BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Untuk mengumpulkan data yang dijadikan bahan dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul "Analisis Penilaian *Citra Perusahaan* Oleh Konsumen Pada Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung, penulis melakukan penelitian pada Restaurant Bumbu Desa Bandung yang beralamat di JL. Laswi No. 1 Bandung.

Sedangkan objek penelitian ini adalah mengenai *Citra Perusahaan* dimana yang menjadi indikator adalah personality, reputation, value, corporate indentity.

3.2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu ekonomi, secara khusus menggunakan pendekatan manajemen pemasaran, berkaitan dengan *Citra Perusahaan.*

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif atau sering juga disebut dengan penelitian survei. Menurut M. Nazir (2003:54), mendefinisikan metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

3.2.1. Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh (a). deskripsi mengenai *citra perusahaan* yang dinilai oleh konsumen. Karena menggunakan metode survei, maka untuk menjawab tujuan penelitian (1) yaitu mengetahui tanggapan responden mengenai penilaian *citra perusahaan* oleh konsumen pada restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung, maka digunakan deskriptif survei.

Tabel 3.1

Matriks Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis Penelitian	**Metode Yang Digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian produk di Restaurant Bumbu Desa Kedai Cabang Laswi Bandung	*One shoot – cross sectional*

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini konsep variabel yang diteliti adalah *citra perusahaan*. *Citra perusahaan* merupakan *independent variable* atau variabel bebas (x).

Menurut Umi Narimawati (2007 : 27), *independent variable* atau variabel bebas merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas merupakan variabel yang pengaruhnya diukur, dimanipulasi, atau

dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi dalam kaitannya dengan variabel lain.

Agar dapat memperlancar dalam pengumpulan data dan pengukurannya maka variabel dan sub-variabel dalam penelitian ini akan didefinisikan secara rinci untuk kemudian dijabarkan ke dalam masing-masing indikator serta skala pengukurannya.

Untuk lebih jelasnya, operasionalisasi variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1. berikut ini:

Tabel 3.2

Operasional Variabel Penelitian

Variabel [1]	**Konsep Variabel** [2]	**Indikator** [3]	**Ukuran** [4]	**Skala** [5]
Citra perusahaan (X)	Citra perusahaan adalah persepsi seseorang mengenai suatu citra organisasi dan persepsi-persepsi ini diciptakan melalui seluruh indera : penglihatan, pendengaran, penciuman, peraba, citra rasa, dan perasaan yang dialami melalui penggunaan produk, pelayanan konsumen, lingkungan komersil, dan komunikasi perusahaan. Paul R. Smith (1995:332)	1. Personality - Dapat dipercaya Bahwa Produknya Halal - Mempunyai tanggung jawab sosial Karena Memiliki Sertifikat Dari MUI 2. Reputation - Kinerja keamanan Disediakannya Parkiran - Diyakini Publik Sasaran karena tema masakan sunda dan daerahnya dominan orang sunda	- Tingkat Kepercayaan Bahwa Produknya Halal - Tingkat pertanggung jawaban sosial Karena Memiliki Sertifikat Dari MUI - Tingkat Kinerja Keamanan Disediakannya Parkiran - Tingkat Publik Sasaran karena tema masakan sunda dan daerahnya dominan orang sunda	Ordinal Ordinal

		3. Value - Sikap Manajemen Peduli Terhadap Keinginan Pelanggan - Karyawan Cepat Tanggap Terhadap Permintaan Dan Keluhan Pelanggan 4. Corporate Indentity - Logo - Warna - Slogan	- Tingkat Sikap Manajemen Peduli Terhadap Keinginan Pelanggan - Tingkat Karyawan Cepat Tanggap Terhadap Permintaan Dan Keluhan Pelanggan - Tingkat Logo - Tingkat Warna - Tingkat slogan	Ordinal Ordinal

3.2.3. Sumber Dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1. Sumber Data (Primer dan Sekunder)

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok, yaitu :

1. Data Primer

   Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang menjadi sampel penelitian untuk mengetahui penilaian citra perusahaan oleh konsumen pada Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung. Disamping itu, data primer juga merupakan data yang diperoleh dari wawancara langsung dengan karyawan pada perusahaan tersebut tentang penilaian citra perusahaan oleh konsumen pada Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung.

2. Data Sekunder

   Data yang telah ada dan tersusun secara sistematis serta merupakan data tertulis dari pihak perusahaan, seperti data yang berbentuk profil

perusahaan. Selain itu data juga diperoleh dari sumber tertulis seperti : literature, artikel, berbagai website, dan tulisan ilmiah yang dianggap relevan dengan topik permasalahan.

3.2.3.2. Teknik Penentuan Data

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek / subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono 2009:80).

Dalam penelitian ini, sasaran populasi yang dipilih adalah konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian produk pada Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung yang berjumlah kurang lebih 6000 per bulan (sumber dari perusahaan).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2009:81). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Kesimpulannya akan diberlakukan

untuk populasi. Untuk sampel yang diambil dan populasi harus betul-betul representatif.

Menurut Umi Narimawati (2007:33), teknik sampling adalah cara bagi peneliti dalam menentukan sample yang akan diteliti yang diambil dari populasi tertentu. Penentuan sample dilakukan dengan teknik probabilitas, yaitu menentukan sample dengan menggunakan aturan statistik dengan menggunakan pendekatan rata-rata atau proporsi. Teknik yang lebih spesifik yang digunakan oleh penulis yaitu Pengambilan Sampel Secara Random Sederhana (*Simple Random Sampling*), yaitu cara pengambilan sampel dengan teknik ini ialah dengan memberikan suatu nomor yang berbeda kepada setiap anggota populasi, kemudian memilih sampel dengan menggunakan angka-angka random.

Penghitungan jumlah sample berdasarkan Slovin (1960) sebagaimana dikutip oleh Husein Umar (2000:28) menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Toleransi tingkat kesalahan 10% (0,1)

Konsumen yang mengunjungi Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung berjumlah kurang lebih 6000 orang per bulan (sumber dari perusahaan).

Adapun hasil perhitungan dalam penentuan sampel minimal dengan jumlah populasi rata-rata perbulan seperti tersebut diatas, dengan menetapkan presisi sebesar 10% (0,1) maka untuk penelitian pada Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{6000}{1 + 6000 \times 0{,}1^2}$$

$$= 99, 9833361 \text{ orang}$$

Dari hasil perhitungan diatas, berarti populasi yang dijadikan sampel adalah sebanyak 99, 9833361 atau dibulatkan menjadi 100 orang responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penulis menggunakan metode deskriptif atau sering juga disebut dengan penelitian survei, metode ini merupakan suatu bentuk pengumpulan data yang bertujuan menggambarkan, memaparkan keadaan yang ada di perusahaaan untuk kemudian diolah menjadi data, atau metode yang menafsirkan, menganalisa dan menguraikan data dan informasi secara jelas yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Adapun teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Studi Lapangan (*Field Research*)

   Studi lapangan yaitu tekhnik pengumpulan data dengan cara melakukan penelitian ke lapangan atau ke perusahaan yang dijadikan objek penelitian secara langsung.

   Dalam tekhnik ini terdapat tiga cara yang dilakukan yaitu :

a. Observasi, menurut Umi Narimawati (2007:63) yaitu pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan oleh pengumpul data terhadap gejala / peristiwa yang diselidiki pada obyek penelitian.

b. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan menyebar daftar pertanyaan untuk diisi oleh sejumlah responden. Untuk mendapatkan data yang diperoleh bagi pencapaian sasaran penelitian ini maka digunakan pengukuran melalui sejumlah kuesioner. Dimana responden mengisi sendiri kuesioner tersebut dengan menggunakan skala likert (lima skala).

Tabel 3.3.
Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai Positif	Bobot Nilai Negatif
Sangat Puas	5	1
Puas	4	2
Cukup Puas	3	3
Kurang Puas	2	4
Tidak Puas	1	5

c. Wawancara, menurut Umi Narimawati (2007:64) yaitu pengumpulan data melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pewawancara (pengumpul data) dengan responden (sumber data).

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan adalah tekhnik pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari sumber data yang digunakan berdasarkan data-data perpustakaan.

Setelah pengumpulan data dilakukan maka data tersebut diolah, dalam penyusunan laporan usulan penelitian ini penulis melakukan pengolahan data sebagai berikut :

1. Mengumpulkan terlebih dahulu data-data yang telah diperoleh dari pihak perusahaan.
2. Mengumpulkan dokumen-dokumen tertulis, buku-buku atau literature yang berhubungan dengan materi laporan usulan penelitian.

   Mengkombinasikan hubungan data yang diperoleh kemudian disusun secara sistematis dalam bentuk laporan usulan penelitian.

Dokumentasi, yaitu cara yang dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan/laporan dan dokumen-dokumen lain dari berbagai organisasi yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti.

Dokumentasi, menurut Umi Narimawati (2007:79) yaitu dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan / laporan dan dokumen-dokumen lain dari berbagai organisasi yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti, yang dalam hal ini adalah penilaian konsumen mengenai citra perusahaan.

3.2.4.1 Uji Validitas

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya instrumen menunjukn sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Validitas adalah alat pengumpulan (pengukuran) data menunjukan kesesuaian atau kecocokan antara alat ukur dengan apa yang diukur. Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui kesesuaian kriteria penelitian yang digunakan

pada angket dengan kondisi aktual objek yang diteliti, atau untuk mengetahui valid atau tidaknya alat yang digunakan dalam pengumpulan data yang akan dianalisis lebih lanjut. Semakin tinggi validitas suatu alat ukur, maka alat ukur tersebut semakin mengena pada sasarannya. Suatu test dapat dikatakan memiliki validitas tinggi apabila test tersebut memberikan hasil ukur sesuai dengan makna dan tujuan diadakannya test tersebut.

Uji validitas menurut Umi Narimawati (2007:63) sebagai berikut :

"Validitas alat pengumpulan (pengukuran) data menunjukkan kesesuaian atau kecocokan antara alat ukur dengan apa yang diukur".

Uji validitas dalam penelitian ini akan menggunakan korelasi pearson (*Product Moment Pearson*). Dalam uji validitas, kita menentukan nilai kritisnya sebesar 0,3. Maka menurut Bambang Soedibjo (2005:76), bahwa jika koefisien korelasi $\geq$ 0,3 maka butir dinyatakan valid.

Berikut adalah dasar dalam pengambilan keputusan :

a. Jika r positif, serta r hitung $\geq$ 0,3 (r kritis) maka item pernyataan tersebut valid.
b. Jika r tidak positif, serta r hitung $\leq$ 0,3 (r kritis) maka item pernyataan tersebut tidak valid.

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total. Untuk pengujian validitas ini instrumen penelitian yang berupa skor yang memiliki tingkatan, menggunakan

software SPSS 12.0 *For Windows* dan Microsoft Excel 2007 dan rumus yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment*.

Untuk mengetahui data item pernyataan kuesioner Penilaian Citra Perusahaan atau Variabel Independen (X) valid atau tidaknya, dapat diolah terlebih dahulu dengan *Microsoft Excel 2007* dan diuji menggunakan *SPSS 12.0 for windows*. Adapun hasil dari pengolahan data kuesioner tersebut mengenai validitas dapat dilihat pada tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.4

Item-Total Statistics (Uji Validitas Var. X)

Pernyataan	*r* Kritis	*r* Hitung	Keterangan
Item No. 1	0.3	**0, 327**	Valid
Item No. 2	0.3	**0, 315**	Valid
Item No. 3	0.3	**0, 354**	Valid
Item No. 4	0.3	**0, 375**	Valid
Item No. 5	0.3	**0, 424**	Valid
Item No. 6	0.3	**0, 401**	Valid
Item No. 7	0.3	**0, 471**	Valid
Item No. 8	0.3	**0, 300**	Valid
Item No. 9	0.3	**0, 478**	Valid

Sumber: Pengolahan Data Menggunakan *SPSS 12.0 for Windows*

Dari data diatas disimpulkan bahwa instrumen pada variabel X (Citra Perusahaan) pada setiap variabel yang peneliti ajukan dalam kuesioner dapat mewakili objek yang diteliti, dimana dari 9 pernyataan variabel X (Citra Perusahaan) yang valid sebanyak 9 pernyataan, yaitu *r* Hitung ≥ *r* Kritis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan yang digunakan untuk mengukur

validitas Penilaian Citra Perusahaan akan mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan penelitian ini.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa suatu instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat data karena instrumen tersebut sudah baik dan instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu.

Uji Reliabilitas menurut Umi Narimawati (2007:63) sebagai berikut:

"Reliabilitas alat pengumpulan (pengukuran) data menunjukkan keajengan hasil pengukuran (konsistensi) apabila digunakan untuk pengukuran pada waktu yang berbeda dan tidak tergantung siapa yang menggunakannya."

Dengan demikian dapat diketahui bahwa uji reliabilitas digunakan jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur diuji. Dimana uji reliabilitas ini menunjukan konsistensi suatu alat ukur didalam mengukur gejala yang lama, sehingga jika alat ukur itu digunakan stabil, dapat dipercaya atau dapat diandalkan, dan dapat diramalkan bisa digunakan untuk pengukuran dalam pengumpulan data penelitian.

Adapun pengujian reliabilitas pada item pernyataan kuesioner Penilaian Citra Perusahan atau variabel X. Menurut Sekarang dalam bukunya Bambang Soedibjo (2005:72), penilaian reliabilitas instrumen adalah sebagai berikut:

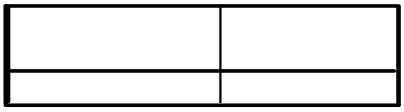
a. Jika reliabilitas ≤ 0,60 menunjukkan bahwa instrumen dianggap kurang baik.

b. Jika reliabilitas disekitar 0,70 maka dikategorikan layak.

c. Jika reliabilitas ≥ 0,80 maka dikatakan baik.

Teknik perhitungan reliabilitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *SPSS 12.0 for Windows*, dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.5



3.2.5 Rancangan Analisis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengelolaan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem yang ditetapkan. Jawaban kuesioner menggunakan skala likert 5-4-3-2-1 yang digunakan untuk mengukur sikap.

Pada penelitian ini, digunakan jenis analisis kualitatif dan menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif, dengan menggunakan alat bantu analisis data statistik, baik yang bersifat deskriptif maupun verifikatif yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat faktor penyebab.

Untuk mendeskripsikan data pada setiap veriabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum penelitian responden atau tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian sesuai dengan pernyataan Rendi Panuju (1995:45) bahwa "untuk menentukan kategori tinggi, sedang, dan rendah terlebih dahulu harus menentukan nilai indeks minimum, maksimum, dan intervalnya serta jarak intervalnya" sebagai berikut :

1. Nilai indeks minimum adalah nilai skor minimum di kali jumlah pertanyaan di kali jumlah responden.
2. Nilai indeks maksimum adalah nilai skor tertinggi di kali jumlah pertanyaan di kali jumlah responden.
3. Interval adalah selisih antara nilai indeks maksimum dengan nilai indeks minimum.
4. Jarak interval adalah interval ini dibagi jumlah jenjang yang diinginkan.

Penentuan kategori dalam ukuran persentase dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Skor minimum dalam persentase} = \frac{skor\ \min nimum}{skor\ maksimum} \times 100\%$$

$$= \frac{1}{5} \times 100\%$$

$$= 20\%$$

$$\text{Skor maksimum dalam persentase} = \frac{skor\ maksimum}{skor\ maksimum} \times 100\%$$

$$= \frac{5}{5} \times 100\%$$

= 100%

Interval dalam persentase = skor maksimum – skor minimum

= 100% - 20%

= 80%

Panjang interval dalam persentase $= \frac{Interval}{Jenjang}$

$= \frac{80\%}{5}$

= 16%

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing item penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.6
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20% - <36%	Sangat Tidak Baik
36% - <52%	Tidak Baik
52% - <68%	Cukup Baik
68% - <84%	Baik
84% - <100%	Sangat Baik

Tabel 3.7
Penilaian Terhadap Tanggapan Responden Tentang Penilaian Citra Perusahaan Oleh Konsumen Pada Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1