



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam melakukan penelitian, terdapat dua jenis metodologi penelitian yaitu kuantitatif dan kualitatif. Metodologi kuantitatif menurut Sugiyono (2013, h. 28) merupakan metodologi yang menggunakan data yang berupa angka atau *scoring* sedangkan metodologi kualitatif merupakan metode yang menggunakan data berupa kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, ataupun foto. Sugiyono (2013, h. 28-29) menjelaskan bahwa metode kualitatif menggunakan makna yang didapat dari fakta-fakta yang ada di lapangan, berbeda dengan kuantitatif yang memperoleh hasil penelitiannya dari hasil pengukuran.

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dikarenakan penelitian ini mengandung data-data berupa angka yang diolah dan dianalisis menggunakan statistik untuk memperoleh hasil. Data-data berupa hasil survey nantinya akan diolah sedemikian rupa menggunakan *software* sehingga dapat memberikan hasil tanpa ada persepsi peneliti di dalamnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan sebab akibat yang ada antar variabel yang digunakan, hal ini sesuai dengan sifat eksplanatif (Ruslan, 2013, h. 13).

Menurut Ruslan (2013, h.14) adapun syarat-syarat yang harus dimiliki dalam penelitian eksplanatif antara lain:

1. Ada hubungan antara variabel bebas dengan variabel tergantung
2. Ada urutan waktu yang benar
3. Tidak ada penjelasan alternative untuk hubungan yang ditemukan

Pada penelitian “Efektivitas Strategi *Crisis Response Strategy* Blue Bird dalam Memperbaiki Citra Perusahaan”, peneliti ingin mencari tahu tentang hubungan antara strategi untuk merespons krisis yang dibuat oleh Blue Bird memberikan efektivitas pada citra perusahaannya.

### **3.2 Metode Penelitian**

Menurut Bungin (2013, h. 38) penelitian kuantitatif dapat dibagi menjadi dua yaitu penelitian metode survey dan penelitian metode eksperimen. Penelitian ini menggunakan gabungan antara metode survey dengan metode eksperimen. Menurut Sugiyono (2013, h. 80) metode survey memiliki definisi metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan sejumlah data-data baik dari masa

lampau maupun masa kini, biasanya berupa keyakinan, karakteristik, pendapat, perilaku, hubungan variabel dari sejumlah sampel yang diambil untuk mewakili populasi tertentu dan biasanya menggunakan teknik pengumpulan data pengamatan dapat berupa wawancara ataupun kuesioner yang tidak mendalam yang hasilnya nanti akan digeneralisasikan untuk populasi tersebut. Sedangkan metode eksperimen menurut Sugiyono (2013, h. 107) adalah metode penelitian yang digunakan untuk mencari pengaruh perlakuan tertentu terhadap hal lain dalam kondisi yang terkendali.

Menurut Sugiyono (2013, h. 77) metode eksperimen dengan bentuk quasi-eksperimental memiliki arti bahwa penelitian memiliki kelompok kontrol tetapi tidak dapat berfungsi sepenuhnya untuk mengontrol variabel-variabel luar yang dapat mempengaruhi pelaksanaan eksperimen.

Sukmadinata (2008, h. 207) menjelaskan bahwa metode quasi-eksperimental memiliki kemiripan dengan eksperimen murni namun memiliki perbedaan dalam pengontrolan variabel. Pengontrolan variabel ini biasanya hanya dapat dilakukan pada satu variabel yang paling dominan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian quasi-eksperimental yang dimana peneliti menggunakan metode kuesioner untuk mendapatkan jawaban dari responden tetapi dengan memberikan

stimulus-stimulus berupa strategi respon krisis yang dilakukan oleh Blue Bird.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi Penelitian**

Jika dalam proses penelitian terdapat keterbatasan waktu, biaya, serta hal lainnya maka peneliti diperbolehkan untuk tidak meneliti keseluruhan dari populasi dan menarik hanya sebagian yang relevan yang dapat mewakili saja (Rakhmat, 2009, h. 78). Menurut Sugiyono (2013, h. 148) populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek maupun subyek yang mempunyai kuantitas serta karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari juga untuk ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Dantes (2012, h.37) menjelaskan “populasi dapat didefinisikan sebagai jumlah kasus yang memenuhi seperangkat kriteria tertentu, yang ditentukan peneliti”.

Populasi untuk penelitian ini adalah seluruh masyarakat di kabupaten Tangerang. Alasan peneliti memilih Tangerang dikarenakan adanya keterbatasan peneliti dalam soal waktu, juga karena Tangerang merupakan salah satu kota berkembang yang merupakan *target market* dari bisnis yang dijalankan Blue Bird selain itu di Jakarta sendiri pekerja serta penduduknya didominasi oleh masyarakat daerah yang bermobilitas dari

Jakarta maka perpindahan penduduk justru cenderung lebih banyak dari luar Jakarta menuju Jakarta dan dikarenakan alasan itulah maka peneliti memilih Tangerang sebagai kota populasi untuk mewakili persepsi publik mengenai Blue Bird.

Populasi masyarakat kabupaten Tangerang berdasarkan data dari badan statistik berjumlah 3.157.780, yang penulis sempitkan lagi sesuai dengan *segmenting* yang dilakukan oleh Blue Bird sesuai dengan *target market* yang mereka inginkan yaitu sesuai dengan *segmenting* umur target Blue Bird 25-40 thn.

Kelompok Umur <i>Age Group</i>	Laki-laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Jumlah <i>Total</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
0 - 4	173.081	164.721	337.802
5 - 9	151.991	143.831	295.822
10 - 14	142.162	136.357	278.519
15 - 19	153.758	150.032	303.790
20 - 24	160.301	153.282	313.583
25 - 29	157.354	154.373	311.727
30 - 34	152.844	156.356	309.200
35 - 39	142.041	137.494	279.535
40 - 44	120.810	105.698	226.508
45 - 49	89.401	75.795	165.196
50 - 54	64.321	55.434	119.755
55 - 59	43.794	37.367	81.161
60 - 64	28.147	26.253	54.400
65 - 69	16.992	17.815	34.807
70 - 74	10.753	12.995	23.748
75+	9.340	12.887	22.227
<b>Jumlah / Total</b>	<b>1.617.090</b>	<b>1.540.690</b>	<b>3.157.780</b>

Sumber/Source : BPS Kabupaten Tangerang

Tabel 3.1 Sumber : BPS Kabupaten Tangerang

Sesuai dengan data badan pusat statistik kabupaten Tangerang yang sesuai dengan STP Blue Bird adalah sejumlah 900.462 orang. Maka jumlah tersebut lah yang dijadikan populasi untuk penelitian ini. Penulis memilih daerah Tangerang dikarenakan sesuai dengan visi misi Blue Bird Indonesia yang ingin mengembangkan bisnisnya di kota-kota besar yang ada di Indonesia yang salah satunya adalah provinsi Banten. Dan adapun perkembangan masyarakat di Banten baik dari segi pendidikan dan ekonomi, kabupaten Tangerang lah yang cukup pesat perkembangannya selain aksesnya yang mudah dan dekat dengan Jakarta serta fasilitas-fasilitas yang menunjang juga adanya mobilitas tinggi antara masyarakat yang berada di Tangerang.

### **3.3.2 Sampel Penelitian**

Dalam menyelesaikan penelitian dengan metode kuantitatif ini, peneliti mengambil sejumlah sampel dari populasi yang ada untuk diteliti serta ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2013, h. 149) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu. Dan karena adanya keterbatasan dana, waktu, serta tenaga maka peneliti diperbolehkan untuk tidak mempelajari semua karakter yang ada dalam populasi dan diizinkan untuk menggunakan sampel yang

diambil dari populasi. Karena disini sifatnya hasil dari sampel akan digunakan untuk menentukan hasil dari populasi juga maka sampel tersebut harus benar-benar representatif dari populasi yang diwakilkan.

Sugiyono (2013, h. 151) menjelaskan bahwa ada dua teknik dalam pengambilan sampling yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan adanya peluang yang sama untuk semua anggota dari populasi yang diteliti, teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *area (cluster) sampling*. Sedangkan *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota dari populasi yang telah dipilih untuk diwakili. Teknik sampel ini meliputi *sampling sistematis*, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, *jenuh*, *snowball*.

Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*.

*Nonprobability sampling* terdiri dari 5 jenis, sebagai berikut (2009, h. 154-157):

1. *Sampling sistematis*

Peneliti memberikan urutan pada anggota populasi dan mengambil sampel berdasarkan urutan tersebut. Contohnya



jika ada 100 orang dalam populasi maka orang-orang tersebut akan diberikan dan dibagi urutan 1-100 lalu dilakukan pengambilan missal ganjil saja, genap saja, ataupun suatu kelipatan dari angka tertentu.

## 2. *Quota Sampling*

Merupakan teknik menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Maka peneliti akan menentukan jumlah kuota yang diinginkan dan proses penelitian akan terus dilakukan sampai kuota yang diinginkan tercapai jumlahnya.

## 3. *Sampling Insidental*

*Sampling incidental* merupakan teknik penentuan sampel yang berdasarkan pada kebetulan, jika peneliti secara kebetulan atau insidental bertemu dengan bagian dari populasi yang memiliki kriteria yang cocok untuk menjadi sampel maka akan langsung dapat digunakan sebagai sampel.

## 4. *Purposive Sampling*

Merupakan teknik penentuan sampel dengan adanya pertimbangan tertentu atau syarat tertentu agar sumber tersebut dapat dihitung sebagai sampel. Kriteria ini sengaja dibuat agar hasil sesuai dengan tujuan penelitian.

## 5. *Snowball Sampling*

Teknik penentuan sampel yang diibaratkan sebagai bola salju yang dimana ketika sudah meneliti 2 orang dan dirasa belum cukup maka akan bergulir lagi terus menerus sampai sampel dirasa cukup untuk

Jenis dari *nonprobability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dipadukan dengan *snowball sampling* dimana penulis dibantu oleh responden-responden yang telah mengisi kuesioner untuk menyebarkan kembali kepada teman-teman dari responden yang telah mengisi tersebut dan terus dilanjutkan bergulir seperti bola saju sedangkan untuk *purposive sampling* memiliki syarat dimana untuk menjadi sampel harus ada ketentuan-ketentuan untuk digolongkan sebagai sampel yang valid. Menurut Kriyantono (2009, h. 156) teknik *purposive sampling* ini berdasar pada kriteria yang dibuat oleh penulis dengan tujuan untuk mendapatkan riset yang lebih mendalam dan valid, bukan hanya tujuan yang bisa digeneralisasikan. Syarat-syarat tersebut antara lain:

1. Pernah menggunakan layanan taxi Blue Bird Indonesia
2. Berdomisili di Tangerang
3. Umur 25-40 tahun
4. Pemasukkan  $\geq 1.500.000$  (SES A-C+)

Syarat-syarat tersebut didasarkan kepada *strategy*, *targeting*, dan *positioning* Blue Bird Indonesia agar mendapatkan sampel yang valid dan mewakili yaitu usia antara 25-40 Tahun, sudah bekerja, serta memiliki SES A-C+.

Menurut Yuliati (2012, h. 3) pengelompokan SES (*Socio Economic Status*) berdasarkan pemasukkan keluarga antara lain:

No.	SES	Jumlah
1.	SES A	$\geq 3.500.000$
2.	SES B	2.000.000-3.500.000
3.	SES C1	1.500.000-2.000.000
4.	SES C2	1.000.000-1.500.000
5.	SES D	700.000-1.000.000
6.	SES E	$\leq 700.000$

Jumlah sampel yang akan diuji disesuaikan dengan rumus dari Slovincs berdasarkan Kriyantono (2009, h. 162) sebagai berikut:

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

$n$  = jumlah sampel

$N$  = jumlah populasi

$e$  = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel

Jika dihitung dengan rumus di atas maka:

$$n = \frac{900.462}{1 + 900.462(0,05)^2}$$
$$n = 399.82 = 400$$

Hasil dari perhitungan menunjukkan bahwa jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 400, pembulatan dari 399,82.

### 3.4 Variabel

Sugiyono (2013, h.95) menyatakan bahwa variabel hanya ada di penelitian yang memiliki jenis kuantitatif karena penelitian tersebut memiliki pandangan bahwa suatu gejala-gejala yang terjadi dapat diklasifikasikan sesuai dengan variabel-variabel. Dan variabel penelitian sendiri merupakan segala sesuatu yang dapat berbentuk apa saja yang semenjak awal telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti sehingga diperoleh informasi tentang variabel tersebut dan dapat

ditarik kesimpulannya. Variabel sendiri dapat berupa suatu nilai dari seseorang, sifat, obyek, organisasi, atau kegiatan.

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang digunakan, yaitu:

#### 1. Variabel Independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel yang berupa variabel stimulus atau prediktor dan dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel bebas yang memiliki arti sebagai variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi penyebab dari terjadinya atau adanya perubahan yang timbul pada variabel dependen (Sugiyono, 2013, h. 96).

Sarwono (2012, h. 12) menjelaskan bahwa variabel bebas adalah variabel *predictor* yang memiliki peran untuk dapat memprediksi fluktuasi nilai dari variabel yang tergantung. Pada penelitian ini variabel X berupa *Crisis Response Strategies* yang dilakukan oleh Blue Bird Indonesia.

#### 2. Variabel Dependen

Sugiyono (2013, h. 97) menjelaskan bahwa variabel dependen seringkali disebut sebagai variabel terikat dimana variabel ini biasanya merupakan variabel yang dipengaruhi atau merupakan akibat dari adanya variabel bebas/independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah variabel Y yaitu citra perusahaan.

### 3.5 Operasionalisasi Variabel

Menurut Bungin (2005, h. 60) variabel dapat diukur dengan adanya operasionalisasi. Operasionalisasi ini artinya pembuatan indikator-indikator yang digunakan untuk alat ukur yang nantinya hasilnya dapat dianalisis dan dijelaskan. Berikut tabel operasionalisasi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian berikut:



UMMN

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
<i>Crisis Response Strategies (X)</i> (Coombs, 2009) (Schultz, 2011)	Apology	Program Pemberian menaikki taki regular Blue Bird secara gratis selama 24 jam pada tanggal 23 Maret 2016	Saya merasa diuntungkan dengan program tersebut
			Saya merasa Blue Bird tulus menjalankan program tersebut
			Saya tidak takut untuk mencoba dan menaiki Blue Bird pada hari program tersebut walaupun setelah demo
		Penyediaan shuttle bus dari lokasi demo	Upaya Blue Bird dalam menyediakan Shuttle Bus dari lokasi demo untuk mengalokasikan masyarakat dari area demo adalah cara yang tepat untuk mementingkan keselamatan publik
		Memaafkan Blue Bird atas demo yang terjadi	Saya memaafkan Blue Bird atas demo yang terjadi
	Sympathy	Simpati akan kerugian yang dialami oleh Blue Bird akibat demo	Saya simpati akan kerugian yang dialami oleh Blue Bird akibat demo

		Merasa Blue Bird sudah bertanggung jawab atas kerugian masyarakat yang diakibatkan demo	Saya merasa Blue Bird sudah bertanggung jawab atas kerugian masyarakat yang diakibatkan demo
Information	Klarifikasi Twitter		Klarifikasi dan informasi Blue Bird melalui Twitter dapat saya pahami
			Blue Bird merespon pendapat publik melalui Twitter dengan baik
	<i>Press Conference</i>		Saya merasa pernyataan dari manajemen Blue Bird jujur dan terbuka
			Saya merasa informasi dari <i>press conference</i> Blue Bird sudah lengkap
			Saya merasa <i>press conference</i> yang dilakukan dapat mengurangi ketegangan
	Surat Penerbitan dari manajemen Blue Bird		Saya percaya manajemen Blue Bird berkata jujur bahwa mereka tidak menyetujui adanya demo dari supir taxi
		Saya merasa Blue Bird sudah berusaha maksimal	



			agar demo tidak terjadi
			Saya merasa Blue Bird tidak bersalah atas demo yang terjadi
		Pembaruan aplikasi My Blue Bird yang efektif	Menurut Saya, pembaruan aplikasi My Blue Bird sangat efektif dan memudahkan saya dalam pemesanan Blue Bird
		Mudah dalam mendapatkan informasi mengenai demo melalui media massa	Saya mudah dalam mendapatkan informasi mengenai demo melalui media massa
		Membicarakan hal positif mengenai Blue Bird	Saya akan membicarakan hal positif mengenai Blue Bird

Tabel 3.2 sumber: diolah oleh peneliti

UMMN

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Citra Perusahaan (Y) (Keller, 2003)	Atribut Produk	Merasa Blue Bird memiliki kualitas jasa pelayanan taxi yang baik	Saya merasa Blue Bird memiliki kualitas jasa pelayanan taxi yang baik
		Merasa mendapatkan manfaat dalam kehidupan sehari-hari saya karena adanya taxi Blue Bird	Saya sangat mendapatkan manfaat dalam kehidupan sehari-hari saya karena adanya taxi Blue Bird
		Merasa Blue Bird memiliki ragam pilihan untuk jasa transportasi yang dapat digunakan	Saya merasa Blue Bird memiliki ragam pilihan untuk jasa transportasi yang dapat digunakan
		Tetap menggunakan Blue Bird	Saya akan tetap menggunakan Blue Bird
		Tetap memilih Blue Bird dibanding jasa taxi lainnya	Saya tetap memilih Blue Bird dibanding jasa taxi lainnya

<i>Organization and Relationship</i>	Supir taxi Blue Bird ramah kepada pelanggan	Saya merasa supir taxi Blue Bird ramah kepada pelanggan
	Adanya perhatian dari supir taxi Blue Bird kepada pelanggan dalam hal pelayanan	Saya merasa adanya perhatian dari supir taxi Blue Bird kepada pelanggan dalam hal pelayanan
	Blue Bird cepat dalam menanggapi keluhan	Saya merasa Blue Bird cepat dalam menanggapi keluhan
	Blue Bird cepat dan mau membantu saya dalam upaya memenuhi permintaan saya dalam hal pelayanan	Saya merasa Blue Bird cepat dan mau membantu saya dalam upaya memenuhi permintaan saya dalam hal pelayanan
	Blue Bird adalah jasa transportasi yang bisa diandalkan	Saya merasa Blue Bird adalah jasa transportasi yang bisa diandalkan
Nilai	Merasa nyaman ketika menggunakan taxi Blue Bird	Saya merasa nyaman ketika menggunakan taxi Blue Bird
	Merasa aman ketika menggunakan taxi Blue Bird	Saya merasa aman ketika menggunakan taxi Blue Bird
Kredibilitas	Merasa kinerja Blue Bird secara	Saya merasa kinerja Blue Bird secara keseluruhan

	Perusahaan	keseluruhan telah baik dan bermanfaat bagi masyarakat	telah baik dan bermanfaat bagi masyarakat
		Blue Bird telah memiliki kepercayaan dari masyarakat	Menurut saya, Blue Bird telah memiliki kepercayaan dari masyarakat

Tabel 3.3 Sumber: diolah oleh peneliti

UMMN

## 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kriyantono (2012, h. 95) metode pengumpulan data melalui berbagai cara/teknik yang dimana dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey dengan cara kuesioner. Data yang diperoleh akan menjadi bahan analisis untuk hasil penelitian ini.

Menurut Ruslan (2013, h. 29-30) setidaknya ada dua jenis data yang dapat dikumpulkan dalam penelitian, yaitu data primer dan sekunder:

### 3.6.1 Data Primer

Untuk mengumpulkan data primer, penulis menggunakan teknik kuesioner. Dalam Ruslan (2013, h. 29) data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari objek penelitian maka penulis akan menggunakan pelanggan Blue Bird sebagai objek penelitian.

Menurut Kriyantono (2009, h. 95) kuesioner merupakan kumpulan daftar pertanyaan yang diisi oleh responden. Basuki (2010, h. 155) mendefinisikan bahwa kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan sistematis yang diberikan kepada responden. Adapun keuntungan menggunakan kuesioner antara lain:

1. Memungkinkan peneliti membuat dahulu pertanyaan yang akan diajukan.
2. Hasil yang diperoleh adalah jawaban yang sudah dibakukan.
3. Dapat menjamin kerahasiaan responden sehingga dapat memberikan pertanyaan yang bersifat pribadi.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup sehingga responden hanya cukup memberikan tanda pada jawaban yang diinginkan, pertanyaan dan jawaban telah disiapkan oleh penulis.

### **3.6.2 Data Sekunder**

Menurut Ruslan (2013, h. 96) mendefinisikan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sebelumnya sudah ada atau sudah resmi. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berbentuk baik fisik ataupun didapat dari hasil pencarian *online* berbentuk buku, jurnal, skripsi, berita, serta situs-situs resmi untuk mendukung dan melengkapi hasil penelitian ini.

## **3.7 Teknik Pengukuran Data**

Data yang telah dikumpulkan agar dapat diukur dan diolah harus menggunakan suatu metode pengukuran tertentu. Metode pengukuran dalam bentuk skala sendiri memiliki beberapa jenis diantaranya skala

sederhana, skala kategori, skala numeris, skala likert, skala *semantic differential*, dan skala guttman.

Penelitian yang menggunakan metode kuesioner dengan pertanyaan tertutup yang diajukan kepada pengguna Blue Bird ini menggunakan skala Likert, yaitu skala yang dapat digunakan peneliti untuk mengukur sikap ataupun persepsi seseorang atau sekelompok mengenai suatu fenomena yang terjadi. Skala likert yang digunakan adalah 5 poin dengan tujuan untuk mendapatkan hasil langsung apakah pengaruh dari variabel X yang diajukan peneliti memang memiliki tingkat efektivitas untuk variabel Y.

Jawaban kuesioner menggunakan 5 skala likert:

Tabel 3.4 Skala Likert

Nilai 1	Sangat Tidak Setuju
Nilai 2	Tidak Setuju
Nilai 3	Netral
Nilai 4	Setuju
Nilai 5	Sangat Setuju

Sumber: Ruslan, 2013, h. 98

### 3.7.1 Uji Validitas

Instrumen penelitian yang digunakan haruslah valid, maka dari itu untuk menentukannya akan digunakan uji validitas bagi

kuesioner yang digunakan. Uji validitas menggunakan software SPSS 20. Uji validitas ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pretest kepada 30 responden. Lalu data yang diperoleh, diolah menggunakan SPSS 20 dengan signifikansi 5% (0,05).

Kuesioner dinyatakan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0.361) dan nilai signifikansi  $<$  0.05.

### 3.7.1.1 Variabel X (*Crisis Response Strategies*)

Tabel 3.5 Tabel Uji Validitas Variabel X

Pernyataan	R hitung	Sig.	Kriteria Uji
X1_1	0.677**	0.000	Valid
X1_2	0.650**	0.000	Valid
X1_3	0.493**	0.006	Valid
X1_4	0.541**	0.002	Valid
X1_5	0.649**	0.000	Valid
X1_6	0.723**	0.000	Valid
X1_7	0.267	0.154	Tidak Valid
X1_8	0.446*	0.014	Valid
X1_9	0.701**	0.000	Valid
X1_10	0.450*	0.013	Valid
X1_11	0.141	0.457	Tidak Valid
X2_1	0.415*	0.023	Valid
X2_2	0.650**	0.000	Valid



X2_3	0.386*	0.035	Valid
X2_4	0.403*	0.027	Valid
X2_5	0.665*	0.000	Valid
X3_1	0.328	0.076	Tidak Valid
X3_2	0.600**	0.000	Valid

### 3.7.1.2 Variabel Y (Citra Perusahaan)

Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel Y

Pernyataan	R Hitung	Sig.	Kriteria Uji
Y1_1	0.889**	0.000	Valid
Y1_2	0.811**	0.000	Valid
Y1_3	0.633**	0.000	Valid
Y1_4	0.734**	0.000	Valid
Y1_5	0.732**	0.000	Valid
Y2_1	0.701**	0.000	Valid
Y2_2	0.587**	0.001	Valid
Y2_3	0.662**	0.000	Valid
Y2_4	0.695**	0.000	Valid
Y2_5	0.781**	0.000	Valid
Y3_1	0.767**	0.000	Valid
Y3_2	0.705**	0.000	Valid
Y4_1	0.758**	0.000	Valid
Y4_2	0.863**	0.000	Valid

### 3.7.2 Uji Reabilitas

Selain uji validitas, kuesioner juga harus diuji reliabilitasnya untuk dianggap sebagai kuesioner yang baik untuk digunakan dalam penelitian. Uji reliabilitas juga dilakukan melalui software SPSS 20 for Windows dengan mengacu pada nilai Alpha Cronbach's. Semakin mendekati angka 1, maka instrumen dinyatakan semakin reliabel.

Tabel Nilai Cronbach's Alpha

Nilai Cronbach's Alpha	Tingkat Reliabilitas
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

Tabel 3.7 Sumber: Triton, 2006, h. 248

Dengan acuan tersebut, maka angka reliabilitas yang tepat sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian adalah > 0.60.

### 3.7.2.1 Variabel X (*Crisis Response Strategies*)

Tabel berikut menunjukkan nilai Alpha untuk variabel X sebelum dan sesudah menghilangkan indicator yang tidak valid.

Tabel 3.8 Tabel Reabilitas Variabel X

Reability Statistics			
Sebelum		Sesudah	
Cronbach's Alpha	N of items	Cronbach's Alpha	N of items
,833	18	,851	15

: diolah menggunakan SPSS 20 oleh peneliti

Maka apabila dihilangkan indikator yang tidak valid, nilai Alpha menjadi 0.851 dan berada dikategori Sangat Reliabel.

### 3.7.2.2 Variabel Y (*Citra Perusahaan*)

Tabel berikut menunjukkan nilai Alpha untuk variabel Y yang dikarenakan semua pertanyaan untuk variabel Y valid maka tidak ada perbedaan nilai Alpha.

Tabel 3.9 Tabel Reabilitas Variabel Y

Reability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of items
,934	14

### 3.7.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.7.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas sendiri digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Hal ini dikarenakan apabila berdistribusi tidak normal, uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Penelitian ini, menggunakan dua cara untuk menguji normalitas data yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2016, h. 154).

Analisis grafik mengacu pada ketentuan berikut (2016, h. 156):

- A. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah atau grafik histogramnya maka pola berdistribusi normal, dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- B. Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Analisis grafik ada baiknya didampingi dengan uji statistik. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan ketentuan (Pramessti, 2014, h. 24), apabila  $\text{Sig uji K-S} > 0.05$  maka data berdistribusi normal.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

#### **3.8.1 Analisis Deskriptif**

Penelitian ini memberikan analisis statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2013, h.29) Analisis deskriptif dilakukan untuk memberi gambaran pada objek yang diteliti. Analisis dilihat dari angka modus (kelas dengan jumlah terbesar) untuk menentukan jenis kelas yang lebih banyak dijawab oleh responden.

#### **3.8.2 Analisis Korelasi**

Untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel-variabel maka peneliti menggunakan analisis Korelasi dari Pearson Product Moment (Korelasi PPM). Analisis korelasi sederhana digunakan untuk mengukur korelasi antara variabel X (*Crisis Response Strategy*) dan variabel Y (*Citra Perusahaan*). Jenis data yang digunakan dalam rumus ini adalah interval/rasio dengan

interval/rasio. Rumus statistik Pearson's (Kriyantono, 2009, h. 173) sebagai berikut.

$$r = \frac{N\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r: koefisien korelasi Pearson's Product Moment

N: jumlah individu dalam sampel

X: angka mentah untuk variabel X

Y: angka mentah untuk variabel Y

Apabila nilai r yang diperoleh lebih besar dari nilai r tabel, maka dapat dikatakan nilai r tersebut signifikan (terdapat hubungan yang signifikan antarvariabel X dengan variabel Y).

Pengujian signifikansi koefisien korelasi juga dapat dihitung dengan uji t yang rumusnya adalah:

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

Nilai t yang diperoleh dibandingkan dengan nilai t tabel untuk menentukan tingkat signifikansi uji dua pihak dan derajat

kebebasan (n-2). Bila nilai t hitung > t tabel, maka Ho ditolak yang menandakan adanya hubungan yang signifikan (Kriyantono, 2009, h. 175).

Analisis dilakukan dengan software SPSS 20 dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut (Riduwan & Kuncoro, 2014, h. 64):

a. Jika nilai probabilitas 0.05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig. atau  $[0.05 \leq \text{Sig.}]$ , artinya tidak signifikan.

b. Jika nilai probabilitas 0.05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig. atau  $[0.05 \geq \text{Sig.}]$ , artinya signifikan.

Kuat atau tidaknya hubungan korelasi ditentukan berdasarkan tabel di bawah ini (Sugiyono, 2013, h. 231):

Tabel 3.10 Tabel Tafsiran Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2013, h. 231

### 3.8.3 Analisis Regresi

Dalam penelitian, analisis regresi diperlukan untuk memprediksi variabel terikat apabila variabel bebas diketahui. Regresi merupakan besar pengaruh antara variabel tersebut. Penelitian menggunakan regresi sederhana untuk mengukur pengaruh antara variabel X dan Y (*Crisis Response Strategies* dan *Citra Perusahaan*). Analisis regresi ini diolah dengan software SPSS 21, dengan dasar pengambilan keputusan (2014, h. 83, 103):

- a. Jika nilai probabilitas 0.05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig. atau  $[0.05 \leq \text{Sig.}]$ , artinya tidak signifikan.
- b. Jika nilai probabilitas 0.05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig. atau  $[0.05 \geq \text{Sig.}]$ , artinya signifikan.

Bila data dari dua variabel independen dan dependen telah diketahui, maka peneliti dapat menganalisis data yang ada menggunakan program SPSS, dan menganalisis data regresi yang didapatkan dengan menggunakan rumus regresi linier sederhana yaitu (Kriyantono, 2009, h. 182):

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel dependent



X = variabel independent

a= nilai intercept (konstan) nilai Y saat X=0

b= koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan

Nilai a dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$a = \frac{\Sigma Y(\Sigma X^2) - \Sigma X \Sigma XY}{n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

Nilai b dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$b = \frac{n \Sigma XY - \Sigma X \Sigma Y}{n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

Uji regresi linier sederhana ini digunakan untuk menghitung pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

U  
M  
M  
N

