

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1 Lingkup Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah masyarakat baik pria maupun wanita di sekitar daerah operasi perusahaan yakni di daerah kampung Sakarum, Nasef, Malabam, Seget dan Kasimle pada Kabupaten Sorong, Provinsi Papua Barat.

Objek penelitian ini adalah Perusahaan PetroChina International (Bermuda) Ltd di Kabupaten Sorong, Provinsi Papua Barat. Pembagian kuesioner dilakukan dengan cara mendatangi masyarakat secara langsung pada kelima kampung di sekitar lokasi perusahaan.

Populasi dari penelitian ini adalah pria dan wanita yang pernah mengetahui dan merasakan program TJSL yang telah dilaksanakan oleh Perusahaan PetroChina Internasional (Bermuda) Ltd di daerah Kabupaten Sorong, Provinsi Papua Barat. Populasi adalah jumlah keseluruhan yang mencakup semua anggota yang diteliti (Istijanto, 2009:113). Sedangkan sampel adalah suatu bagian yang ditarik dari populasi, atau bagian yang lebih kecil dari populasi (Istijanto, 2009:113). Jumlah populasi masyarakat pernah mengetahui dan merasakan program TJSL tidak dapat diperhitungkan secara tepat, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 155 masyarakat.

##### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang ingin menjelaskan mengenai pengaruh beberapa variabel yang sudah ditetapkan, maka penelitian ini tergolong ke dalam tipe penelitian survei.

### **3.1.2 Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian berlangsung selama kurang lebih lima bulan terhitung sejak bulan Agustus 2013 sampai dengan Januari 2014 dan lokasi penelitian berada di Sorong, Papua Barat.

### **3.1.3 Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan keseluruhan kelompok, orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2011). Pada penelitian ini populasi yang akan diteliti merupakan masyarakat yang pernah mengetahui dan merasakan program TJSL yang telah dilaksanakan oleh Perusahaan PetroChina Internasional (Bermuda) Ltd di daerah Kabupaten Sorong, Provinsi Papua Barat.

Sampel merupakan sebagian dari populasi dan terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran, 2011) pada penelitian ini menggunakan 155 sampel, dan hasil pengumpulan kuesioner diperoleh sebanyak 155 kuesioner, semua kuesioner dikembalikan dengan memenuhi syarat.

### **3.1.4 Metoda Sampling**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metoda *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan mendasarkan karakteristik tertentu yaitu karakteristik

yang memiliki sangkut paut dengan ciri dan sifat populasi (Sekaran, 2011). Karakteristik responden yang dikehendaki dalam studi ini adalah masyarakat yang tinggal dekat lingkungan operasi perusahaan baik pria maupun wanita dengan rentang usia antara 18-55 tahun, dengan pertimbangan bahwa pada usia 18 tahun merupakan usia yang sudah dianggap dewasa dan sudah paham dengan program TJSL.

Sampel pada penelitian ini dibatasi hanya pada masyarakat yang telah mengetahui dan merasakan pengaruh dari program TJSL sehingga dapat memberikan penilaian terhadap aplikasi TJSL yang diterapkan oleh Perusahaan PetroChina International (Bermuda) Ltd Sorong, Papua Barat.

Ditinjau dari desain yang digunakan, penelitian ini termasuk dalam rancangan survei, yang pada dasarnya merupakan penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta mengenai fenomena-fenomena yang ada dalam masyarakat dan mencari keterangan yang lebih faktual baik tentang institusi sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah.

### **3.2 Jenis Data**

Pada penelitian ini, jenis data yang dikumpulkan adalah data primer. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama atau pihak yang terlibat langsung dengan permasalahan yang akan dibahas. Data primer tersebut diperoleh dengan cara mengumpulkan kuesioner. Kuesioner pada penelitian ini berisi pernyataan sikap yang bersifat tertutup, dan responden diberi kesempatan untuk memberi tanda atau mengisi skala yang sudah ditentukan dan tidak diberi kebebasan untuk menjawab di luar skala tersebut.

Skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013). Skala ini memungkinkan responden untuk mengekspresikan intensitas perasaan konsumen. Pengukuran dengan menggunakan Skala Likert diberi bobot atau skor sesuai dengan intensitasnya.

### **3.3 Definisi Operasional**

Penelitian sebelumnya yakni Tian, *et al* (2011) mempunyai 7 variabel penting yaitu kategori produk, TJSL yang dipersepsikan, kepercayaan terhadap TJSL, kesadaran terhadap TJSL, evaluasi perusahaan, asosiasi produk, dan niat beli.

Dalam penelitian ini, digunakan 4 variabel yaitu TJSL yang dipersepsikan oleh masyarakat, kepercayaan, kesadaran dan asosiasi perusahaan sehingga dapat dijabarkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
TJSL yang dipersepsikan	Menurut Rakhmat (2005) persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. TJSL yang dipersepsikan dalam penelitian ini adalah persepsi beberapa individu yang dianggap dapat mewakili masyarakat lainnya dalam wilayah yang sama.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kegiatan program TJSL perusahaan adalah sesuatu yang bisa anda rasakan.</li> <li>2. Perusahaan PetroChina adalah perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial.</li> <li>3. Perusahaan berkomitmen pada program TJSL.</li> <li>4. Perusahaan mengurangi kegiatan yang dapat menyebabkan kerusakan lingkungan</li> </ol>	Interval Skala Likert 1.Sangat Tidak Setuju 2.Tidak Setuju 3.Netral 4.Setuju 5.Sangat Setuju
Kepercayaan	Kepercayaan konsumen atau masyarakat pada TJSL umumnya didefinisikan sebagai harapan konsumen atau masyarakat pada perusahaan sebagai sponsor dari program TJSL, bersedia untuk menepati janji dan untuk memenuhi kewajiban dengan berbuat baik dan jujur (Blomqvist, 1997 dalam Tian <i>et al.</i> : 2011).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya rasa tindakan TJSL perusahaan dengan tulus ditujukan terhadap masyarakat</li> <li>2. Saya rasa perusahaan telah banyak berupaya agar bertanggung jawab secara sosial</li> <li>3. Saya rasa kegiatan TJSL Perusahaan membuat kontribusi penting untuk masyarakat.</li> <li>4. Perusahaan memberikan informasi yang jujur ttg program TJSL kepada masyarakat</li> </ol>	Interval Skala Likert 1.Sangat Tidak Setuju 2.Tidak Setuju 3.Netral 4.Setuju 5.Sangat Setuju

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Kesadaran	Kesadaran konsumen pada program TJSL terutama membahas apakah konsumen menyadari kegiatan TJSL secara nyata (Pomerling dan Dolniar, 2009) dalam Tian <i>et al</i> (2011).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya peduli terhadap lingkungan sebagai konsumsi harian.</li> <li>2. Saya menaruh perhatian pada donasi amal perusahaan.</li> <li>3. Perusahaan memperhatikan keamanan produknya.</li> <li>4. Perusahaan konsisten menghilangkan limbah.</li> <li>5. Perusahaan melindungi lingkungannya</li> </ol>	Interval Skala Likert 1.Sangat Tidak Setuju 2.Tidak Setuju 3.Neutral 4.Setuju 5.Sangat Setuju
Asosiasi Perusahaan	Gabungan dari para pelaku usaha yang kegiatannya terkait dengan permasalahan yang sama, dan melindungi terhadap sesama pelaku usahayang terdapat dalam lapangan usaha yang sama, melakukan pertukaran atas ide dan statistik perdagangan, serta membentuk pemeliharaan standar dalam industri.  (Black: 2009) dalam Pasaribu (2012)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. PetroChina adalah perusahaan yang sukses.</li> <li>2. PetroChina adalah perusahaan terpercaya.</li> <li>3. PetroChina adalah perusahaan terhormat yang menguntungkan masyarakat.</li> <li>4. PetroChina mempunyai reputasi sebagai sebuah perusahaan yang baik</li> <li>5. Nama besar Perusahaan PetroChina dikenal karena kualitasnya.</li> <li>6. Perusahaan melakukan laporan evaluasi tentang program TJSL kepublik secara berkala</li> </ol>	Interval Skala Likert 1.Sangat Tidak Setuju 2.Tidak Setuju 3.Neutral 4.Setuju 5.Sangat Setuju

Sumber: Modifikasi dari Tian, *et al* ( 2011: 14) dan Darsono (2009)

### 3.4 Pengujian Instrumen

Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur, Menurut Sugiyono (2013) Sedangkan reliabilitas dari suatu kuesioner didefinisikan sebagai tingkat keandalan dari kuesioner itu untuk dapat dipercaya dan stabil secara kontinyu pengujian validitas

dari kuesioner yang akan dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada masing-masing atribut dengan skor totalnya.

### 3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan ukuran seberapa tepat dan cermat suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Uji ini digunakan untuk menguji validitas dari kuisisioner serta membuktikan apakah setiap butir kuisisioner benar-benar telah mengukur konsep yang dimaksudkan. (Sugiyono, 2013).

Validitas korelasi dilakukan dengan perhitungan menggunakan rumus Pearson. Pedoman yang digunakan dalam mempertahankan suatu butir pertanyaan adalah:

1. Korelasi antar butir dengan faktor harus bernilai positif.
2. Peluang ralat ( $p$ ) dari koefisien korelasi tersebut maksimum 5%.

Taraf kepercayaan yang digunakan adalah sebesar 5%. Jika hasil peluang ralat koefisien korelasi lebih kecil atau sama dengan 5%, maka item dinyatakan valid. Namun, jika hasil peluang ralat koefisien korelasi lebih besar dari 5%, maka item dinyatakan tidak valid. Bila  $r$  hitung (*Corrected Item Total Correlation*) lebih besar dari  $r$  tabel, maka butir pertanyaan untuk variabel-variabel tersebut valid dan layak sebagai alat pengumpul data. Semakin tinggi validitas suatu alat ukur, maka semakin tepat alat ukur tersebut mengenai sasaran.

Proses perhitungan untuk melakukan uji validitas ini tidak akan dihitung secara manual, namun akan dibantu dengan program komputer IBM SPSS Statistic Version 20. Sehingga, validitas suatu butir dapat diketahui dari nilai *corrected total item correlation* dari setiap butir pertanyaan. Nilai korelasi

tersebut dinyatakan sebagai nilai  $r_{hitung}$  atau nilai korelasi *Product-Moment*. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Butir-butir pertanyaan yang valid kemudian diuji reliabilitasnya, sedangkan butir yang tidak valid akan digugurkan.

Uji validitas dalam penelitian ini untuk mengetahui tanggapan masyarakat pada setiap item pernyataan yang digunakan pada penelitian ini. Terdapat 19 item pernyataan yang digunakan, dari 19 item pernyataan tersebut digunakan sebagai ukuran keempat variabel yang berfungsi untuk mengukur pola pengaruh antara variabel tersebut. Variabel yang digunakan, yaitu variabel

1. TJSJ yang dipersepsikan
2. Kepercayaan
3. Kesadaran
4. Asosiasi perusahaan

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan *Product Moment* untuk  $N = 155$  dan (taraf signifikansi) 95% (*two tailed test*)  $df = n-2$ , yaitu 0.159, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid. Berikut ini adalah Tabel 3.2 yang menampilkan ringkasan hasil uji validitas yang telah dilakukan:

**Tabel 3.2**  
**Ringkasan Hasil Uji Validitas 1**

Variabel	Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
TJSL yang dipersepsikan	1	0.184	0.159	Valid
	2	0.352	0.159	Valid
	3	0.130	0.159	<b>Tidak Valid</b>
	4	0.247	0.159	Valid
Kepercayaan	1	0.348	0.159	Valid
	2	0.367	0.159	Valid
	3	0.579	0.159	Valid
	4	-0.068	0.159	<b>Tidak Valid</b>
Kesadaran	1	0.048	0.159	<b>Tidak Valid</b>
	2	0.102	0.159	<b>Tidak Valid</b>
	3	0.412	0.159	Valid
	4	0.440	0.159	Valid
	5	0.260	0.159	Valid
Asosiasi perusahaan	1	0.557	0.159	Valid
	2	0.664	0.159	Valid
	3	0.505	0.159	Valid
	4	0.320	0.159	Valid
	5	0.126	0.159	<b>Tidak Valid</b>
	6	0.193	0.159	Valid

Dari tabel 3.2 ditemukan bahwa variabel TJSL yang dipersepsikan butir 3, kepercayaan terhadap TJSL butir 4, kesadaran terhadap TJSL butir 1 dan 2, dan juga asosiasi perusahaan butir 5 memiliki  $r_{hitung} < r_{tabel}$ . Demikian dengan, dapat dikatakan bahwa variabel TJSL yang dipersepsikan butir 3, kesadaran butir 4, kesadaran butir 1 dan 2, dan juga asosiasi perusahaan butir 5 tersebut tidak valid. Karena butir tersebut dinyatakan tidak valid maka butir tersebut gugur dan diperoleh hasil uji validitas yang baru sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Ringkasan Hasil Uji Validitas 2**

Variabel	Butir	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	keterangan
TJSL yang dipersepsikan	1	0.382	0.159	Valid
	2	0.177	0.159	Valid
	4	0.331	0.159	Valid
Kepercayaan	1	0.401	0.159	Valid
	2	0.360	0.159	Valid
	3	0.632	0.159	Valid
Kesadaran	3	0.536	0.159	Valid
	4	0.811	0.159	Valid
	5	0.675	0.159	Valid
Asosiasi perusahaan	1	0.529	0.159	Valid
	2	0.694	0.159	Valid
	3	0.464	0.159	Valid
	4	0.323	0.159	Valid
	6	0.217	0.159	Valid

Dari pengujian validitas yang disajikan pada tabel 3.3 dapat diketahui bahwa semua item dapat dinyatakan valid karena mempunyai nilai korelasi  $r$  hitung yang lebih besar daripada  $r$  tabel ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel ). Sehingga semua item yang valid tersebut bisa dilanjutkan pada pengujian reliabilitas.

#### **3.4.2 Uji Reliabilitas**

Setelah dilakukan uji validitas selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas data yang dilakukan pada 155 masyarakat dengan jumlah item pernyataan dalam kuesioner sebesar 14 item. Nilai-nilai untuk pengujian reliabilitas berasal dari skor-skor item kuesioner sebanyak 14 item yang valid. Item yang tidak valid tidak dilibatkan dalam pengujian reliabilitas. Perhitungan koefisien reliabilitas instrument (*cronbach alpha*) dalam penelitian ini tidak dilakukan secara manual tetapi dengan menggunakan sarana bantu komputer dengan menggunakan program komputer IBM SPSS Statistic Version 20. Sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Item Pertanyaan	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
TJSL yang dipersepsikan	3	0.614	Reliabel
Kepercayaan pada TJSL	3	0.644	Reliabel
Kesadaran pada TJSL	3	0.816	Reliabel
Asosiasi perusahaan	5	0.622	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel 3.4, dapat diketahui bahwa seluruh nilai *Alpha Cronbach* pada semua instrumen memenuhi nilai standar *Alpha Cronbach*. Suatu instrumen dinyatakan handal atau reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0,6$  dapat dinyatakan bahwa instrumen kuisisioner yang digunakan adalah reliabel (Azwar, 2003:74). Maka dapat disimpulkan bahwa semua item dalam kuisisioner telah reliabel. Dengan demikian semua item pernyataan pada kuisisioner telah valid dan reliabel, sehingga dapat dilakukan analisis selanjutnya.

### 3.5 Metoda Analisis Data

Analisis merupakan tindakan mengolah data sehingga menjadi informasi yang bermanfaat dalam menjawab masalah riset. Metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 3.5.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

### 3.5.2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan prosedur yang kuat dan fleksibel dalam menganalisis hubungan asosiatif antara variabel independen dan variabel dependen. Simamora (2004) menyatakan, regresi dapat digunakan untuk:

1. Menguji variabel independen dapat menjelaskan varian variabel dependen secara signifikan. Dengan kata lain, untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kedua variabel.
2. Menguji pengaruh varian variabel dependen dapat dijelaskan variabel independen, yakni untuk mengetahui kekuatan hubungan.
3. Memprediksi nilai variabel dependen.
4. Mengontrol variabel lain saat kita mengevaluasi kontribusi satu atau sejumlah variabel.

Analisis regresi berganda dapat diformulasikan ke dalam model matematis sebagai berikut (Simamora, 2004:53):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

$Y$  = Variabel terikat (asosiasi perusahaan )

$X_1$  = Variabel TJSL yang dipersepsikan

$X_2$  = Variabel kepercayaan terhadap TJSL

$X_3$  = Variabel kesadaran terhadap TJSL

$a$  = Bilangan konstanta,

$b_1, b_2, \dots$  = Koefisien regresi

$e$  = Residu

### **3.6. Pengujian Hipotesis**

#### **3.6.1 Uji F (Uji Serempak)**

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel tergantung. Uji F dilakukan untuk menguji signifikansi seluruh variabel bebas dengan variabel tergantung, yaitu dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Apabila F hitung > F tabel maka hipotesis diterima , begitu pula sebaliknya.

#### **3.6.2 Uji t (Uji Parsial)**

Uji ini berguna untuk menunjukkan pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variansi variabel terikat. Kesignifikanan nilai t ditunjukkan oleh *p-value*-nya.

### 3.7. Uji Beda *Independent Sample t-Test*

Uji t ini untuk mengetahui perbedaan rata-rata dua sampel yang saling bebas (*Independent Sample t-Test*). Melalui pengujian ini, dapat diketahui signifikansi perbedaan rata-rata dua kelompok sampel yang tidak saling berhubungan.

Pada analisis uji t ini akan dilakukan pengukuran ada tidaknya perbedaan persepsi demografi masyarakat terhadap variabel asosiasi perusahaan ditinjau dari perbedaan jenis kelamin. Dalam perhitungan untuk melakukan analisis *Independen Sample t-Test* ini tidak dilakukan secara manual, melainkan akan dibantu dengan program IBM SPSS Statistic Version 20. Ketentuan pengujian analisis *Independen Sample t-Test* adalah sebagai berikut:

- Menerima  $H_0$ : jika dianalisis dari nilai probabilitas;  $(p) > 0,025$ , artinya tidak terdapat perbedaan persepsi masyarakat terhadap variabel asosiasi perusahaan ditinjau dari perbedaan jenis kelamin
- Menerima  $H_a$ : jika dianalisis nilai probabilitas;  $(p) \leq 0,025$ , artinya terdapat perbedaan persepsi masyarakat terhadap variabel asosiasi perusahaan ditinjau dari perbedaan jenis kelamin.

### 3.8. *Analysis of variance* (ANOVA)

Uji Anova dilakukan terhadap tiga atau lebih kelompok data yang tidak saling berkaitan antara satu dengan lainnya. Dengan pengujian ini akan diketahui signifikansi perbedaan rata-rata lebih dari tiga atau lebih kelompok sampel yang tidak saling berhubungan. Penelitian ini akan mengukur ada tidaknya perbedaan

persepsi masyarakat terhadap variabel asosiasi perusahaan ditinjau dari perbedaan kelas usia dan pendidikan.

Uji anova ini akan dibantu dengan program IBM SPSS *Statistic Version 20* dengan ketentuan sebagai berikut:

- Dilihat dari nilai F di mana  $H_0$  akan diterima bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan  $H_0$  akan ditolak bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .
- Atau, dilihat dari signifikansi di mana  $H_0$  akan diterima bila signifikansi  $> 0,05$  dan sebaliknya  $H_0$  ditolak bila  $H_0 < 0,05$ .