

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian tentang Pengaruh Terpaan Pesan Akun Instagram @decathlon.indonesia Terhadap Citra Perusahaan Retail Olahraga (Survei pada *Followers* Instagram @decathlonindonesia). Waktu penelitian penulis melakukan penelitian yang dilaksanakan selama 6 bulan dari di turunkan SK pembimbing sejak bulan 06 Juli 2022 hingga 24 Juni 2023 .

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Neuman paradigma positivis ini menggunakan cara pandang alam dan beranggapan bahwa ilmu alam dan ilmu sosial adalah sama, yaitu adanya sebab dan akibat. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif. Pendekatan *eksplanatory*, yaitu pendekatan yang digunakan peneliti disamping untuk menggali data dari responden, juga untuk menguji hipotesis (Neuman, 2013:109).

#### **C. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah cara atau jalan yang ditempuh sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, yang memiliki langkah-langkah yang sistematis. Menurut Sugiyono menyatakan bahwa metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, serta dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah (Sugiyono, 2014:6).

#### **D. Operasionalisasi Variabel**

Operasional variabel menurut (Sugiyono, 2018) adalah suatu atribut atau sifat dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun operasionalisasi dalam penelitian ini meliputi:

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

Variabel	Dimensi	Indikator
Terpaan Pesan (X) (Fritda, dkk., 2021)	1. Frekuensi	1. Jumlah penggunaan media 2. Jumlah konsumsi media
	2. Durasi	1. Rata-rata waktu yang dihabiskan 2. Total waktu yang dihabiskan dalam untuk mengkonsumsi konten
	3. Atensi	1. tingkat perhatian seseorang saat menggunakan media 2. tingkat perhatian mereka dalam mengkonsumsi pesan media
Citra Perusahaan (Y) (Kotler dan Keller, 2013)	1. Kepribadian	1. Pemenuhan Kebutuhan Konsumen 2. Memberikan Kepuasan Konsumen 3. Diandalkan Konsumen
	2. Reputasi	1. Merasa aman dalam bertransaksi 2. Dapat selalu menjaga mutu produk atau jasa
	3. Nilai	1. Perusahaan memiliki pelayanan yang handal 2. Memiliki pelayanan yang sigap 3. Menerima keluhan konsumen
	4. Identitas Perusahaan	1. Logo perusahaan mudah diingat oleh konsumen 2. Slogan perusahaan mudah diingat oleh konsumen

## E. Populasi dan Sampel (Teknik Sampling)

### 1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:135). Sehingga yang menjadi penelitian ini adalah *followers* di @decathlon.indonesia atas pengaruh Terpaan Pesan Decathlon terhadap citra perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengikut akun Instagram @decathlon.indonesia yang diketahui berjumlah 142.000 orang Adapun karakter populasi sebagai berikut :

1. *Followers* akun *Instagram @decathlon.indonesia*
2. Berjenis Kelamin Wanita atau Pria
3. Memiliki umur dikisaran 17-30 tahun.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono 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 dapat menggunakan sample yang diambil dari populasi itu. (Sugiyono,2018:127).

Menurut Sugiyono teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sample yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan(Sugiyono,2018: 128).

Dalam penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel yaitu simple random sampling (Sederhana), karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen (Sugiyono,2018:129).

Penelitian ini menggunakan sampel berdasarkan rumus Slovin, digunakan untuk menentukan ukuran sampel dan populasi yang telah diketahui. Berdasarkan populasi yang ada, menghitung jumlah sampel digunakan rumus Slovin dengan presisi 10%.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{142.000}{1 + 142.000(0,01)}$$

$$n = \frac{142.000}{1421}$$

$$n = 99,93 \approx 100$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = Populasi

e = batas kesalahan

Berdasarkan hasil penghitungan sampel diatas didapatkan jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 99,93 responden. Namun, peneliti akan menggunakan sekitar 100 responden untuk hasil penelitian yang lebih akurat dan maksimal.

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini responden memberikan jawaban dengan diberi diberi skor numerik dengan menggunakan skala likert dalam bentuk tanda silang (X) untuk menyatakan tingkat dukungan sikap dan skor tersebut akan dijumlahkan untuk mengukur sikap keseluruhan responden. Adapun skala likert pada penelitian ini yaitu:

**Tabel 3.2**  
**Skor Skala Likert**

No	Jenis Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono, (2018)

#### G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengolahan data yang sudah dikumpulkan untuk menjawab rumusan masalah. Teknik analisis data dalam penelitian ini mencakup statistik deskriptif, uji pendahuluan, dan uji hipotesis yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

##### 1. Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2018), statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness*. Penelitian ini menggunakan tabel distribusi frekuensi yang menunjukkan nilai minimum, maksimal, rata-rata (*mean*), standar deviasi.

## **2. Uji Keabsahan Data**

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas terhadap data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui instrumen yang digunakan valid dan reliabel sebab kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas penelitian.

### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018).

Dalam hal ini dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  *table*. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  *table* maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Dan sebaliknya, jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  *table* maka butir atau pertanyaan atau indikator dinyatakan tidak valid. Uji validitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS.

Uji validitas ini menggunakan alat bantu SPSS versi 25. untuk dapat menganalisis validitas dan reliabilitas maka dalam penelitian ini uji coba diberikan kepada 30 orang responden. karena dengan jumlah minimum 30 orang maka distribusi skor nilai akan lebih mendekati kurva normal. Responden diminta untuk menyatakan jawaban pada pilihan yang telah disediakan. Responden yang dipilih dalam menerima kuesioner yang akan diberikan ialah responden yang menggunakan produk PT Decathlon Sports Indonesia.

### **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel

dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alphas* > 0.60 dan tidak reliabel jika nilai Cronbach Alpha <0.60 (Ghozali, 2018).

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel penggunaan atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas diuji dengan *Kolmogorov–Smirnov*. Menurut Ghozali (2018), berdasarkan uji *Kolmogorov–Smirnov* data terdistribusi normal jika nilai signifikansi > 0,05.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), Uji heteroskedastisitas adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji apakah terdapat heteroskedastisitas dalam data. Pada penelitian ini untuk pengujian heteroskedastisitas digunakan uji Glejser, uji ini melibatkan regresi variabel dependen terhadap variabel independen dan variabel independen tambahan yang digunakan untuk memprediksi kesalahan (residuals). Jika variabel independen tambahan tersebut signifikan secara statistik, hal ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Kriteria penilaian umum dalam uji Glejser adalah sebagai berikut:

- Jika hasil nilai signifikan secara statistik (p-value lebih dari 0,05), maka dapat disimpulkan tidak ada indikasi adanya heteroskedastisitas dalam data.

## 3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) (Sugiyono, 2018). Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen (Y) apabila nilai variabel independen (X) mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah positif atau negatif

Model persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$CP = a + b1. MPR + e$$

Keterangan:

CP = Citra Perusahaan

- a = Konstanta  
 b1 = Koefisien Regresi Terpaan Pesan  
 MPR = Terpaan Pesan  
 e = Standard Error

#### 4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan uji nilai F, uji nilai t, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

##### a. Uji Kelayakan Model (Uji Nilai F)

Menurut Ghozali (2018), uji statistik F pada dasarnya merupakan uji hipotesis dengan mengandalkan koefisien regresi sama dengan nol. Dalam penelitian ini, uji nilai F digunakan untuk menguji *Goodness of Fit* dari model regresi karena ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of Fit*. Tingkat kesalahan dalam penelitian adalah 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Kriteria pengujian dalam uji F adalah sebagai berikut:

Membandingkan nilai probabilitas dengan nilai alpha ( $\alpha = 0,05$ )

- 1) Jika probabilitas signifikansi  $F \leq 0,05$ , maka  $H_a$  diterima.
- 2) Jika probabilitas signifikansi  $F > 0,05$ , maka  $H_a$  ditolak.

##### b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2018), koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen. Besarnya nilai koefisien determinasi adalah antara nol hingga satu ( $0 < Adjusted R^2 < 1$ ). Kemampuan menerangkan antar variabel independen dan variabel dependen dapat ditunjukkan sebagai berikut:

- 1) Nilai *adjusted*  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.
- 2) Nilai *adjusted*  $R^2$  yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

##### c. Uji Nilai t

Menurut Ghozali (2018), uji nilai t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen dengan menganggap variabel

independen lainnya konstan. Cara melakukan uji nilai  $t$  adalah dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai  $\alpha$  ( $\alpha = 0,05$ ). Kriteria berdasarkan signifikansi:

- 1) Jika signifikansi  $t \leq 0,05$ , maka  $H_a$  diterima.
- 2) Jika signifikansi  $t > 0,05$ , maka  $H_a$  ditolak.