

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini mengenai “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* “Bedah Rumah” Terhadap Citra PT. Mayora Tbk” dilakukan secara online pada followers social media akun Instagram @mayoraofficial. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran angket secara online dengan bantuan *Google Form* dan menyebarkan melalui *Direct Message Instagram*. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2022 - Juli 2022.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif mengharuskan peneliti untuk menjelaskan bagaimana variable mempengaruhi variable yang lain. Penelitian ini termasuk jenis penelitian eksperimen. Yang berarti berusaha mengontrol semua variable mempengaruhi hasil kecuali variable bebas (Cresswell, 2012 : 13).

Menurut Azwar (2011 : 5) pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyederkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti.

C. Metode Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang diteliti, metode penelitian yang digunakan ialah menggunakan metode survey. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, seperti mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2015 : 12). Sifat Penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif deskriptif biasanya hanya mengukur tingkat suatu variabel pada populasi atau sampel sedangkan pendekatan survey yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner.

D. Variabel dan Definisi Operasional

1. Definisi Variabel

Operasional variabel menjadi dasar dalam pengumpulan data sehinggatidak terjadi bias terhadap data apa yang diambil. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015 : 61).

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu :

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (X) sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Variabel bebas adalah suatu variabel yang ada atau terjadi mendahului variabel terikatnya dan menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian (Priyono, 2016 : 58). Variabel bebas (X)

dalam penelitian ini adalah Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah”.

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (Y) adalah variabel yang diakibatkan atau yang di pengaruhi oleh variabel bebas. Variabel ini juga dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian (Priyono, 2016 : 58). Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah “Citra PT Mayora Indah Tbk”.

2. Operasional Variabel

Variabel yang ada menjadi objek penelitian mencakup dimensi-dimensi sebagai berikut :

Table 3.1
Definisi Operasional Variabel X

No	Variabel X	Dimensi	Indikator
1.	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Profit	1. Program CSR “Bedah Rumah” memberi keuntungan bagi masyarakat khususnya pada masyarakat tidak mampu. 2. Program CSR membantu mempromosikan dan lebih mengenalkan perusahaan kepada masyarakat.
		Planet	1. Program CSR “Bedah Rumah” sebagai bentuk komitmen PT Mayora Group TBK.

			<p>2. Program CSR “Bedah Rumah” berpartisipasi dalam program pembangunan sosial yang dirancang untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.</p> <p>3. Masyarakat menjadi lebih peduli terhadap kesejahteraan hidup, lingkungan yang sehat dan bersih.</p>
		People	<p>1. Program CSR mensejahterakan dan meringankan beban masyarakat.</p> <p>2. Masyarakat dapat berinteraksi langsung dan berkomunikasi dengan pihak perusahaan berkat program CSR.</p>

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel Y

No	Variabel Y	Dimensi	Indikator
1.	Citra PT Mayora Indah TBK	Personality	<p>1. Masyarakat melihat PT Mayora Indah TBK sebagai perusahaan yang terpercaya.</p> <p>2. PT Mayora Indah TBK sebagai perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.</p>
		Reputation	1. Masyarakat melihat kinerja PT Mayora Indah TBK yang turut membantu menaikkan

			<p>kualitas hidup masyarakat.</p> <p>2. PT Mayora Indah TBK perusahaan produsen makanan terbaik yang bertanggung jawab mengutamakan kebersihan dan kesehatan termasuk pada lingkungan sekitar.</p>
		Value	<p>1. Sikap manajemen PT Mayora Indah TBK yang peduli kepada masyarakat terutama masyarakat kurang mampu dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesehatan lingkungan.</p> <p>2. Karyawan dan stakeholders PT Mayora Indah TBK yang cepat tanggap menghadapi kebutuhan masyarakat.</p> <p>3. Masyarakat merasa memiliki nilai tambah pada PT Mayora Indah TBK berkat program CSR.</p>
		Corporate Identity	<p>1. Masyarakat mengenali logo dan tagline PT Mayora Indah TBK.</p> <p>2. Masyarakat mengenali kegiatan CSR PT Mayora Indah TBK</p>

E. Populasi dan Sample

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atausubyek yg 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 atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono 2015 : 117).

Populasi dalam penelitian ini adalah pada *followers* akun *Instagram* @mayoraofficial yang telah sesuai dengan kriteria ada sebanyak 1.373 *followers* yang diakses pada Maret 2022.

Adapun kriteria-kriteria sebagai berikut :

1. Mengetahui Program CSR Bedah Rumah dari PT Mayora Indah Tbk
2. Telah mengikuti akun *Instagram* @mayoraofficial
3. Telah memberikan *like* dan komentar pada postingan dalam akun *Instagram* @mayoraofficial dalam waktu periode 1 minggu, terhitung pada tanggal 14 Maret 2022 sampai dengan 20 Maret 2022.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. 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. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2015 : 118).

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan teknik *probability sampling* artinya teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2018:81).

Teknik *probability sampling* yang digunakan yaitu dengan metode Simple Random Sampling yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Alasan penelitian ini menggunakan metode Simple Random Sampling karena penelitian *Simple random sampling* adalah metode yang digunakan untuk membuat kesimpulan statistik tentang suatu populasi. Ini membantu memastikan validitas internal yang tinggi, pengacakan adalah metode terbaik untuk mengurangi dampak variabel perancu potensial. Selain itu, *simple random sampling* memiliki validitas eksternal yang tinggi untuk mewakili karakteristik populasi yang lebih besar.

Pertimbangan sampel yang akan dijadikan responden yaitu followers aktif dari akun Instagram @mayoraofficial, dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu, Mengetahui Program CSR Bedah Rumah dari PT Mayora Indah Tbk, , telah mengikuti akun Instagram @mayoraofficial, telah memberikan like dan komentar pada postingan dalam akun Instagram @mayoraofficial dalam waktu periode 1 minggu, terhitung pada tanggal 14 Maret 2022 sampai dengan 20 Maret 2022.

Pada penelitian ini untuk menentukan jumlah sampel yang akan dijadikan responden, peneliti menggunakan rumus Yamane dengan presisi 10%, yaitu sebagai berikut :

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang akan diambil

N = Jumlah populasi

e = Presisi (10%) Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{1373}{1373 \cdot (10\%)^2 + 1}$$

$$n = \frac{1373}{1373 \cdot 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{1373}{14,73}$$

$$n = 93,21$$

$$n = 93 \text{ orang (dibulatkan)}$$

Berdasarkan hasil rumus penentuan jumlah sampel, maka didapat jumlah sampel dari populasi adalah sebanyak 93 responden.

G. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti untuk menyatakantanggapan dari responden terhadap setiap pertanyaan yang diberikan adalah dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentangfenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkanmenjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa

pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono 2015 : 134-135). Pada penelitian ini setiap responden diberi nilai bilangan sebagai berikut :

Tabel 3.3

Pemberian Skor Berdasarkan Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Setuju	3
Sangat Setuju	4

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel (X) Corporate Social Responsibility, dan variabel (Y) Citra PT Mayora Indah TBK, jadi pernyataan yang diukur adalah mengenai Pengaruh Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah” terhadap Citra PT Mayora Indah TBK.

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, terdapat dua teknik pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, setelah dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti

variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2015 : 199).

Teknik pengumpulan data dari kuesioner tersebut disebar dan diberikan dengan bantuan Google Form. Peneliti membagikan kuesioner kepada responden yang telah ditetapkan berdasarkan rumus slovin.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari studi pustaka dengan mempelajari buku-buku, internet, penelitian sebelumnya seperti skripsi, jurnal maupun sumber data lain yang dapat memperoleh data dan informasi yang berhubungan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti juga mengumpulkan data sekunder dengan mencari sumber data internal yaitu dengan mengambil beberapa berita informasi mengenai PT Mayora Indah, Tbk.

H. Teknik Analisis data

Teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Analisis data yang dilakukan adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2015 : 207).

1. Analisis Regresi Sederhana

Teknik analisis pada penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear sederhana. 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.

Menurut Sugiyono (2015 : 261-262) Secara umum regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + Bx$$

Keterangan :

Y = Nilai yang diprediksi

A = Nilai Konstanta atau $X = 0$

b = Koefisien Regresi $Y = a + bX$

X = Nilai Variabel Independen

2. Uji Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui tingkat pengaruh, peneliti menggunakan pedoman untuk memberikan penafsiran koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel berikut ini :

Tabel 3. 4

Pedoman Untuk Memberikan Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 0,99	Sangat Kuat

(Sugiyono, 2015 : 257)

I. Uji Validitas dan Reabilitas

Dalam penelitian ini, uji coba instrumen menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel menjadi syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel (Sugiyono, 2015 : 173). Dalam mengukur tingkat validitas dan reliabilitas digunakan software SPSS (Statistic Package For Social Sciene) for windows, data yang telah dikumpulkan kemudian dimasukkan ke dalam software SPSS sehingga menghasilkan nilai yang diinginkan.

Uji validitas dan reabilitas dalam penelitian ini dilakukan kepada 30 responden Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Jakarta yang mengetahui Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah” PT Mayora Indah TBK dan yang merupakan responden sesuai pada kriteria dari populasi penelitian dan dibagikan dengan cara melalui WhatsApp atau Direct Message Instagram.

1. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian, data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2010 : 267).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian perlu diuji validitas. Uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Seperti yang

dijelaskan pada metode penelitian bahwa untuk melihat valid atau tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor total butir pernyataan.

Dalam membuat keputusan, pernyataan dinyatakan valid jika :

- a. Nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, Maka pernyataan tersebut valid
- b. Nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, Maka pernyataan tersebut tidak valid.

a. Hasil Uji Validitas Variabel X (Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah”)

Butiran pernyataan variabel pengaruh Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah” (X) adalah berjumlah 10 pernyataan dengan taraf signifikan 5% = 0,361. Hasil uji validitas Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah” dapat dijelaskan tabel di bawah ini :

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel X
(Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah”)

Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Keterangan
X1	0,361	0,622	Valid
X2	0,361	0,617	Valid
X3	0,361	0,777	Valid
X4	0,361	0,719	Valid
X5	0,361	0,418	Valid
X6	0,361	0,572	Valid
X7	0,361	0,800	Valid
X8	0,361	0,707	Valid

X9	0,361	0,740	Valid
X10	0,361	0,651	Valid
X11	0,361	0,716	Valid

(Sumber : Perhitungan SPSS for windows 26)

Berdasarkan pada tabel di atas untuk uji validitas pada pernyataan Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah” (X) dapat dilihat bahwa hasil r hitung lebih besar dari r tabel 0,361 maka pernyataan-pernyataan pada variabel Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah” (X) dikatakan valid.

b. Hasil Uji Validitas Variabel X (Citra PT Mayora Indah Tbk)

Butiran pernyataan variabel Citra PT Mayora Indah Tbk (Y) adalah berjumlah 22 pernyataan dengan taraf signifikan 5% = 0,361. Hasil uji validitas citra PT Mayora Indah Tbk dapat dijelaskan tabel di bawah ini :

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Y
(Citra PT Mayora Indah Tbk)

Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Keterangan
Y1	0,361	0,786	Valid
Y2	0,361	0,798	Valid
Y3	0,361	0,698	Valid
Y4	0,361	0,522	Valid
Y5	0,361	0,721	Valid
Y6	0,361	0,722	Valid
Y7	0,361	0,508	Valid

Y8	0,361	0,529	Valid
Y9	0,361	0,778	Valid
Y10	0,361	0,672	Valid
Y11	0,361	0,671	Valid
Y12	0,361	0,538	Valid
Y13	0,361	0,617	Valid
Y14	0,361	0,609	Valid
Y15	0,361	0,734	Valid
Y16	0,361	0,865	Valid
Y17	0,361	0,521	Valid
Y18	0,361	0,659	Valid
Y19	0,361	0,611	Valid
Y20	0,361	0,595	Valid
Y21	0,361	0,693	Valid
Y22	0,361	0,754	Valid

(Sumber : Perhitungan SPSS for windows 26)

Berdasarkan pada tabel di atas untuk uji validitas pada pernyataan Citra PT Mayora Indah Tbk (Y) dapat dilihat bahwa hasil r hitung lebih besar dari r tabel 0,361 maka pernyataan-pernyataan pada variabel Citra PT Mayora Indah Tbk (Y) dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama

(Sugiyono, 2010 : 354). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner dapat diandalkan, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak beda jauh).

a. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah”)

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X
(Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah”)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.874	11

(Sumber : Perhitungan SPSS for windows 26)

Berdasarkan tabel di atas, terbukti bahwa variabel Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah” (X) memiliki Cronbach Alpha yaitu sebesar 0,874. maka dapat dinyatakan variabel Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah” (X) pada penelitian ini sangat reliabel.

b. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Citra PT Mayora Indah Tbk)

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Citra PT Mayora Indah Tbk)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.938	22

(Sumber : Perhitungan SPSS for windows 26)

Berdasarkan tabel di atas, terbukti bahwa variabel Citra PT Mayora Indah Tbk

(Y) memiliki Cronbach Alpha yaitu sebesar 0,938. maka dapat dinyatakan variabel Citra PT Mayora Indah Tbk (Y) pada penelitian ini sangat reliabel.

Dari hasil uji kualitas data tersebut dapat disimpulkan bahwa kedua variabel dinyatakan sangat reliabel dan layak digunakan untuk penelitian menggunakan analisis statistik selanjutnya.