

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai *Sponsorship* terhadap *Brand Image*. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (X) (*independent variabel*) adalah *Sponsorship* dimana sub variabel dari (X) ini adalah tujuan event, bentuk/jenis event, tempat event, target audience, program event, dan waktu event.

Sedangkan untuk variabel terikat (Y) adalah *Brand Image* yang memiliki dua dimensi yaitu *product attributes* dan *personality*.

Melalui kedua variabel ini maka akan dianalisis mengenai pengaruh *Sponsorship* terhadap *Brand Image* pada produk rokok djarum super, kegiatan Liga Djarum Indonesia survei pada anggota Pusat Viking Club Persib Bandung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian deskriptif dan verikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif survey* dan metode *explonatory survey*.. Menurut Travers (dalam Husain Umar 29:1997) “Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung

pada saat riset dilakukan dan untuk memeriksa sebab-sebab dari suatu dari suatu gejala tertentu”. Melalui ini data-data dikumpulkan dari sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuisisioner kepada sampel responden untuk memperoleh fakta yang relevan dan *upto date*. Pengumpulan data melalui kuisisioner dilakukan langsung di lapangan. Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk mengetahui tanggapan pelanggan mengenai objek yang sedang diteliti.

Sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah terdapat pengaruh yang kuat antara *sponsorship* dengan *brand image* pada produk rokok djarum super.

b. Metode Penelitian

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif survey* dan metode *explanatory survey*.

Metode *deskriptif survey* dan metode *explanatory survey* merupakan metoda penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan deskripsi dan hubungan-hubungan antar variabel. Dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi

dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah metode *cross-sectional*. Husein Umar (2002 : 45), mengemukakan “Metode *cross-sectional* adalah metode penelitian dengan cara mempelajari obyek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang)”.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang di bahas dalam penelitian ini, yaitu : *Sponsorship* yang merupakan *Independent variable*. Dari variabel tersebut dikaji bagaimana pengaruhnya terhadap *Brand Image*, yang merupakan *Dependent Variable*.

Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	N0 Item
1	2	3	4	5	6
<i>Sponsorship</i> (Variabel X)	Bentuk keuangan perusahaan pada media, acara sosial, atau olahraga dalam rangka membuka atau memperkenalkan merek perusahaan tersebut (Rossiter dan L Perey, 1996)				
		- Tujuan Sponsorship	- Tingkat ketepatan Sponsorship	Ordinal	1
		- Bentuk/jenis Sponsorship yang dilaksanakan	- Tingkat kemenarikan Sponsorship	Ordinal	2
		- Penempatan baligo dan spanduk	- Tingkat Ketepatan penempatan baligo dan spanduk	Ordinal	3,4
		- Penempatan stan-stan	- Tingkat penempatan stan-stan	Ordinal	6
		- Disain logo yang unik dan menarik	- Tingkat keunikan dan kemenarikan logo	Ordinal	7
		- Pusat informasi sangat jelas	- Tingkat kejelasan informasi	Ordinal	8
		- Program yang kreatif serta terkait dengan aktivitas	- Tingkat kemenarikan program acara yang diselenggarakan	Ordinal	5,9
		- Keamanan Stadion	- Tingkat keamanan distadion	Ordinal	10

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	N0 Item
1	2	3	4	5	6
Citra Merek (<i>Brand Image</i>) (Y)	Sekumpulan asosiasi merk yang terbentuk dibenak konsumen . (Terence A.Shimp, 2003)				
Atribut Produk (Y1)	Merk yang berhubungan langsung dengan karakteristik produk				
		Kapasitas dan bentuk	Tingkat kapasitas kemasan	Ordinal	14
		Kadar tar dan nikotin	Tingkat kadar tar dan nikotin		11,15
		Desain Produk	Tingkat Keunikan desain logo	Ordinal	13,16
		Harga Produk	Tingkat Harga	Ordinal	12,17
		Kemasan Varian Produk	Tingkat variasi rasa	Ordinal	18
Personality (Y2)	Merk sebagai ilustrasi kepribadian konsumen				
		Kepercayaan Diri	Tingkat kepercayaan diri	Ordinal	19,22
		Kegagalan	Tingkat Kegagalan	Ordinal	21,23
		Keeklusivan	Tingkat Keeklusivan	Ordinal	24
		Bahasa Pergaulan	Tingkat Pergaulan	Ordinal	25,20

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:107), yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh. Data yang diperlukan dalam penelitian ini dikategorikan menjadi, yaitu:

1. Data primer

Data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target sasaran produk perusahaan dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian ini, yaitu anggota Pusat Viking Club Persib Bandung

2. Data sekunder

Data yang sudah tersedia sebelumnya, diperoleh dari pihak lain yaitu dari literatur, artikel, tulisan-tulisan ilmiah serta situs di internet.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

NO.	JENIS DATA	SUMBER DATA
1.	Karakteristik konsumen	Konsumen
2.	Gambaran konsumen terhadap <i>Sponsorship</i> pada produk rokok Djarum Super	Konsumen
3.	Gambaran <i>Brand Image</i> pada produk rokok Djarum Super	Konsumen

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Pelaksanaan suatu penelitian membutuhkan populasi sebagai sumber data juga tidak terlepas dari penelitian yang akan diteliti, karena melalui objek penelitian akan diperoleh variabel-variabel yang merupakan permasalahan dalam penelitian dan diperoleh suatu pemecahan masalah yang akan menunjang keberhasilan penelitian.

Menurut Sugiyono (2001: 72), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah perokok Djarum Super

Dari pengertian di atas, sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian, yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah berupa keseluruhan anggota Viking yang masih aktif dalam keanggotaan serta yang mengkonsumsi rokok Djarum Super sebanyak 5000.

2. Sampel

Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang presentatif atau mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang untuk menjadi sampel. Menurut Sogiono (2002: 73), yang dimaksud dengan sampel adalah “bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya karena keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia. Maka dari itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti.

Maka itulah peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut

mewakili yang lain yang tidak diteliti, sehingga yang menjadi sampel dari penelitian ini adalah anggota Viking pengambilan subjek dari sebagian populasi dinamakan sampel, sebagaimana pengertian sampel menurut Sudjana (2001: 6) adalah “Sebagian yang diambil dari populasi n dengan menggunakan cara-cara tertentu”.

Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti adalah dengan menggunakan cara Slovin yaitu: ukuran sampel yang merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan prosentase kelonggaran ketidak telitian, karena dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan. Karena penelitian ini bersifat sosial, maka taraf kesalahan ditetapkan sebesar 10%. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

(Sumber: Husein Umar, 2002: 141)

Keterangan: n: ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : taraf kesalahan

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{5000}{1 + 5000.0,1}$$

$$n = \frac{5000}{50.01}$$

$$n = 99,98$$

$$n = 100$$

Berdasarkan uraian di atas, maka sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 (orang).

3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Untuk mendapatkan sampel representatif, maka harus diupayakan subjek dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi unsur sampel, sehingga peneliti menggunakan teknik *probability sampling* yang berarti teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi anggota sampel.

Pengambilan sampel dilakukan secara acak dengan metode *simple random sampling*, yaitu tiap unit dalam sampel mempunyai peluang yang sama untuk dipilih.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses pengadaan data untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Sedangkan teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah :

1. Angket atau *kuesioner*

Yaitu pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis pada responden yang menjadi anggota sample penelitian.

2. Wawancara atau *interview*

Yaitu digunakan untuk memperoleh data dengan cara berkomunikasi secara langsung dengan responden yang terpilih melalui daftar pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya sebagai pedoman wawancara.

3. Studi *literatur*

Yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, majalah ilmiah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reabilitas

a. Pengujian Validitas

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliable.

Dimaksud dengan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti berarti memiliki validitas Rendah (Suharsimi Arikunto, 2002)

Untuk memperoleh instrumen yang valid, peneliti harus bertindak hati-hati sejak awal penyusunannya. Sebagaimana pendapat Husein Umar (2002: 111)

bahwa Validitas adalah pernyataan sampai sejauhmana data yang tertuang pada suatu kuesioner dapat mengukur apa yang ingin diukur.

Adapun rumus yang digunakan adalah rumus *korelasi product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

(Sumber: Husein Umar, 2003: 111)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = Ukuran sampel

X dan Y = Variabel yang diteliti

b. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menurut Suharsimi Arikunto (2002: 145) adalah “menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu”.

Adapun untuk pengujiannya dilakukan dengan menggunakan rumus Spearman-Brown sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{2 r_{xy}}{(1 + r_{xy})}$$

Untuk keperluan itu, maka butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok bila di perlukan, yaitu kelompok instrumen ganjil dan instrumen genap. Selanjutnya skor data tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya. (Suharsimi Arikunto, 2002:156).

Sedangkan untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2002:157) adalah sebagai berikut:

Antara 0.800- 1.000 = reliabilitas sangat tinggi

Antara 0.600- 0.800 = reliabilitas tinggi

Antara 0.400- 0.600 = reliabilitas cukup

Antara 0.200- 0.400 = reliabilitas rendah

Antara 0.000- 0.200 = reliabilitas sangat rendah

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolok ukurnya dari peserta yang sama.

Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t.

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Suharsimi Arikunto, 2002: 157)

Nilai t dibandingkan dengan harga t_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha=0,05$. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka soal tersebut valid, sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka soal tersebut tidak valid.

Untuk pengujian realibilitas dari soal maka digunakan metode tes tunggal, dimana tes yang akan diselidiki realibilitasnya dibagi menjadi dua bagian dengan asumsi bahwa tingkat kesukarannya merata.

3.2.7 Teknik Analisis Data

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran hasil pengolahan data berdasarkan batas-batas menurut Moch. Ali (1985:184) adalah sebagai berikut:

TABEL 3.3
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian kecil
3	26% - 49%	Hampir setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian besar
6	76% - 99%	Hampir seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Adapun analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Nirwana SK Sitepu (1994:11) menyatakan “Syarat variabel dalam regresi sekurang-kurangnya interval”. Berdasarkan pendapat tersebut maka langkah-langkah teknik analisis adalah sebagai berikut:

1) *Method Of Successive Interval (MSI)*

Penelitian ini menggunakan data ordinal, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131). Langkah langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung Frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pertanyaan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Dencity at Lower Limit}) - (\text{Dencity at Upper Limit})}{(\text{Are aBellow Upper limit}) - (\text{Area Bellow Lower limit})}$$

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel *independent* dengan variabel *dependent* serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2) Menguji β_1 Melalui Uji t

Menguji β_1 adalah untuk memeriksa apakah dalam populasi memang ada hubungan linier antara Y dengan X. Statistik uji yang digunakan (Draper and Smith, 1981)

$$t = \frac{b_1}{s(b_1)}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:21)

Nilai b_1 di dapat dengan rumus:

$$b = \frac{\sum_{i=1}^n X_i Y_i - \frac{\sum_{i=1}^n X_i \sum_{i=1}^n Y}{n}}{\sum_{i=1}^n X_i^2 - \frac{\left(\sum_{i=1}^n X_i\right)^2}{n}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:18)

Nilai S (b_1) didapat dengan rumus:

$$s(b_1) = \sqrt{s^2(b_1)} = \frac{s_{Y|X}^2}{\sum_{i=1}^n X_i^2 - \frac{\left(\sum_{i=1}^n X_i\right)^2}{n}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:20)

Keterangan:

S (b_1) = standar error untuk b_1

3) Diagram Pencar

Model Regresi Linier Sederhana, yaitu $Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$. Dari sampel model yang digunakan adalah $Y = b_0 + b_1 X + \varepsilon$. Kovariansi antara X dan Y sifatnya searah, dalam arti bahwa apabila X berubah makin besar maka Y pun berubah semakin besar atau apabila X berubah makin kecil, maka Y pun berubah makin kecil. Kovariansi antara kedua variabel itu disebut positif, ini mengesyaratkan hubungan positif.

4) Uji Titik Terpencil

Setelah menggambarkan hasil pengamatan dalam diagram pencar dan sudah bisa menentukan pola garis lurus, maka langkah selanjutnya adalah memperhatikan diagram pencar ada titik yang letaknya terpencil.

Statistik uji yang digunakan adalah:

$$t = \frac{Y - \hat{Y}}{S_{Y-\hat{Y}}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:19)

5) Langkah Kerja Analisis Regresi Linier

Menurut Nirwana SK Sitepu (1994:29), jika ingin menggambarkan hubungan antara dua variabel yang memiliki skala pengukuran interval, maka langkah kerjanya sebagai berikut:

- a. Tentukan terlebih dahulu secara jelas mana yang menjadi variabel bebas dan mana variabel tak bebas.

- b. Periksa secara kasar melalui diagram pencar bagaimana bentuk pola hubungan antara variabel bebas dengan variabel tak bebas. Apabila pola pencaran titik-titik yang memperlihatkan hubungan antara variabel X dan Y mengikuti pola garis lurus, maka mempunyai pegangan atau dasar untuk mengatakan (menggunakan) model regresi linier sederhana dengan model $Y = \beta_0 + \beta_1 X + \epsilon$.
- c. Perhatikan apakah pada diagram pencar ada titik yang letaknya terpencil. Jika ada titik yang letaknya terpencil lakukan pengujian terpencil, untuk menentukan apakah titik tersebut harus dikeluarkan atau tidak.
- d. Lakukan perhitungan koefisien-koefisien yang diperlukan.
- e. Lakukan pengujian kecocokan model.
- f. Kesimpulan.

6) Rancangan Uji Hipotesis

Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis Regresi Linier Sederhana.

Untuk menguji ada atau tidaknya hubungan/pengaruh antara variabel X dan Y digunakan rumus student (t_{student}). Rumus dari distribusi student adalah:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = distribusi student

r = koefisien korelasi product moment

n = banyaknya data

(Sudjana, 2001 : 62)

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari dulu nilai dari t_{hitung} dan dibandingkan dengan nilai dari t_{tabel} dengan taraf kesalahan 5% atau sebesar 0,05 maka :

- 1) $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y, maka digunakan rumus KD (Koefisien Determinasi), yaitu:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

(Sugiono,2005:250)

Nilai r didapat dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

(Husaein Umar, 2002:250)

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan/pengaruh dapat diklasifikasikan sebagai berikut,

Tabel 3.4
PEDOMAN UNTUK MEMEBERIKAN INTERPRESTASI
KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat kuat

Sumber: Sugiono (2001:183)

