

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini, akan dilaksanakan penelitian dengan menggunakan *google form* terhadap pengunjung *special event* yang membeli *special package #ScientistGanteng*. Adapun jadwal dari pelaksanaannya penelitian ini yang dimana akan berlangsung selama 3 bulan berawal pada bulan Maret 2023 hingga Mei 2023.

3.2 Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan pada penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif positivisme. Pendekatan kuantitatif adalah salah satu metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme. Pendekatan kuantitatif ini digunakan untuk meneliti sebuah populasi atau sampel tertentu, teknik yang dilakukan dalam pengambilan sampel pada pendekatan ini umumnya secara random, selain itu pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan instrument penelitian, analisis data yang memiliki sifat kuantitatif atau secara statistik demi menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:7).

3.3 Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian kuantitatif ini adalah dengan menggunakan metode survei eksplanatif. Menurut Rachmat (2014:59) survei merupakan sebuah metode riset yang menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulannya. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi yang diperlukan tentang sejumlah responden yang mewakili sebuah populasi tertentu atau dapat dibilang sampel.

Metode penelitian survei eksplanatif merupakan salah satu metode penelitian yang dapat dilakukan dalam penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Metode survei eksplanatif dapat digunakan untuk mengetahui

suatu kondisi atau situasi tertentu terjadi dan apa yang mempengaruhi terjadinya hal tersebut. Survei eksplanatif dapat dibagi menjadi dua sifat, yaitu komparatif dan asosiatif. Survei ekplanatif komparatif digunakan untuk membandingkan variable. Sedangkan survei eksplanatif komparatif digunakan untuk menjelaskan hubungan dari variable terkait yang akan diteliti oleh peneliti.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini terdapat 2 variabel, yaitu dengan variabel (X) *Special event* dan variabel (Y) *Brand Image*.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Dimensi	Indikator
1.	<i>Special event</i> (X) (Philip Lesly dalam Pudijastuti 2013:15)	<i>What</i> (Bentuk dan Format)	- Format Kegiatan Acara - Bentuk Kegiatan.Acara
		<i>Why</i> (Tujuan)	- Mempublikasikan sebuah merek dan produk - Menjangkau target sasaran yang lebih luas. - Memiliki Tingkat Publikasi yang Tinggi - Memenuhi Kebutuhan dan Keinginan Khalayak
		<i>When</i> (Waktu)	- Waktu penyelenggaraan - Pemilihan waktu atau jam yang tepat
		<i>Where</i> (Lokasi)	- Lokasi acara - Fasilitas pendukung - Area event keseluruhan
		<i>Who</i> (Orang yang Terlibat)	- Pendukung acara atau pengisi acara - Influencer atau selebritis. - Dapat menarik khalayak
		<i>How</i> (Pelaksanaan)	- Bagaimana pelaksanaan event - Bagaimana perencanaan event
2.	<i>Brand Image</i>	<i>Recognition</i> (Pengenalan)	- Memperkenalkan sebuah merek, produk, atau

(Y) (Freddy Rangkuti,, 2013:44)		perusahaan agar dikenal khalayak luas. - Tingkat dikenalnya sebuah merek oleh konsumen.
	<i>Reputation</i> (Reputasi)	- Persepsi dari konsumen mengenai kualitas produk. - Citra merek. - Track record terhadap merek.
	<i>Affinity</i> (Daya Tarik)	- Kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. - Minat konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. - Emotional Relationship yang timbul antara sebuah merek dengan konsumennya,
	<i>Loyalty</i> (Kesetiaan)	- Menyangkut seberapa setianya konsumen terhadap suatu produk. - Melakukan tindakan repurchase.

3.5 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Penelitian ini perlu untuk menentukan populasi terkait topik yang akan diteliti. Populasi merupakan daerah generalisasi objek ataupun subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang dimana telah ditentukan untuk dianalisis dan kemudian akan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013:80). Populasi dalam penelitian ini yaitu:

1. Mendatangi *special event* “*One Memorable Day With Oh Sehun*”.
2. Membeli paket #ScientistGanteng yang disediakan Whitelab.

Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan karakteristik yang telah dijabarkan diatas, maka jumlah populasi dari penelitian yang dilakukan berjumlah 2,958 responden.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila jumlah dari populasi terlalu banyak pada penelitian, mungkin penulis tidak dapat menganalisis dan mempelajari semuanya yang terdapat pada populasi dikarenakan adanya keterbatasan dana, tenaga dan juga waktu. Oleh karena itu, agar dapat mengatasi keterbatasan-keterbatasan tersebut, perlu menggunakan sampel yang merupakan bagian atau diambil dari populasi yang sebelumnya sudah ditentukan.

Supaya mempermudah dalam menentukan atau menemukan jumlah sampel pada penelitian ini, maka penulis menggunakan Rumus Slovin (Wijaya, 2013:29), yang dimaksud dari rumus Slovin adalah sebagai berikut.

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

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Error sampel

Penulis berasumsi bahwa jumlah tingkat ketelitian responden adalah sebesar 90% dengan presentasi tingkat kesalahan (e) sebesar 10%. Maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{2.958}{1+(2.958 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{2.958}{1+(2.958 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{2.958}{1+29,58}$$

$$n = \frac{2.958}{30,58}$$

$$n = 96,72$$

Jumlah perhitungan diatas menggunakan Rumus Slovin dapat diperoleh sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 96,72 atau dapat dibulatkan menjadi 97 orang.

3.6 Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Sugiyono (2013:147) mengatakan analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Pengolahan data dilakukan dengan cara data yang telah dikumpulkan, diolah, dan disajikan dalam bentuk tabel. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Pada penelitian ini, akan dilakukan pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner dan setiap jawaban responden diberi nilai dengan skala *likert*.

Sugiyono (2013:93) mengatakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif. Dengan demikian, penulis membuat pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh data atau keterangan dari responden yang merupakan pengikut dari akun Instagram @Whitelab_id dengan karakteristik yang telah dijelaskan.

Kemudian data yang diolah dari hasil pengumpulan kuesioner diberi bobot dalam setiap alternatif jawaban. Untuk pengolahan data hasil dari kuesioner tersebut maka perlu menggunakan metode skala *likert*, nilai dalam skala *likert* dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang menggunakan skala *likert* dan mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif.

Dimana alternatif jawaban diberikan nilai 5, selanjutnya nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan menjadi lima kategori pembobotan dalam skala *Likert* sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

Skala	Keterangan
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber : Sugiyono (2013)

Mengacu pada ketentuan Gambar 3.1 tersebut, maka setelah memperoleh data kuesioner, selanjutnya dilakukan perhitungan statistik maka dapat diketahui bobot nilai dari setiap item-item pertanyaan yang diajukan oleh penulis. Setelah itu, jawaban dari responden dapat dihitung untuk mengetahui hubungan antara variabel yang diteliti, tingkat pengaruh dari setiap variabel yang diteliti, dan selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel.

Data yang dianalisis menggunakan pengujian statistik untuk mengetahui bentuk hubungan antara X terhadap Y dan implikasinya terhadap Z dengan analisis jalur (Path Analysis). Tipe hubungan antara variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif kausalitas yaitu menguji hubungan sebab akibat antar variabel.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner melalui google form. Kuesioner disini merupakan sebuah teknik dari pengumpulan data yang dimana kemudian dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan dalam bentuk tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner

(angket) adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden (Kriyanto, 2014).

3.8 Teknik Analisis Data

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini akan menggunakan teknik analisis deskriptif untuk mengetahui bagaimana tingkat *special event* dan *brand image* yaitu dengan cara menghitung rata-rata (mean) dari setiap variable penelitian yang akan dilakukan.

Teknik analisis regresi linier sederhana berguna untuk mengolah dan membahas data-data yang telah didapatkan serta digunakan untuk menguji hipotesa yang telah ditetapkan. Menurut Tukiran dan Hidayati analisis regresi linier sederhana (*univariant*) adalah analisis regresi linier dengan jumlah variabel pengaruhnya hanya satu dalam (Anugra, 2017:54). Teknik analisis regresi linear sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

b. Uji t (Uji Parsial)

Adapun pada teknik analisis data yaitu uji t atau dapat dibilang uji parsial. Uji t ini berguna untuk mencari tahu apa variable independen (X) ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen (Y). Disini, yang dimaksud dari signifikan adalah pengaruh yang terjadi pada variable tersebut berlaku untuk populasi.

Hal ini terjadi dimana t hitung $>$ t tabel, H_1 diterima dan H_0 ditolak maupun jika t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas disini adalah dimana dilakukannya pengujian yang berfungsi untuk mencari tahu terkait kelayakan dari butir-butir pada sebuah daftar pertanyaan yang telah dibuat serta dalam mendefinisikan suatu variabel pada penelitian (Sujawerni, 2014:177). Dasar pengambilan keputusan pada uji validitas disini yaitu adalah sebagai berikut:

- Jika r hitung $>$ r tabel maka dikatakan valid.
- Jika r hitung $<$ r tabel maka dikatakan tidak valid.

Penguji menggunakan rumus korelasi product moment rumus untuk menguji hipotesis asosiatif atau hubungan bila datanya berbentuk interval atau ratio. Rumus korelasi product moment 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 :

r = koefisien korelasi *pearson's product moment*

n = jumlah individu dalam sampel

x = angka mentah untuk variabel x

y = angka mentah untuk variabel y . (Kriyantono, 2014:175)

Teknik yang digunakan untuk mengukut validitas butir pertanyaan kuesioner adalag *correlation product moment* dari Karl Pearson (validitas isi) dengan cara menkorelasikan masing-masing item pertanyaan.

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas ini menggunakan alat bantu SPSS versi 23 untuk dapat menganalisis validitas dan reliabilitas. Maka dalam penelitian ini diuji coba diberikan kepada 30 responden di luar dari sampel yaitu ke pengunjung *special event* yang sesuai dengan kriteria. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan 30 responden dikarenakan agar hasil pengujian mendekati kurva normal. (Sugiyono, 2009).

1. Tabel Hasil Uji Validitas Variabel X (*Special event*)

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Variabel X (*Special event*)

Pernyataan	R. Hitung	R.Tabel	Keterangan
X1	0,603	0,306	Valid
X2	0,658	0,306	Valid
X3	0,648	0,306	Valid
X4	0,620	0,306	Valid
X5	0,635	0,306	Valid
X6	0,677	0,306	Valid
X7	0,589	0,306	Valid
X8	0,794	0,306	Valid
X9	0,816	0,306	Valid
X10	0,759	0,306	Valid
X11	0,756	0,306	Valid
X12	0,655	0,306	Valid
X13	0,566	0,306	Valid
X14	0,603	0,306	Valid
X15	0,688	0,306	Valid
X16	0,741	0,306	Valid
X17	0,790	0,306	Valid
X18	0,823	0,306	Valid
X19	0,797	0,306	Valid
X20	0,733	0,306	Valid
X21	0,703	0,306	Valid
X22	0,664	0,306	Valid

X23	0,669	0,306	Valid
X24	0,717	0,306	Valid
X25	0,361	0,306	Valid
X26	0,414	0,306	Valid
X27	0,400	0,306	Valid
X28	0,426	0,306	Valid

(Sumber Hasil Perhitungan SPSS 23)

2. Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Y (*Brand Image*)

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Variabel Y (*Brand Image*)

Pernyataan	R.Hitung	R.Tabel	Keterangan
Y1	0,634	0,306	Valid
Y2	0,838	0,306	Valid
Y3	0,710	0,306	Valid
Y4	0,540	0,306	Valid
Y5	0,585	0,306	Valid
Y6	0,630	0,306	Valid
Y7	0,841	0,306	Valid
Y8	0,613	0,306	Valid
Y9	0,870	0,306	Valid
Y10	0,714	0,306	Valid
Y11	0,918	0,306	Valid
Y12	0,904	0,306	Valid
Y13	0,883	0,306	Valid
Y14	0,915	0,306	Valid
Y15	0,939	0,306	Valid
Y16	0,952	0,306	Valid
Y17	0,932	0,306	Valid
Y18	0,771	0,306	Valid
Y19	0,930	0,306	Valid

(Sumber Hasil Perhitungan SPSS 23)

Untuk mengetahui validitas butir pernyataan tersebut dibandingkan dengan r_{tabel} dengan taraf kesalahan 10% dan $N=28$ maka r_{tabel} 0,306. Item angket dalam uji validitas dikatakan valid jika harga $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada nilai signifikansi 10%. Sebaliknya, item dikatakan tidak valid jika harga $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada nilai signifikansi 10%. Kemudian dapat

disimpulkan bahwa butir pernyataan pada variable Y atau *brand image* adalah valid karena nilainya lebih dari 0,306.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Selain itu pada penelitian ini selain uji validitas juga dapat ditemukan terkait uji reliabilitas. Berdasarkan Sujawerni (2014:186) yang dimaksud dari uji reliabilitas pada penelitian ini yaitu merupakan sebuah ukuran satu atau kestabilan dan konsistensi yang berasal dari responden dalam menjawab kuesioner yang merupakan sebuah dimensi dari suatu variabel dan telah disusun.

1. Hasil Uji Reliabilitas X (*Special event*)

Tabel 3.5
Uji Reliabilitas X

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	28

Dari table diatas juga didapatkan bahwa nilai pada kolom Cronbach's Alpha dari variabel *Special event* (X) adalah sebesar 0,947. Berdasarkan ketentuan Cronbach's Alpha dapat dikatakan bahwa butir pernyataan variable *Special event* (X) **Sangat Reliabel**.

2. Hasil Uji Reliabilitas Y (*Brand Image*)

Tabel 3.6
Uji Reliabilitas Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.968	19

Dari table diatas juga didapatkan bahwa nilai pada kolom Cronbach's Alpha dari variabel *Brand Image* (Y) adalah sebesar 0,968. Berdasarkan ketentuan Cronbach's