

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian menurut Silaen (2018) adalah suatu usaha untuk menunjukkan keseluruhan alur dalam perencanaan dan pelaksanaan yang dilakukan dalam penelitian. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebuah pendekatan secara kuantitatif yang bersifat deskriptif dengan menganalisis antara keadaan di lapangan dengan teori yang ada.

#### **B. Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah isu, problem, atau permasalahan yang dibahas, dikaji, diteliti dalam riset sosial (Mukhtazar, 2020). Objek penelitian merupakan salah satu hal penting dalam mendapatkan jawaban atau solusi dari suatu permasalahan. Suatu objek penelitian menerangkan siapa yang dapat dijadikan sebagai objek dari suatu penelitian serta mencantumkan kapan dan dimana penelitian tersebut dilakukan.

Pada penelitian ini penulis menjadikan kegiatan *event marketing* Djarum Coklat.com Sahur Nikmat *on the Road* (DCDC SNOTR) 2023 yang terselenggara di Kota Bandung pada tanggal 15 April 2023 dengan mengusung tema kebersamaan, silaturahmi, dan intimasi, sesuai dengan nilai utama yang diangkat ketika memasuki Bulan Ramadhan.

### C. Populasi dan Sampling

#### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan orang atau objek dimana hasil penelitian akan digeneralisasikan (Swarjana, 2021). Populasi pada penelitian ini merupakan pengunjung yang menghadiri *event* DCDC SNOTR 2023. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Karin selaku *Project Manager* (PM) pada kegiatan DCDC SNOTR 2023, menyatakan bahwa jumlah pengunjung pada saat *event* berlangsung tidak dapat dipastikan karena *event* ini sifatnya gratis dan terbuka untuk umum, tetapi diperkirakan pengunjung yang hadir pada DCDC SNOTR 2023 mencapai 1000 orang.

#### 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Populasi dari penelitian ini adalah pengunjung dari DCDC SNOTR 2023 di Kota Bandung. Jumlah populasi ini tidak diketahui secara akurat karena acara DCDC SNOTR 2023 merupakan acara terbuka, gratis, dan tanpa syarat bagi pengunjung yang ingin menikmati acara sahur bersama sambil menikmati acara musik indie. Dengan adanya kondisi tersebut, maka ukuran sampel (n) ditentukan dengan metode Bernoulli dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \alpha/2pq}{e^2} \quad \text{atau} \quad \frac{Z^2 \alpha/2}{4c^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimal

e = tingkat kesalahan

Z = area dibawah kurva minimal

p = proporsi yang diharapkan

q = proporsi yang tidak diharapkan (jika p dan q tidak diketahui anggap masing – masing p dan q 0,5)

Dalam penelitian ini digunakan tingkat ketelitian  $\alpha$  sebesar 5%, tingkat kepercayaan 95%, sehingga diperoleh  $Z = 1,96$ . Tingkat kesalahan ditentukan 10%. Sementara probabilitas kuesioner 0,5 maka dapat diperoleh:

$$n = \frac{Z^2 \alpha / 2pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 / 2(0,5)(0,5)}{0,10^2} = 96,04$$

Maka dapat diperoleh hasil  $n > 96,04 = 100$

Sehingga penulis menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

### 3. Teknik Sampling

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Non probability sampling* merupakan suatu teknik dimana sampel tersebut dengan tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi populasi untuk dipilih sebagai sampel (Sugiyono, 2018). Sedangkan *purposive sampling* adalah salah satu metode dari *non probability sampling* yang digunakan dalam menentukan kriteria responden sebagai berikut:

- a. Perokok
- b. Berusia 17+
- c. Hadir pada acara DCDC SNOTR 2023 di Kota Bandung

Penulis menetapkan perokok sebagai kriteria yang wajib dimiliki responden karena melihat kembali dari tujuan Djarum Coklat mengadakan *event marketing* selain untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan produk rokok Djarum Coklat (aspek *intangible*) namun, PT Djarum juga mengharapkan adanya peningkatan penjualan dari produk rokok yang sedang dipasarkan.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

##### 1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian yang penulis buat dilakukan untuk mendapatkan data yang relevan dan representatif sehingga harapannya dapat menjawab rumusan masalah yang ditentukan. Berikut ini adalah beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan penulis:

###### a. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, penulis melakukan studi dokumentasi yang diperoleh langsung dari *Project Manager (PM) PT ATAP Promotions*.

###### b. Kuesioner

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penyebaran kuesioner online melalui *google form* yang akan dibagikan ke objek penelitian yaitu pengunjung pada *event DCDC SNOTR 2023 Bandung*. Terdapat 15 indikator pertanyaan dari tiga dimensi atas variabel tunggal yaitu *event marketing* yang diukur melalui karakteristik *event marketing entertainment, excitement, dan enterprise*.

Pertanyaan terdiri dari pertanyaan terbuka. Penulis menggunakan pengukuran skala *Likert* untuk jawaban kuesioner yang dapat dilihat pada Tabel 4 halaman selanjutnya.

**TABEL 1**  
**PENGUKURAN SKALA LIKERT**

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
R (Ragu-ragu)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono (2018)

Berdasarkan pengukuran tersebut, akan dilakukan penilaian terhadap respon yang diperoleh dengan menggunakan penilaian skala rentang.

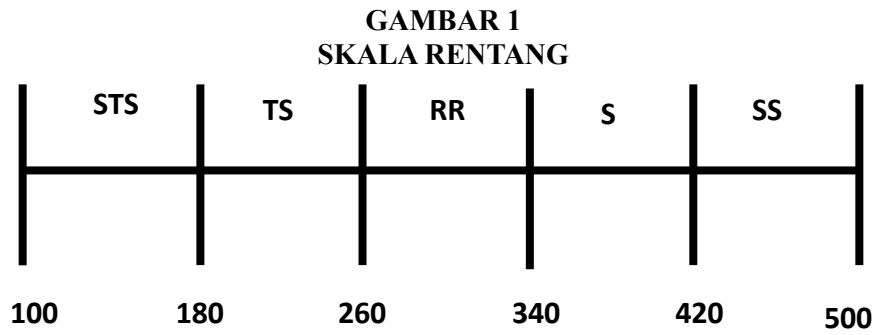
Penilaian skala rentang adalah metode penelitian yang digunakan untuk menyajikan data berupa hasil jawaban yang berisi kriteria penilaian dari setiap item pertanyaan berdasarkan persentase. Berikut ini merupakan langkah-langkah dalam penyajian persentase tersebut:

- a. Nilai kumulatif merupakan jumlah nilai dari setiap pernyataan yang merupakan jawaban dari 100 responden. Selanjutnya data akan dikali dengan bobot nilai skala *Likert* yang dapat dilihat pada Tabel 4.
- b. Jumlah kumulatif adalah nilai kumulatif dikali jumlah responden, yaitu sebanyak 100 sampel.
- c. Maka dapat diperoleh jumlah kumulatif terbesar sebanyak  $100 \times 5 = 500$  dan jumlah kumulatif terkecil yaitu  $100 \times 1 = 100$
- d. Skala rentang dapat dihitung dengan rumus berikut;

$$R = \frac{\text{data terbesar} - \text{data terkecil}}{\text{kelas interval}}$$

$$R = \frac{500 - 100}{5} = 80$$

Melalui perhitungan tersebut maka dapat diketahui skala rentang seperti pada gambar berikut:



Sumber: Hasil Olah Data Penulis (2023)

Berdasarkan skala yang sudah didapatkan, maka interpretasi jawaban dapat ditentukan sebagai berikut:

**TABEL 2  
INTERPRETASI JAWABAN**

Skala	Jawaban	Interpretasi Jawaban
100 – 180	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Baik
181 – 260	Tidak Setuju	Tidak Baik
261 – 340	Ragu-ragu	Cukup Baik
341 – 420	Setuju	Baik
421 – 500	Sangat Setuju	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2018)

## 2. Alat Pengumpulan Data

Instrumen penelitian adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian yang berfungsi untuk mengungkapkan fakta menjadi data dari sebuah variabel penelitian (Djaali, 2020).

Sesuai dengan uraian dalam poin teknik pengumpulan data, instrumen penelitian ini adalah kuesioner/angket. Penyebaran kuesioner berupa *Google Form* dilakukan dengan cara penulis akan menghubungi dan mengirim pesan melalui *direct message* kepada objek penelitian yang jumlahnya sebanyak 258 orang melalui platform sosial media Instagram.

### E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan atribut, sifat atau nilai dari suatu objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditentukan penulis untuk diteliti dan diambil kesimpulannya. Dalam penelitian ini, penulis menetapkan *intangible aspect event marketing* sebagai atribut/variabel yang akan diteliti. Dalam *event marketing*, aspek *intangible* merupakan pengalaman berharga yang diciptakan pengunjung untuk mencapai tujuan penyelenggara dalam mengenalkan suatu produk, yang terdiri dari tiga elemen *3E's* yaitu *entertainment*, *excitement*, dan *enterprise*. Matriks operasional variabel dapat dilihat pada Tabel 6 pada halaman selanjutnya.

**TABEL 3**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Data	Kode Item
<p><b><i>Intangible Event Marketing</i></b></p> <p>merupakan pengalaman berharga yang diciptakan pengunjung untuk mencapai tujuan penyelenggara dalam mengenalkan suatu produk yang didalamnya meliputi 3E's yaitu <i>entertainment, excitement, dan enterprise.</i></p> <p>(Hoyle, 2002)</p>	<i>Entertainment</i> (Hiburan)	1) DCDC SNOTR 2023 menawarkan hiburan dengan konsep yang berbeda.	Ordinal	X1
		2) DCDC SNOTR 2023 menyajikan hiburan yang unik.		X2
		3) Pada DCDC SNOTR 2023 terdapat hiburan yang di <i>design</i> khusus sesuai dengan kebutuhan, preferensi, dan harapan pengunjung.		X3
		4) Pengunjung terhibur melalui interaksi yang ditimbulkan selama DCDC SNOTR 2023.		X4
	<i>Excitement</i> (Kesenangan)	1) Program yang ada pada DCDC SNOTR 2023 menumbuhkan kesenangan bagi pengunjung.		X5
		2) <i>Merchandise atau freebies</i> yang terdapat pada DCDC SNOTR 2023 menarik kesenangan pengunjung.		X6
		3) Promosi yang dilakukan membangun kesenangan pengunjung untuk menghadiri DCDC SNOTR 2023		X7
		4) Tempat diselenggarakannya DCDC SNOTR 2023 berpengaruh terhadap kesenangan pengunjung.		X8
		5) Suasana yang dibangun pada DCDC SNOTR 2023 memengaruhi kesenangan pengunjung.		X9



Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Data	Kode Item
	<i>Enterprise</i>	1) Pengunjung merasakan bahwa DCDC SNOTR 2023 menghasilkan sebuah kegiatan yang sifatnya inovatif, kreatif, dan interaktif.		X10
		2) DCDC SNOTR 2023 menumbuhkan kesadaran merek pengunjung akan produk Djarum Coklat.		X11
		3) DCDC SNOTR 2023 menumbuhkan loyalitas pengunjung akan merek Djarum Coklat.		X12
		4) Pengunjung menjumpai pengalaman baru yang belum pernah dirasakan sebelumnya setelah hadir pada DCDC SNOTR 2023.		X13
		5) Pengunjung memiliki keinginan untuk menceritakan pengalaman menghadiri DCDC SNOTR 2023 kepada orang lain.		X14
		6) Pengunjung merekomendasikan orang lain menghadiri DCDC SNOTR untuk dapat merasakan pengalaman yang sama.		X15

Sumber: Data Olahan Penulis (2023)

## F. Analisis Data

### 1. Teknis Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penulis adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan teknik yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik dengan merangkum data-data yang sudah dikumpulkan menjadi suatu kesimpulan yang terukur melalui pernyataan deskriptif berupa uraian atau keterangan-keterangan tentang suatu data atau keadaan. Dalam penelitian ini penulis akan menyajikan hasil olahan data dalam bentuk tabel diagram grafik dan bentuk lainnya disesuaikan dengan kumpulan data yang ada, sesuai dengan Tabel Matriks Operasional Variabel dengan menggunakan skala *Likert* dari skala satu (sangat tidak setuju) hingga skala lima (sangat setuju) sesuai dengan Tabel Pengukuran Skala *Likert* akan diperoleh perhitungan jumlah skor berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden yang selanjutnya akan disusun kriteria dalam penilaian setiap indikator pertanyaan. Tahap analisis dalam penelitian akan dilakukan sampai dengan tahap *scoring* dan indeks, yang mana skor menunjukkan jumlah dari hasil perkalian sampai bobot nilai. Setelah itu indeks akan dihitung menggunakan metode *mean* (rata-rata) dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{(\sum Xi)}{n}$$

(Sugiyono, 2018)

Keterangan:

$\bar{X}$  = Rata-rata       $\sum Xi$  = Jumlah Nilai Seluruh

$n$  = Jumlah Data

## 2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Dalam melakukan penelitian, setiap alat pengukuran variabel harus memiliki dua ciri penting yaitu validitas (kesahihan) dan reliabilitas (keandalan).

### a. Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan proses tingkat kevalidan suatu instrumen dalam mengukur suatu perolehan data dengan akurat dan relevan terhadap variabel yang diukur. Uji validitas menunjukkan ketepatan antara data yang sungguh-sungguh terjadi dengan data yang penulis kumpulkan (Sugiyono 2018). Sebuah *instrumen* dapat dikatakan valid ketika alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data juga valid. Dalam pengujian validitas dapat digunakan rumus *Pearson Product Moment Correlation* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

(Sugiyono, 2018)

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi

$n$  = jumlah responden

$\sum X$  = jumlah skor butir

$\sum Y$  = jumlah skor yang diperoleh tiap responden

$\sum X^2$  = jumlah kuadrat butir

$\sum Y^2$  = kuadrat jumlah skor yang diperoleh tiap responden

$\sum XY$  = jumlah perkalian antara skor butir angket dengan jumlah skor yang diperoleh tiap responden

Nilai standar validitas adalah sebesar 0,3. Jika angka korelasi lebih besar daripada nilai standar maka dinyatakan valid (Sugiyono 2018).

Dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden. hasil pengujian validitas untuk pernyataan variabel kuesioner penelitian ini adalah sebagai berikut:

**TABEL 4**  
**HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS VARIABEL KUESIONER ATAS 100**  
**RESPONDEN**

No	Variabel	Taraf Signifikansi	r-tabel	Hasil		Keterangan
				Sig.	r-hitung	
1	X1	0,05	0,195	0,000	0,513	Valid
2	X2	0,05	0,195	0,000	0,685	Valid
3	X3	0,05	0,195	0,000	0,588	Valid
4	X4	0,05	0,195	0,000	0,563	Valid
5	X5	0,05	0,195	0,000	0,513	Valid
6	X6	0,05	0,195	0,000	0,545	Valid
7	X7	0,05	0,195	0,000	0,663	Valid
8	X8	0,05	0,195	0,000	0,713	Valid
9	X9	0,05	0,195	0,000	0,678	Valid
10	X10	0,05	0,195	0,000	0,530	Valid
11	X11	0,05	0,195	0,000	0,540	Valid
12	X12	0,05	0,195	0,000	0,696	Valid
13	X13	0,05	0,195	0,000	0,712	Valid
14	X14	0,05	0,195	0,000	0,731	Valid
15	X15	0,05	0,195	0,000	0,678	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Primer Menggunakan SPSS v.29 (2023)

Pada Tabel 7, terlihat bahwa hasil r-hitung dari seluruh variabel memiliki nilai lebih besar dari r-tabel yang dapat menunjukkan bahwa semua item pernyataan valid. Diketahui bahwa r-tabel untuk n = 100 dengan taraf signifikansi 5% adalah sebesar 0,195. Maka dari hasil pengolahan validitas menggunakan SPSS v.29 dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator variabel pada kuesioner penelitian ini dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan suatu instrumen penelitian dapat atau tidak mengukur sesuatu secara konsisten dari waktu ke waktu. Untuk menguji reliabilitas penulis menggunakan metode Alpha Cronbach dengan rumus:

$$r = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

(Sugiyono, 2018)

Keterangan:

$r$  = koefisien reliabilitas yang dicari       $\sigma_i^2$  = varian butir-butir pernyataan

$k$  = jumlah butir pernyataan       $\sigma^2$  = varian skor pernyataan

Melalui rumus ini, penulis dapat menetapkan reliabilitasnya jika nilai koefisien sama dengan atau lebih besar dari 0,60 menunjukkan bahwa keandalan konsistensi internal *reliable*. Sedangkan jika nilai Alpha Cronbach lebih kecil dari 0,60 maka dikatakan instrumen penelitian tidak reliabel (Sugiyono, 2018).

Dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden, hasil pengujian reliabilitas untuk variabel kuesioner penelitian ini adalah sebagai berikut:

**TABEL 5**  
**HASIL OUTPUT UJI RELIABILITAS VARIABEL KUESIONER ATAS 100 RESPONDEN**

<b>Variabel</b>	<b><i>Alpha Cronbach</i></b>	<b>r-tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Event Marketing</i>	0,60	0,888	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data Primer Menggunakan SPSS v.29 (2023)

Berdasarkan Tabel 8 pada halaman sebelumnya, setelah seluruh data yang diperoleh diolah menggunakan SPSS v.29, terlihat bahwa instrumen variabel penelitian memiliki nilai lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen variabel pada penelitian ini reliabel.

## G. Jadwal Penelitian

**TABEL 6**  
**JADWAL PENELITIAN**

No	Kegiatan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep
1	Penyusunan TOR	✓							
2	Pengumpulan Usulan Penelitian		✓						
3	Pengajuan Surat Izin Penelitian			✓					
4	Seminar Usulan Penelitian				✓				
5	Pengumpulan Data					✓			
6	Pengolahan Data					✓			
7	Penyusunan Proyek Akhir					✓			
8	Sidang Proyek Akhir						✓		
9	Perbaikan Hasil Proyek Akhir							✓	✓

Sumber: Data Olahan Penulis (2023)

