

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

Tempat penelitian ini dilakukan di Platform Digital dan Media Sosial Instagram @indomaret. Waktu yang digunakan untuk penelitian ini kurang lebih 12 (dua belas) bulan. Penelitian ini dimulai pada bulan Mei 2023 dan diperkirakan berakhir pada bulan Mei 2024.

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

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan dengan metode kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, karena penelitian ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik untuk mengukur serta mendapatkan hasil penelitian melalui kuesioner Sugiyono (2018:8).

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

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian, data yang di peroleh melalui penelitian itu adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid. Valid menunjukkan ketepatan antara data yang sesungguhnya yang terjadi pada obyek dengan data yang di kumpulkan

(Sugiyono, 2016:2). Sedangkan metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah survei. Metode penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

## **D. Definisi Variabel dan Operasional Variabel**

### **1. Definisi Variabel Penelitian**

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017 :38). Dalam penelitian ini menggunakan dua variable, yaitu :

#### **a. Variabel Bebas (*Independent*)**

Variabel Bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubah atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017 : 39). Variable bebas (X) dalam penelitian ini adalah *Cyber Public Relations*.

#### **b. Variabel Terikat (*Dependent*)**

Variabel Terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017 : 39). Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Citra Perusahaan.

## **E. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:126). Populasi dari penelitian adalah *Followers* Instagram @indomaret dengan karakteristik populasi yang pernah memberikan komentar pada postingan Instagram @indomaret tentang *Cyber Public Relations* dengan Indomaret Poinku yang dilakukan Indomaret. Adapun karakteristik populasi adalah sebagai berikut :

- a) Followers akun instagram @indomaret
- b) Followers yang mengetahui Indomaret Poinku
- c) Followers yang telah memberikan like pada postingan informasi akun Instagram @indomaret khusus postingan Indomaret Poinku

Jadi jumlah populasi dari karakteristik dalam penelitian ini adalah 782 responden , 782 responden tersebut diambil dari karakteristik populasi follower instagram @indomaret.

## **2. Sampel**

Sampel ialah faktor dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018 :131). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah random sampling. Random sampling dikenal juga sebagai pengambilan sampel acak sederhana, prosedur pengambilan sampel dengan cara mengundi 782 akan menjadi 89 responden untuk diambil sebagai sampel.

Penentuan jumlah sampel digunakan rumus sederhana Taro Yamane yang dimana tingkat presisi akan digunakan sebesar 10% dari jumlah sampel yang diambil berikut :

$n$  = jumlah sampel yang akan diambil

$N$  = jumlah populasi

$d$  = Level signifikansi yang diinginkan sebesar 10%

Diketahui

$N = 782$

$d = 10\%$

Ditanya:  $n \dots ?$

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

$$n = \frac{782}{782 \times (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{782}{782 \times 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{782}{8,82}$$

$$n = 88,66$$

$$= 89 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan hasil penghitungan rumus diatas penentuan jumlah sampel, maka didapat jumlah sampel dari populasi dan ditentukan sebanyak 89 responden.

## 2. Operasional Variabel

Operasional variabel yang menjadi objek dalam penelitian memiliki dimensi-dimensi sebagai berikut :

**Tabel 3.1**

### **Definisi Operasional dan Indikator Variabel X**

*(Cyber Public Relations)*

No.	Variabel X	Dimensi	Indikator
1.	<b>Cyber Public Realties</b>  Holtz (2015.127)	<i>Strategic</i>	1. Brand Awareness dan Pencitraan. 2. Reputasi Online dan Manajemen Krisis. 3. Traffic dan Konversi Website.
		<i>Integrated</i>	1. Jangkauan dan Penetrasi Audiens 2. Efektivitas Konten Digital. 3. Interaksi dan Responsivitas.
		<i>Targeted</i>	1. Penargetan dan Personalisasi. 2. Interaktivitas dan Engagement 3. Penghematan biaya
		<i>Measurable</i>	1. Umpan Balik dan Tanggapan Audiens. 2. Perubahan Persepsi dan Sentimen Publik. 3. Peningkatan Visibilitas dan Awareness.

**Tabel 3.2**

### **Definisi Operasional dan Indikator Variabel Y**

*(Citra Perusahaan)*

No.	Variabel Y	Dimensi	Indikator
1.	<b>Citra Perusahaan</b>	Personality	1. Kepercayaan Publik. 2. Citra Tanggung Jawab Sosial. 3. Transparansi dan Akuntabilitas.
		Reputation	1. Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan 2. Pengalaman Pengguna 3. Reputasi di Media dan Ulasan Online

	Kotler & Keller (2016:263)	Value	1. Kepedulian Manajemen terhadap Pelanggan 2. Budaya Pelayanan 3. Responsivitas terhadap Permintaan dan Keluhan Pelanggan
		Corporate Identity	1. Pengenalan Merek 2. Konsistensi Merek 3. Dampak Emosional

## F. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dijawab dengan memberikan rangkaian pernyataan tertulis kepada responden. Untuk mengevaluasi sikap dan pendapat responden, penelitian ini menggunakan skala likert, yang digunakan untuk mengukur pandangan dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap kejadian tersebut (Sugiyono, 2018:152).

Jawaban setiap item komponen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative dan jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Ragu-ragu (R)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Melalui skala Likert tersebut, yang nantinya seluruh pernyataan akan dijawab oleh responden akan dihitung pada setiap bobotnya lalu dijumlahkan

secara keseluruhan untuk mengetahui nilai dari setiap responden dan dapat dijadikan skor penilaian terhadap variabel – variabel pada penelitian.

## **G. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah suatu Langkah yang dinilai strategis dalam penelitian, karena mempunyai tujuan yang utama dalam memperoleh data. (Sugiyono, 2016:193). metode pengumpulan data merupakan tata cara peneliti yang dapat digunakan untuk melakukan pengumpulan data (Ridwan, 2012:69).

Teknik pengumpulan yang akan digunakan dalam penelitian terdiri dari, data primer dengan menggunakan penyebaran kuesioner, adapun kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner yang berupa susunan pernyataan yang diberikan kepada responden. Pernyataan kuesioner ini menggunakan skala Likert , dengan cara memberikan kode pada jawaban-jawaban responden.

## **H. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Regresi Linier Sederhana**

Uji regresi digunakan untuk menguji hubungan pengaruh kedua variabel, yaitu antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Pengujian ini bermaksud untuk mengetahui seberapa besar kekuatan variabel X berhubungan dengan variabel Y dan dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a+bX$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Citra Perusahaan

a = Nilai intercept (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variable

dependen yang didasarkan pada variabel independent. Bila b (+) maka naik,

bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Sebagai nilai *Cyber Public Relations*

## 2. Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkatan 0,1. Jika probability t lebih kecil dari 0,1 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Rumus :

Jika sig dari Fhitung < 0,01 atau 0,05 atau 0,1 maka Ho ditolak

Jika sig dari Fhitung > 0,01 atau 0,05 atau 0,1 maka Ho diterima

## 3. Uji Hipotesis

Untuk menguji pengaruh variabel X dengan variabel Y yang telah didapat maka dapat dilakukan uji hipotesis. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus;

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan :

$r$  = Koefisien korelasi antara X dan Y

$n$  = Jumlah sampel

maka dengan demikian :

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (memiliki pengaruh)

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (tidak memiliki pengaruh)

## I. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Validitas mengacu pada aspek ketepatan dan kecermatan hasil pengukuran. Pengukuran sendiri dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak aspek (kuantitatif) suatu aspek psikologis terdapat dalam diri seseorang, yang dinyatakan oleh skornya pada instrument pengukur yang bersangkutan (Suryani dan Hendryadi, 2015:144).

Menurut Sugiyono (2017:121) instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Pengujian ini dilakukan dengan mengajukan pernyataan melalui kuesioner yang akan diberikan kepada responden. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan kepada *Followers Official Account* Instagram @indomaret, Tangerang Selatan sebanyak 30 orang responden dengan signifikansi 10%. Dalam pengukuran tingkat validitas dan reliabilitas digunakan software SPSS (*Statistic Package for Social Science*) for Windows versi 23.0.

Uji validitas membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Dalam penelitian ini, nilai df (*degree o freedom*) dapat dihitung  $df = n - 2$  maka didapatkan  $df = 30 - 2 = 28$ . Dengan tingkat signifikansi sebesar 10% maka nilai r tabel sebesar 0,422.

Uji validitas membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Pengujian ini menggunakan rumus korelasi product moment atau teknik statistic yang digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel/data/skala interval lainnya. Symbol korelasi product moment ditulis dengan huruf “r”.

Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut :

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka instrument atau item pernyataan tersebut valid.

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka instrument atau item pertanyaan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap stabil ke waktu apabila dilakukan pengukuran tetap stabil waktu ke waktu apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula, kualitas data diperoleh dari penggunaan komponen penelitian dapat di evaluasi dengan menggunakan uji reliabilitas (Sugiyono 2007 dalam Suryani dan Hendryadi, 2015 : 135)

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi antara hasil pengamatan dengan instrument atau alat ukur yang digunakan pada waktu yang berbeda. Pernyataan yang sudah valid, dalam uji validitas akan di tentukan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika  $r$  alpha positif atau  $> r$  tabel maka pernyataan reliabel
2. Jika  $r$  alpha negatif atau  $< r$  tabel maka pernyataan tidak reliabel

Tingkat reliabilitas dengan metode Alpha Cronbach diukur berdasarkan skala alpha 0 sampai 1. Apabila skala tersebut dikelompokkan kedalam lima kelas dengan range yang sama. Maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasi seperti tabel berikut :

**Tabel 3.3**

**Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha**

<b>Alpha</b>	<b>Tingkat Reliabilitas</b>
0,00 - 0,20	Kurang Reliabel
0,20 - 0,40	Agak Reliabel
0,40 - 0,60	Cukup Reliabel
0,60 - 0,80	Reliabel
0,80 - 1,00	Sangat reliabel

**J. Hasil Uji Validitas**

Uji Validitas dilakukan sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 30 orang responden yang mengetahui Cyber Public Relations program mudik “bareng indomaret poinku 2023”. Hasil uji validitas ini untuk membuktikan valid atau tidaknya setiap butir pernyataan yang diajukan kepada responden. Uji Validitas dengan membandingkan nilai r hitung dengan  $r$  tabel. Dalam penelitian ini, nilai  $df$  (degree of freedom) dapat dihitung  $df = n - 2$  maka didapatkan  $df = 30 - 2 = 28$ . Dengan tingkat signifikansi

sebesar 5%, maka nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,306. Berikut adalah hasil pengujian validitas.

### 1. Uji Validitas Variabel X (Cyber Public Relations)

Hasil uji validitas X (Cyber Public Relations) dijelaskan pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X**  
**(Cyber Public Relations)**

No.	Pernyataan	$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	Keterangan
1	X1	0,306	0,808	VALID
2	X2	0,306	0,846	VALID
3	X3	0,306	0,724	VALID
4	X4	0,306	0,568	VALID
5	X5	0,306	0,742	VALID
6	X6	0,306	0,690	VALID
7	X7	0,306	0,718	VALID
8	X8	0,306	0,757	VALID
9	X9	0,306	0,744	VALID
10	X10	0,306	0,728	VALID
11	X11	0,306	0,808	VALID
12	X12	0,306	0,846	VALID

Sumber : Hasil perhitungan SPSS

Dari hasil uji validitas diatas, jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dikatakan valid. jika  $r_{tabel} > r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas diatas menggunakan SPSS, sebanyak 12 butir pernyataan pada Variabel X (Cyber Public Relations) dapat dikatakan Valid karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari 0,306 ( $r_{tabel}$ ).

### 2. Uji Validitas Variabel Y (Citra Perusahaan)

Hasil uji validitas Y (Citra Perusahaan) dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Y**  
**(Citra Perusahaan)**

No.	Pernyataan	r <sub>tabel</sub>	r <sub>hitung</sub>	Keterangan
1	Y1	0,306	0,811	VALID
2	Y2	0,306	0,862	VALID
3	Y3	0,306	0,866	VALID
4	Y4	0,306	0,869	VALID
5	Y5	0,306	0,793	VALID
6	Y6	0,306	0,759	VALID
7	Y7	0,306	0,832	VALID
8	Y8	0,306	0,602	VALID
9	Y9	0,306	0,755	VALID
10	Y10	0,306	0,687	VALID
11	Y11	0,306	0,866	VALID
12	Y12	0,306	0,869	VALID

Sumber : Hasil perhitungan SPSS

Dari hasil uji validitas diatas, jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dikatakan valid. jika  $r_{tabel} > r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas diatas menggunakan SPSS, sebanyak 12 butir pernyataan pada Variabel Y (Citra Perusahaan) dapat dikatakan Valid karena nilai r<sub>hitung</sub> lebih besar dari 0,306 (r<sub>tabel</sub>).

## K. Hasil Uji Reliabilitas

### 1. Uji Reliabilitas Variabel X (Cyber Public Relations) :

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel X**  
**(Cyber Public Relations)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,929	12

Sumber : Hasil perhitungan SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom Cronbach's Alpha dari Variabel X (Cyber Public Relations) sebesar 0,929. Berdasarkan ukuran ketetapan Alpha Cronbach's dapat dikatakan bahwa 12 butir pernyataan variable X (Cyber Public Relations) adalah **Sangat Reliabel**.

**2. Uji Reliabilitas Variabel Y (Citra Perusahaan) :**

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y**  
**(Citra Perusahaan)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,947	12

Sumber : Hasil perhitungan SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom Cronbach's Alpha dari Variabel Y (Citra Perusahaan) sebesar 0,947. Berdasarkan ukuran ketetapan Alpha Cronbach's dapat dikatakan bahwa 12 butir pernyataan variable Y (Citra Perusahaan) adalah **Sangat Reliabel**.