

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan suatu teknik atau prosedur dalam mengumpulkan serta menganalisis data, metode penelitian yang digunakan ialah melalui pendekatan kuantitatif. Dengan metode survei. Pengertian survei yang dikemukakan Menurut Sugiyono (2017:30) menyatakan bahwa “survei merupakan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian, yang dilakukan pada populasi besar ataupun kecil, tetapi data yang dipelajari merupakan data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian alternatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”. Tujuan dari penelitian survei ialah untuk memberikan gambaran secara mendetail mengenai latar belakang, sifat-sifat, serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau suatu kejadian yang bersifat umum.

Menurut Sugiyono (2017), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut, terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Jenis Metode yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif dan verifikatif. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan jika metode penelitian adalah suatu cara ilmiah atau proses yang sesuai dengan prosedur penelitian untuk memecahkan permasalahan yang terjadi. Dengan teknik mencari, memperoleh, mengumpulkan, mencatat data baik data primer maupun data sekunder guna menyusun karya ilmiah.

Pada penelitian ini, metode yang akan digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2017:147) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui promosi, bukti fisik dan citra perusahaan pada Arcilla *Coffee* Soreang.

Sedangkan Metode verifikatif adalah Penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2017:8). Metode ini juga digunakan untuk menguji pengaruh atau bentuk hubungan sebab akibat dari masalah yang sedang diselidiki atau diajukan dalam hipotesis. Metode verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dan bukti fisik terhadap citra perusahaan.

### **3.2 Definisi dan Oprasionalisasi Variabel Penelitian**

Penelitian ini terdapat variabel - variabel yang bersifat saling mempengaruhi. Pada sub definisi variable menjelaskan tipe-tipe variabel yang di dapat diklarifikasikan berdasarkan fungsi variabel dalam hubungan antar variabel serta skala pengukuran yang digunakan. Sedangkan pada operasional variabel penelitian menjabarkan konsep, dimensi, indikator, yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel penelitian.

#### **3.2.1 Devinisi Variabel Penlitan**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi

tentang hal tersebut, Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variabel*), dan variabel terikat (*dependent variabel*). Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan sebelum memperoleh atau memulai pengumpulan data. Kemudian ditarik kesimpulannya menurut Sugiyono (2017:38). Berikut definisi masing-masing variabel penelitiannya:

1. Variabel bebas (*independent variable*)

- Promosi melalui media sosial

As'ad dan Al-Hadid (2017) menyebut jika promosi melalui media sosial adalah strategi pemasaran dalam bentuk jaringan secara online yang memiliki dimensi *online communities, interaction, sharing of content, accesibility dan credibility*.

- Bukti Fisik

Menurut Ibad, et al. (2018) “bukti fisik merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.”

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

- Citra Perusahaan

Menurut Fandy Tjiptono (2019:269)“Citra perusahaan (*corporate image*) merupakan faktor penting dalam sebagian besar jasa yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap kualitas melalui berbagai cara”

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan indikator yang digunakan dalam menyusun penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti yaitu

Promosi ( $X_1$ ), bukti fisik ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas, Citra Perusahaan ( $Y$ ) sebagai variabel terikat. Variabel-variabel tersebut di operasionalisasikan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran dan skala penelitian. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel & Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<b>Promosi melalui media sosial (<math>X_1</math>)</b>  Promosi melalui media sosial diartikan sebagai strategi pemasaran yang digunakan orang-orang dalam bentuk jaringan secara online  <b>menurut Sa'ad dan Al- Hadid (2017)</b>	<i>Online Communities</i>	Arcilla <i>Coffee</i> aktif dalam komunitas online pecinta kopi	Tingkat keaktifan Arcilla <i>Coffee</i> dalam komunitas pecinta kopi yang dirasakan konsumen	Ordinal	1
		Arcilla <i>Coffee</i> bekerja sama dengan komunitas lain yang sejenis	Tingkat kerjasama Arcilla <i>Coffee</i> dengan akun komunitas lain yang sejenis yang dirasakan oleh konsumen	Ordinal	2
	<i>Interaction</i>	Arcilla <i>Coffee</i> aktif memberikan informasi terbaru lewat intagram	Tingkat keaktifan Arcilla <i>Coffee</i> dalam memberikan informasi terbaru dalam bentuk postingan Instagram	Ordinal	3
		Arcilla <i>Coffee</i> aktif berinteraksi dengan <i>followers</i> di Instagram	Tingkat keaktifan Arcilla <i>Coffee</i> dalam menjawab komentar <i>followers</i> dan me repost postingan yang menandai Arcilla <i>Coffee</i>		4
	<i>Sharing of content</i>	Konten Instagram yang dibuat oleh Arcilla <i>Coffee</i> menarik	Tingkat kemenarikan konten yang dirasakan oleh konsumen	Ordinal	5

Variabel & Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		Konten Instagram yang dibuat oleh <i>Arcilla Coffee</i> mudah dipahami	Tingkat kemudahan konsumen dalam memahami kontenn yang dibuat oleh <i>Arcilla Coffee</i>	Ordinal	6
	<i>Accessibility</i>	Akun Instagram <i>Arcilla Coffee</i> mudah ditemukan	Tingkat kemudahan konsumen dalam menemukan akun asli <i>Arcilla Coffee</i>	Ordinal	7
		Akun Instagram <i>Arcilla Coffee</i> tersedia untuk umum	Tingkat ketersediaan akun Instagram <i>Arcilla Coffee</i> untuk umum	Ordinal	8
	<i>Credibility</i>	Review konsumen dalam highlight story Instagram <i>Arcilla Coffee</i> dapat dipercaya	Tingkat Kepercayaan konsumen terhadap review konsumen lain yang ada di Instagram <i>Arcilla Coffee</i>	Ordinal	9
		Postingan yang ada di akun Instagram <i>Arcilla Coffee</i> dapat dipercaya	Tingkat kepercayaan konsumen terhadap postingan <i>Arcilla Coffee</i>	Ordinal	10
<b>Bukti Fisik (X2)</b> “Bukti Fisik merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.” <b>menurut Ibad, et al. (2018)</b>	Desain Eksterior dan Papan Nama	1. Kemenarikan Desain luar Arcila Coffee	Tingkat Kemenarikan Desain Luar <i>Arcilla Coffee</i>	Ordinal	11
		2. Kejelasan Papan Nama	Tingkat Kejelasan Papan Nama	Ordinal	12
	Lingkungan Interior Desain Interior, Suara dan Suasana Tempat	1. Kemenarikan Desain Interior	Tingkat Kemenarikan Desain Interior	Ordinal	13
		2. Kenyamanan Tempat Duduk di <i>Arcilla Coffee</i>	Tingkat Kenyamanan Pelanggan	Ordinal	14
		3. Kenyamanan Musik Dan Suasana Tempat	Tingkat Kenyamanan Musik dan Suasana Tempat	Ordinal	15

Variabel & Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	Fasilitas Lain Seragam Karyawan.	1. Kerapihan Seragam Pegawai	Tingkat Kerapihan Seragam	Ordinal	16
		2. Kelengkapan seragam karyawan	Tingkat kelengkapan seragam karyawan	Ordinal	17
<b>Citra Perusahaan (Y)</b> “Citra perusahaan ( <i>corporate image</i> ) merupakan faktor penting dalam sebagian besar jasa yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap kualitas melalui berbagai cara”  <b>Fandy Tjiptono (2019:269)</b>	<i>personality</i>	1. Kepribadian yang dipahami publik	Tingkat kepribadian karyawan	Ordinal	18
		2. Perilaku karyawan terhadap pelanggan	Tingkat perilaku karyawan terhadap pelanggan	Ordinal	19
	<i>Reputation</i>	1. Reputasi Arcilla Coffee	Tingkat reputasi Arcilla Coffee	Ordinal	20
		2. Pengetahuan pelanggan tentang Arcilla Coffee	Tingkat pengetahuan pelanggan tentang Arcilla Coffee	Ordinal	21
	<i>Corporate identity</i>	1. Kemudahan dalam mengenali identitas Arcilla coffee	Tingkat nilai-nilai yang di terapkan Arcilla coffee	Ordinal	22
		2. Slogan Arcilla Coffee menggambarkan nilai yang tinggi bagi kosumen	Tingkat kemudahan dalam mengenali identitas Arcilla coffee	Ordinal	23

Sumber: data diolah peneliti 2022

Berdasarkan tabel 3.1 operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang akan digunakan sebagai dasar pembuatan kuisisioner untuk dijadikan alat ukur penelitian. Pada operasionalisasi variabel pada tabel 3.1 memiliki jumlah 23 item yang artinya akan ada 23 pertanyaan kuisisioner kepada pelanggan untuk kepentingan penelitian ini.

### 3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan

objek yang diteliti dan dapat membantu peneliti dalam pengolahan data untuk memecahkan masalah penelitian. Untuk memudahkan penelitian, peneliti menggunakan sampel dalam pengolahan datanya. Sampel merupakan elemen-elemen atau unit-unit dari populasi yang dijadikan sampel penelitian. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik sampling tertentu.

### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian adalah jumlah pengunjung. Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Berdasarkan Tabel yang berisikan jumlah kunjungan di *Arcilla Coffee* selama tahun 2021 yang berada di halaman selanjutnya, terlihat bahwa jumlah penjualan *Arcilla Coffee* selama periode Januari hingga Desember 2021 mengalami fluktuatif dan jumlah pengunjung cenderung menurun dengan 50% dalam setahun mengalami penurunan. Berikut pengunjung *Arcilla Coffee* yang berkunjung.

**Tabel 3.2**  
**Data pengunjung Arcilla Coffee**

<b>NO</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
1	Januari 2021	831
2	Febuari 2021	841
3	Maret 2021	878
4	April 2021	704
5	Mei 2021	512
6	Juni 2021	643
7	Juli 2021	654
8	Agustus 2021	620
9	September 2021	674
10	Oktober 2021	752
11	November 2021	804
12	Desember 2021	721
	<b>N</b>	<b>8.643</b>
	<b>Rata- rata</b>	<b>719,5</b>

Sumber : *Arcilla Coffee*

Berdasarkan tabel 3.2 diketahui bahwa jumlah pengunjung selama satu tahun terakhir dari *Arcilla Coffee* yaitu sejumlah 8.643 orang, maka untuk mencari populasi dari *Arcilla Coffee* untuk kepentingan penelitian dengan menggunakan rata-rata pengunjung perbulan *Arcilla Coffee*. Maka didapatkan hasil rata-rata pengunjung satu tahun terakhir yaitu sejumlah

$$\begin{aligned} \text{Rata – rata pengunjung Arcilla Coffee} &= \frac{8.463}{12} = 719,5 \\ &= 719,5 \text{ di bulatkan menjadi } 720 \end{aligned}$$

Jadi diketahui dari jumlah perhitungan, populasi rata-rata jumlah pengunjung *Arcilla Coffee* dalam penelitian ini sebanyak 720 orang.

### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan salah satu unsur dari populasi yang hendak dijadikan suatu objek penelitian. Apabila penelitian menggunakan sampel, maka yang bisa didapat yaitu ciri-ciri sampel yang diharapkan bisa menaksir ciri-ciri populasi. Sampel Menurut Sugiyono (2018: 118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan terbatas hanya sebagian dari populasi saja. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus betul-betul sangat representatif (benar- benar mewakili). Khususnya dalam penelitian ini, sampel tersebut diambil dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) dan



penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin, yang dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Rumus :

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

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang di tolelir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%).

Jumlah populasi yaitu sebanyak 8.643 orang dengan kesalahan yang dapat di tolerir sebesar 10%(0,10) atau dapat disebut dengan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang dapat diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{8.643}{1+8.643(0,1)^2} = 98,8562278 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian sebanyak 100 orang yang akan dijadikan ukuran sampel.

### 3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik pengumpulan sampel yang akan digunakan pada

penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* ini menurut (Sugiyono, 2017:142) menjelaskan bahwa *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Adapun jenis-jenis dari teknik *non probability sampling* yaitu *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling insidental*, *sampling purposive*, *sampling jenuh* dan *snowball sampling*. Teknik *non probability sampling* yang dipilih dalam penelitian ini yaitu jenis *sampling insidental*.

Menurut (Sugiyono, 2017:144) *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Seperti halnya teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Insidental sampling* untuk mengetahui karakteristik responden.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2017:137) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Mengumpulkan data dengan melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari :

a. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner (Sugiyono, 2018). Penulis mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung di *Arcilla Coffee*.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada owner *Arcilla Coffee*. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017, p.142) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner akan diberikan kepada pengunjung di *Arcilla Coffee*. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai promosi, bukti fisik, dan citra perusahaan.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literature atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi perpustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literature-literature, buku-buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

### 3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

#### 3.5.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2017:384) merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk mencari nilai koefisien validitas, maka penelitian menggunakan rumus pearson product moment sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{((n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2))}}$$

Keterangan :

$rx_y$  = Koefesien r product moment

- R = Koefesien validitas item yang dicari
- x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item
- y = Skor total instrument
- n = Jumlah responden dalam uji instrument
- $\Sigma_X$  = Jumlah hasil pengamatan variabel X
- $\Sigma_Y$  = Jumlah hasil pengamatan variabel Y
- $\Sigma_{xy}$  = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y
- $\Sigma_{X^2}$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X
- $\Sigma_{y^2}$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar mengambil keputusan :

- a. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Sugiyono (2017:179) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen adalah valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

### 3.5.2 Uji Realibilitas

Uji realibilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas

harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan tidak memenuhi, maka tidak perlu diteruskan untuk di uji reliabilitas. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2017:133). Pengertian reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan jika hasil pengukuran yang dilakukan relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah split-half method (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pertanyaan genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus spearman brown, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini:

1. Item dibagi dua secara acak, dikelompokkan dalam kelompok I dan II.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan II
3. Korelasi skor kelompok I dan kelompok II dengan rumus :

$$r_b = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{((n\sum A^2 - (\sum A)^2)(n\sum B^2 - (\sum B)^2))}}$$

Dimana :

r = Koefesien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$  = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$  = Jumlah total skor belahan genap

$\Sigma A2$  = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\Sigma B2$  = Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\Sigma AB$  = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi Spearman Brown sebagai berikut :

$$r = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Dimana:

$r$  = Nilai reliabilitas

$r_b$  = Korelasi pearson product moment antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen ( $r_b$  hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata.

Berikut keputusannya

- a. Bila  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$ , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
- b. Bila  $r_{hitung} <$  dari  $r_{tabel}$ , maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas.

Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

### 3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan metode analisis dan uji hipotesis yang berdasarkan pada pendapat Sugiyono (2017:147), yang 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. Metode analisis dan uji hipotesis menguraikan metode-metode analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian.

Pada penelitian ini melakukan pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner dan setiap jawaban responden diberi nilai dengan skala likert. Sugiyono (2017:93) mengatakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif sebagai berikut :

**Tabel 3.3**  
**Alternatif jawaban dengan skala likert**

Promosi	Bukti Fisik	Citra Perusahaan	Bobot Nilai
Sangat Tinggi	Sangat Nyaman	Sangat Loyal	5
Tinggi	Nyaman	Loyal	4
Kurang Tinggi	Kurang Nyaman	Kurang Loyal	3
Rendah	Tidak Nyaman	Tidak Loyal	2
Sangat Rendah	Sangat Tidak Nyaman	Sangat Tidak Loyal	1

Sumber : Sugiyono (2018)

#### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dan variabel penelitian. Dalam penelitian, peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independent dan dependen yang selanjutnya



dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori : sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya :

$$\sum P = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata – rata, maka hasil tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut ini

$$: \text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria Pertanyaan}}$$

Dimana :

Nilai tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

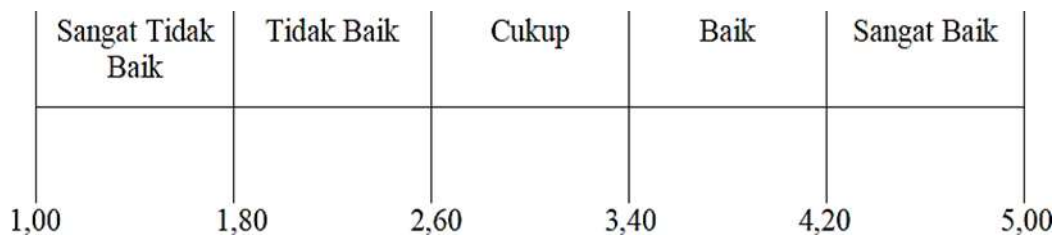
$$\text{Rentang skor} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Apabila dihubungkan dengan variabel-variabel penelitian ini, maka menghasilkan kategori masing-masing variabel, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3.4**  
**Kategori Skala**

Skala	Promosi	Bukti Fisik	Citra Perusahaan
1,00-1,80	Sangat Tidak Informatif	Sangat Tidak Nyaman	Sangat Berkesan
1,81-2,60	Tidak Informatif	Tidak Nyaman	Tidak Berkesan
2,61-3,40	Kurang Informatif	Kurang Nyaman	Kurang Berkesan
3,41-3,20	Informatif	Nyaman	Berkesan
4,21-5,00	Sangat Informatif	Sangat Nyaman	Sangat Berkesan

Sumber : Sugiyono (2017)



**Gambar 3.1**  
**Garis Kontinum**

### 3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Menurut Sugiyono (2017:13) menyatakan bahwa “metode kuantitatif merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Metode analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *method of successive interval* (MSI), analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi.

#### 3.6.2.1 Method Of Successive Interval (MSI)

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang didapat masih dalam bentuk skala ordinal. Maka peneliti harus merubah data tersebut dari skala ordinal menjadi skala interval. Hal tersebut karena peneliti menggunakan metode analisis linier berganda dalam pengolahan datanya. Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode tersebut, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan menggunakan teknik *Method of Successive Interval* (MSI). Berikut adalah langkah-langkah *Method of Successive Interval* (MSI) :

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pernyataan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z. Untuk data >30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal.
6. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumus berikut :

$$SV = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ under\ upper\ limit) - (Area\ under\ lower\ limit)}$$

7. Melakukan transformasi nilai skala dari nilai skala ordinal ke nilai interval  
Dengan rumus:

$$Y = S_{vi} + [SV\ min]$$

Pengolahan data yang dilakukan peneliti gunakan selanjutnya adalah dengan menggunakan media komputerisasi untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

### 3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Promosi ( $X_1$ ) Bukti Fisik ( $X_2$ ) terhadap citra perusahaan ( $Y$ ). Sugiyono (2017:210) menyatakan bahwa analisis

regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel dependen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

- Y = Variabel terikat (citra perusahaan)  
 a = Bilangan konstanta  
 b<sub>1</sub> = Koefisien regresi promosi  
 b<sub>2</sub> = Koefisien regresi bukti fisik  
 X<sub>1</sub> = Variabel bebas (promosi)  
 X<sub>2</sub> = Variabel bebas (bukti fisik)  
 e = Tingkat kesalahan

### 3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara promosi (X<sub>1</sub>) bukti fisik (X<sub>2</sub>), dan citra perusahaan (Y) dengan rumus sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{JK_{(reg)}}{\sum Y^2}$$

Dimana :

$R^2$  = Koefisien korelasi berganda

$JK(\text{reg})$  = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat total korelasi

Apabila  $r = 1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan variabel  $Y$

Apabila  $r = -1$ , artinya terdapat hubungan antar variabel negatif

Apabila  $r = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel 3.5 dibawah ini :

**Tabel 3.5**  
**Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000-0,0199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017:184)

### 3.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh antara variabel  $X_1$  (promosi),  $X_2$  (bukti fisik), dan  $Y$  (citra perusahaan) secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ).

### 3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$  : Tidak terdapat pengaruh promosi dan bukti fisik terhadap citra perusahaan

$H_a = \beta_1 \beta_2 \neq 0$  : Terdapat pengaruh promosi dan bukti fisik terhadap citra perusahaan

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda digunakan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Dimana :

$R^2$  = Kuadrat koefisien korelasi ganda

$k$  = Banyaknya variabel bebas

$n$  = Jumlah anggota sampel

Maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang ( $K$ ) dan penyebut ( $n-k-1$ ) dengan ketentuan sebagai berikut :

Tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  –  $H_a$  diterima (signifikan)

Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  –  $H_a$  ditolak (tidak signifikan)

### 3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan ke dalam bentuk statistik sebagai berikut:

Hipotesis 1

$H_0 : \beta_1 = 0$  : Tidak terdapat pengaruh promosi terhadap citra perusahaan

$H_a : \beta_1 \neq 0$  : Terdapat pengaruh bukti fisik terhadap citra perusahaan

Hipotesis 2

$H_0 : \beta_2 = 0$  : Tidak terdapat pengaruh bukti fisik terhadap citra perusahaan

$H_a : \beta_2 \neq 0$  : Terdapat pengaruh promosi terhadap citra perusahaan.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan signifikansi 10% atau dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus :

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

Dimana :

$n$  = Jumlah sampel

$r_p$  = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis t hitung dibandingkan tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

Terima  $H_0$  Jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel –  $H_a$  ditolak (tidak signifikan)

Tolak  $H_0$  Jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel –  $H_a$  diterima (signifikan)

### 3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya kontribusi (pengaruh) variable promosi ( $X_1$ ) dan bukti fisik ( $X_2$ ) terhadap variabel citra perusahaan ( $Y$ ). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

#### a. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase promosi ( $X_1$ ) dan bukti fisik ( $X_2$ ) terhadap citra perusahaan ( $Y$ ) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu :

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

Dimana :

$Kd$  = Nilai koefisien determinasi

$r$  = Koefisien korelasi product moment

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

#### b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase promosi ( $X_1$ ) dan bukti fisik ( $X_2$ ) terhadap citra perusahaan ( $Y$ ) secara parsial

$$Kd = b \times \text{Zero order}$$

Dimana :

$b$  = Beta (nilai *standarlized coefficients*)

*Zero Order* = Matrik Kolerasi variabel bebas dengan variabel terikat dimana



Apabila :

$K_d = 0$ , berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah

$K_d = 1$ , berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

### **3.7 Rancangan Kuesioner**

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel Promosi dan bukti fisik, dan citra perusahaan sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan. Responden tinggal memilih pernyataan yang sudah disediakan peneliti seperti adanya terdapat pilihan sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Responden tinggal memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti.

### **3.8 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian**

Penulis melakukan penelitian di bulan November 2021 sampai dengan selesai dan lokasi yang jadi tempat penelitian ini yaitu *Arcilla Coffee* Soreang, Kabupaten Bandung.