X (citra merek)

$\sum y$ = Total Jumlah dari Variabel Y (keputusan pembelian)

$\sum x^2$ = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel X

$\sum y^2$ = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel Y

$\sum xy$ = Hasil Perkalian dari Total Jumlah Variabel X dan Variabel

¹⁹ Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), 187.

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut maka kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut²⁰:

Tabel 3.2
Interpretasi Koefisien Nilai r

Koefisien	Tingkat hubungan
0,80-1,000	Sangat Kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup Kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

h. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen. Langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut :

1) Menentukan hipotesis

$H_0 : \beta = 0$, artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen $H_0 : \beta \neq 0$, artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Menentukan tingkat signifikan

Tingkat signifikan pada penelitian ini adalah 5% artinya resiko kesalahan mengambil keputusan 5%.

²⁰Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D (Bandung: Alfabeta, 201), 284..

3) Pengambilan keputusan

- a) Jika probabilitas ($\text{sig } F$) $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen dengan variabel dependen.
- b) Jika probabilitas ($\text{sig } F$) $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen dengan variabel dependen.

4) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $- t_{hitung} \geq t_{tabel}$ jadi H_0 diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $- t_{hitung} < t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak²¹

5) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan kudrat dari koefisien korelasi (r^2) yang berkaitan dengan variabel bebas dan variabel terikat. Secara umum dikatakan bahwa r^2 merupakan kuadrat korelasi antara variabel yang digunakan sebagai *predictor* dan variabel yang memberikan *response*. Koefisien determinasi dalam analisis regresi biasanya dijadikan dasar dalam menentukan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Koefisien determinasi (r^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.²²

²¹ Sugiyono, Statistik untuk Penelitian (Bandung: ALFABETA, 2007), 193.

Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel X (citra merek) dalam menjelaskan variabel terikat Y (pengambilan keputusan menjadi donatur). Kriteria pengujian $R^2 = 0$, artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika R^2 semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.

²² Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.