BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini mengenai "Pengaruh *Marketing Public Relations* Terhadap Citra *Brand* Somethinc" pengambilan data ini dilakukan kepada followers instagram @somethincofficial dengan membagikan kuisoner kepada para konsumennya adapun waktu yang dilakukan selama 6 bulan.

3.2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini digunakan dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan ini mementingkan adanya variable-variabel sebagai objek penelitian dan variable-variabel tersebut harus didefinisikan dalam bentuk operasionalisasi masing-masing variable.Pendekatan ini lebih memberikan makna dalam hubungannya dengan penafsiran angka statistic bukan makna secara kebahasaan dan kulturalnya (Siregar, 2017:110).

3.3. Metode Penelitian.

Metode penelitian yang digunakan ini adalah metode survey dengan jenis eksplanatif. Menurut Kriyantono (2016), metode survey adalah, metode riset dengan menggunakan kuisioner sebagai instrument pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Sedangkan jenis eksplanatif adalah periset menghubungkan sebab akibat antara dua atau lebih konsep (variable) yang akan diteliti, periset sangat membutuhkan definisi konsep, kerangka konseptual, dan teori. Periset perlu menggunakan kegiatan

yang berteori untuk menghasilkan dugaan awal (hipotesis) antara variable satu dengan yang lainnya.

3.4. Variabel dan Defiinisi Operasional Variabel

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai atau dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:38).

1. Variabel Independen, variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Priyono. 2016:58). Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel "x". Variabel bebas dalam penelitian ini adalah "Marketing Public Relations"
2. Variabel Dependen, sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, Karenaadanya variabel bebas (Sugiyono, 2018:39). Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel “y” variabel terikat dalam penelitian ini adalah “Citra Brand Somethinc”

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
	Publikasi	- Menentukan Konten - Menentukan Publik sasaran - Strategi dan Taktik publikasi - Menentukan Jangkauan - Perluasan Produk untuk mempengaruhi dan menarik pembeli

Marketing Public Relations (X) (Kotler & Keller, 2018:234)		- Menentukan media (Instagram, Tiktok, Market Place) - Membuat tools publikasi (laporan tahunan, brosur, artikel, Koran perusahaan, materi audio visual
	Media Identitas	- Logo perusahaan, Nama, dan tampilan perusahaan - Membentuk merek yang mudah dikenal oleh masyarakat.
	Acara	- Menentukan Konsep/Tema Event - Menentukan audience - Menentukan program - Mengadakan seminar, pameran, kompetisi, *anniversary*, dengan melibatkan dan bermitra bersama masyarakat
	Berita	- Membangun hubungan yang baik dengan media - Menentukan berita yang memberikan dampak positif - Membuat *press realease* kegiatan kegiatan, baik kegiatan umum, maupun kegiatan yang menunjukan

		social responsibility perusahaan.
	Pidato	- Menentukan konsep pidato yang menggambarkan reputasi perusahaan. - Mengedukasi, memberikan arahan masyarakat, dalam rangka membangun citra perusahaan. - Melakukan dialog interaktif dengan masyarakat. - Mensosialisasikan kepada asosiasi tentang produk, manfaat, dan kualitas produk.
	Kegiatan Layanan Masyarakat	- Menentukan program CSR. - Memberikan kontribusi terhadap komunitas lokal. - Memberikan program beasiswa, reward, program promosi (edukasi kesehatan perawatan kulit), gaya hidup dll - Membuat kegiatan social dengan bermitra dengan masyarakat
	Sponsorship	- Mensponsori acara olahraga, lomba, kebudayaan - Mendidik masyarakat untuk memberikan pemahaman tentang perusahaan.

Variabel	Dimensi	Indikator
Citra Brand (Rosady Ruslan, 1994 dalam buku Soemirat & Ardinanto, 2016:11)	Kepercayaan.	- Memberikan kesan yang positif pada khalayak.
	Realistis.	- Memberikan produk yang bisa dirasakan hasilnya
	Kerjasama yang saling menguntungkan.	- Khalayak mendapatkan *feedback* dari sebuah citra yang dihasilkan perusahaan.
	Kesadaran.	- Adanya kesadaran khalayak tentang perusahaan. - Adanya perhatian khalayak terhadap brand yang dihasilkan oleh perusahaan.

3.5. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2016), Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkanuntuk 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 /subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruhkarakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Populasi dalam penelitian ini adalah followers instagram @somethincofficial yang berjumlah 1,500.000, dengan kriteria sebagai berikut:

1) Followers Aktif Instagram @somethincofficial

2) Usia15-50 tahun.
3) Laki-laki/Perempuan yang pernah membeli dan memakai produk somethinc

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2018:81) 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. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel *probability sampling*, yaitu sampel yang ditarik berdasarkan probabilitas dimana setiap unsur populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk dipilih melalui perhitungan secara matematis (Kriyantono, 2016:154). Teknik yang digunakan adalah simple random sampling.Pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang adadalam populasin ini (Sugiyono, 2018:81).

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian dari sebuah populasi yang diambil oleh peneliti untuk mendapatkan objek penelitian yang benar-benar representative.

Dalam penelitian ini, sampel yang diambil adalah dari populasi *like* postingan *Instagram* @somethincofficial sebanyak kurang lebih diatas agar hasil peneliti lebih valid untuk peneliti yang akan menggunakan teknik perhitungan dengan rumus taro yamane untuk menentukan sampel sebagai berikut:

batastoleransikesalahanadalah10%adapunrumusnyasebagaiberikut:

$$n: \frac{N}{Nd^2+1}$$

n: Sampel

N:JumlahPopulasi

d^2:PresentasiKelonggaran(10%)

$$n = \frac{10239}{10239 \text{ x}10\%^2+1}$$

$$n = \frac{10239}{10239 \text{ x}0{,}01+1}$$

$$n = \frac{10239}{103{,}39}$$

n = 99,0 --- dibulatkan menjadi 99 orang

3.6. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian.

Skala pengukuran instrument yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2016), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena 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 dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Setiap pernyataan atau pertanyaan tersebut dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata: sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS).

Tabel 3.2 Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.7. Teknik Pengumpulan Data.

Untuk menunjang penelitian maka teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan data primer dan data sekunder seperti berikut:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian tersebut dilakukan. Pengumpulan data primer dilakukan langsung oleh peneliti untuk memperoleh data yang lengkap berkaitan dengan masalah yang diteliti, data primer tersebut dilakukan dengan cara. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017:142).Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis kuesioner tertutup.Kuesioner tertutup ini merupakan kuesioner yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa yang dapat membantu responden untuk menjawab dengan cepat dan mudah, sehingga responden tinggal memberikan tanda centang pada kolom atau tempat yang sesuai.Bentuk kuesioner tertutup ini dapat memudahkan peneliti juga dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang terkumpul.

3.8. Teknik Analisis Data.

`Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Teknik analisis regresi linier sederhana adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Teknik analisis regresi linier ini bermanfaat untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah positif atau negative untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila variabel bebas mengalami penaikan atau penururan (Sugiyono, 2011). Adapun rumus analisi regresi linier sebagai berikut:

$$Y = a+b\ X$$

Dimana:

Y = variabel Akibat

X = Variabel faktor penyebab

a = konstanta

b = koefisien regresi

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

Tabel 3.3 Tingkat Pengaruh

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 – 1,000	Sangat kuat

3.9. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam uji coba instrumen penelitian dalam penelitian ini digunakan pengujian validitas dan reliabilitas. Dengan menggunakan intrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Dalam mengukur tingkat validitas dan reliabilitas digunakan software SPSS (Statistic Package for Social Science) versi 25.0 for windows.Data yang telah dikumpulkan kemudian dimasukkan kedalam program SPSS sehingga menghasilkan nilai yang diinginkan.SPPS merupakan software yang dapat digunakan untuk mengolah data statistik.

1. Uji Validitas

Tujuan uji validitas ini digunakan untuk mengetahui kelayakan item-item dalam suatu daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis dalam mendefinisikan suatu variabel. Untuk penghitungan uji validitas digunakan teknik korelasi *product moment*. Kriteria soal dikatakan valid atau tidak tergantung pada hasil output SPSS yang dilihat pada nilai correlations dibandingkan dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Apabila rhitung > rtabel maka item soal tersebut dapat dikatakan valid dan apabila rhitung < rtabel maka item soal tersebut dapat dikatakan tidak valid.Rumus korelasi product moment tersebut digunakan oleh penguji untuk menguji hipotesis asosiatif/hubungan bila datanya berbentuk interval atau ratio.Cara menghitung tingkat validitas atau indeks validitas yaitu mencari koefisien product moment dengan angka kasar (Suharsimi Arikuto, 2013:213).

$$R = \frac{\mathrm{N}\ \sum \mathrm{XY} - (\sum \mathrm{X})(\sum \mathrm{Y})}{\sqrt{\{\mathrm{N}\sum \mathrm{K2}\ -\ (\sum \mathrm{K2})\}(\mathrm{N}\sum \mathrm{F2} - (\sum \mathrm{F2} - (\sum \mathrm{F2})\}}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi product moment

X = Jumlah skor item

Y = Jumlah skor total

N = Jumlah sampel (responden)

2. Uji Reabilitas.

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau mana hasil lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula (Siregar, 2017).

3. Hasil Uji Validitas X dan Y

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Variabel X

Penyataan	Rtabel	Rhitung	Hasil
Pernyataan 1	0,256	0,460	Valid
Pernyataan 2	0,256	0,265	Valid
Pernyataan 3	0,256	0,860	Valid
Pernyataan 4	0,256	0,334	Valid
Pernyataan 5	0,256	0,265	Valid
Pernyataan 6	0,256	0,396	Valid
Pernyataan 7	0,256	0,453	Valid
Pernyataan 8	0,256	0,404	Valid
Pernyataan 9	0,256	0,460	Valid
Pernyataan 10	0,256	0,461	Valid
Pernyataan 11	0,256	0,633	Valid
Pernyataan 12	0,256	0,593	Valid
Pernyataan 13	0,256	0,690	Valid
Pernyataan 14	0,256	0,646	Valid
Pernyataan 15	0,256	0,679	Valid
Pernyataan 16	0,256	0,676	Valid
Pernyataan 17	0,256	0,559	Valid
Pernyataan 18	0,256	0,561	Valid
Pernyataan 19	0,256	0,751	Valid
Pernyataan 20	0,256	0,633	Valid
Pernyataan 21	0,256	0,460	Valid
Pernyataan 22	0,256	0,510	Valid
Pernyataan 23	0,256	0,633	Valid

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Dari 23 pernyataan yang dibuat dan disebarkan kepada 30 responden semua pernyataan dinyatakaan valid karena Rhitung lebih besar dari pada Rtabel.

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Variabel Y

Penyataan	Rtabel	Rhitung	Hasil
Pernyataan 1	0,256	0,573	Valid
Pernyataan 2	0,256	0,551	Valid
Pernyataan 3	0,256	0,712	Valid
Pernyataan 4	0,256	0,606	Valid
Pernyataan 5	0,256	0,780	Valid
Pernyataan 6	0,256	0,583	Valid
Pernyataan 7	0,256	0,561	Valid
Pernyataan 8	0,256	0,443	Valid
Pernyataan 9	0,256	0,530	Valid
Pernyataan 10	0,256	0,505	Valid
Pernyataan 11	0,256	0,565	Valid
Pernyataan 12	0,256	0,444	Valid
Pernyataan 13	0,256	0,566	Valid
Pernyataan 14	0,256	0,285	Valid

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Dari 14 pernyataan yang dibuat dan disebarkan kepada 30 responden semua pernyataan dinyatakaan valid karena Rhitung lebih besar dari pada Rtabel.

4. Hasil Uji Realibilitas

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.833	23

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel X memiliki 23 pernyataan dalam kuesioner yang telah diisi oleh responden dinyatakan telah reliabel.Karena hasil yang diperoleh mencapai *Cornbach Alpha* sebesar 0,833 dan sesuai dengan tingkat reliabilitas maka dinyatakan bahwa reliabel.

Tabel 3.7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.799	14

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel Y memiliki 14 pernyataan dalam kuesioner yang telah diisi oleh responden dinyatakan telah reliabel.Karena hasil yang diperoleh mencapai *Cornbach Alpha* sebesar 0,799 dan sesuai dengan tingkat reliabilitas maka dinyatakan bahwa reliabel.