



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

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif dengan sifat penelitian eksplanatif. Penelitian kuantitatif memiliki arti penelitian yang disajikan dalam bentuk angka dan menggunakan pengoperasian matematika untuk menganalisis variabel yang telah ditentukan (Walliman, 2018, p. 131). Penelitian menggunakan metode ini karena pengukuran yang objektif dan statistik melalui perhitungan ilmiahnya sehingga hasil penelitian yang diperoleh akurat. Menurut Nugroho, Saragih, dan Eko dalam buku “Metode Kuantitatif: Pendekatan Pengambilan Keputusan untuk Ilmu Sosial dan Bisnis” (2012, p. 1), pendekatan kuantitatif ini bertujuan untuk memperkirakan serta membandingkan hasil atas beberapa variabel dari model ilmiah berupa sistem yang menggabungkan ukuran faktor-faktor, seperti kesempatan dan resiko.

Kriyantono (2009, p. 59-60) mengatakan metode survei secara umum dibagi dua jenis, yaitu deskriptif dan eksplanatif (analitis). Survei deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau sekedar mendeskripsikan hasil dari yang diteliti. Sedangkan penelitian dengan metode survei eksplanatif, menurut Supranto yang dikutip dalam buku “Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi” (2013, p. 14), merupakan kegiatan pengumpulan data sedemikian rupa sehingga memungkinkan untuk memperoleh suatu kesimpulan secara tepat, terutama mengenai kebenaran suatu hipotesis yang mencakupi hubungan sebab akibat.

Penelitian ini menggunakan sifat eksplanatif karena ingin mengetahui mengapa kondisi dan sesuatu itu terjadi dan atau apa yang memengaruhi sesuatu dapat terjadi. Penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif terbagi menjadi dua sifat, yaitu komparatif dan asosiatif. Penelitian bersifat asosiatif memiliki maksud untuk menjelaskan hubungan atau korelasi yang terjadi antarvariabel. Sedangkan penelitian bersifat komparatif bertujuan untuk membuat komparasi atau membandingkan antarvariabel.

Penelitian ini akan menjelaskan hubungan antara dua variabel yang terdiri dari variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini, variabel bebas adalah “Kredibilitas Pesan” dan variabel terikat adalah “Keputusan Berdonasi” salah satu akun Instagram *social enterprise* di Indonesia, yaitu Yayasan Cinta Anak Bangsa dengan survei penelitian pada pengikut (*followers*) akun tersebut.

Melalui penelitian ini, peneliti ingin melihat korelasi antara kedua variabel, baik pola, arah, sifat, bentuk, maupun kekuatan hubungannya. Sehingga akan diketahui alasan secara jelas penyebab dari keberhasilan atau tidaknya korelasi antarkedua variabel.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian dengan metode survei dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Dalam buku “Metode Penelitian Public Relation & Komunikasi”, metode survei terdapat dua jenis teknik pengumpulan data, yaitu wawancara dan kuesioner

(Ruslan, 2013, p. 22). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Tujuan menggunakan metode serta teknik ini adalah untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden atau sampel yang dianggap mewakili populasi tertentu. Selain itu, metode ini dianggap sebagai salah satu metode terbaik untuk mengumpulkan data dalam menjelaskan populasi yang terlalu besar jika diamati secara langsung.

Dalam mengumpulkan data melalui teknik kuesioner dapat dilakukan dengan berbagai cara, yaitu langsung (*personally administered questionnaire*), via pos surat (*mail questionnaire*), pengisian angket melalui media cetak, diletakkan di tempat yang umum dikunjungi oleh responden, dan internet (*internet questionnaire*). Peneliti akan menggunakan satu teknik, yaitu pengiriman kuesioner melalui internet. Teknik penelitian kuesioner melalui internet (*internet questionnaire*) adalah teknik penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti melalui *platform* internet, seperti *e-mail* dan media sosial.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi penelitian adalah keseluruhan unit atau individu objek penelitian dalam ruang lingkup yang ingin diteliti. Dalam penelitian ini, populasi yang dijadikan sumber data penelitian adalah pengikut (*followers*) akun media sosial Instagram Yayasan Cinta Anak Bangsa. Jika dihitung secara keseluruhan, terdapat 12.186 pengikut (*followers*) akun media sosial Instagram Yayasan Cinta Anak Bangsa yang dilihat pada 1 Mei 2019.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik dari populasi yang dituju (Sugiyono, 2013, p. 116). Sehingga dalam penelitian, dapat hanya mengambil sebagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti) untuk melakukan riset dan mewakili suara populasi. Hal tersebut disebabkan karena peneliti memiliki beberapa keterbatasan, seperti biaya, waktu, dan tenaga (Sugiyono, 2013, p. 116). Sehingga penelitian dapat menyimpulkan hasil dari penelitian kepada sampel menjadi sama dengan populasi. Menurut Dantes dalam buku yang berjudul Metode Penelitian, sampel dibagi menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling* (2012, p. 40).

Probability sampling merupakan teknik penarikan sampel yang memandang terdapatnya peluang atas kemungkinan yang sama pada setiap individu pada populasi sampel. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan berupa karakteristik/kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Teknik *nonprobability sampling* ini membuat seluruh individu dalam populasi penelitian tidak memiliki kemungkinan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Abdurrahman & Muhidin, 2011, p. 135). Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling*.

Jenis metode *nonprobability sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *judgement sampling* atau biasa dikenal dengan *purposive sampling*, yaitu teknik penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang

ditetapkan terhadap elemen populasi target dengan menyesuaikan dari tujuan atau masalah penelitian (Abdurrahman & Muhidin, 2011, p. 136). Penelitian ini menetapkan karakteristik berupa *followers* yang dapat menjawab kuesioner harus mengikuti akun Instagram Yayasan Cinta Anak Bangsa sebelum Februari 2019. Hal tersebut agar dapat melihat reaksi *followers* terhadap kredibilitas pesan yang disebar di Instagram pada Oktober 2018 hingga Januari 2019.

Dalam menetapkan jumlah sampel yang akan diteliti, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* 5%.

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

$$n = \frac{12.186}{1 + 12.186 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{12.186}{1 + 30,465}$$

$$n = 387,287462$$

$$n \approx 388$$

3.4 Operasionalisasi Variabel

Definisi operasionalisasi adalah pemberian arti pada konsep-konsep yang dipakai sehingga dapat diukur dan memberikan kategorisasi agar dapat dibandingkan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yang berperan sebagai variabel independen dan variabel dependen.

3.4.1 Variabel Kredibilitas Pesan

Variabel kredibilitas pesan berperan sebagai variabel independen (X), yaitu variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahan pada variabel dependen (Y). Dimensi kredibilitas pesan berdasarkan Ohanian terdapat tiga komponen, yaitu *expertise*, *trustworthiness*, dan *attractiveness*.

1) *Expertise*

Dimensi *expertise* atau keahlian dapat terukur dan terlihat dari kejelasan informasi yang disebar oleh Yayasan Cinta Anak Bangsa dan *followers* yang merasa bahwa yayasan tersebut menjadi salah satu yayasan yang ahli dibidangnya.

2) *Trustworthiness*

Dimensi kepercayaan atau *trustworthiness* ini dapat dilihat dari seberapa percayanya *followers* terhadap pesan yang disampaikan. Pesan tersebut tidak hanya dari tulisan yang dibuat oleh Yayasan Cinta Anak Bangsa tetapi juga *brand ambassador*, pihak lain yang bekerja sama dengan yayasan tersebut, pengaruh orang lain, dan bahkan kepercayaan terhadap *brand* atau komunikator itu sendiri, yaitu Yayasan Cinta Anak Bangsa.

3) *Attractive*

Dimensi daya tarik atau *attractive* ini dapat diukur melalui ketertarikan *followers* terhadap pesan, *brand* atau komunikator, *brand ambassador*, atau bahkan dengan konten visual yang diunggah. Pesan yang dapat dibuat dalam berbagai macam rupa ini membuat visual juga termasuk di dalamnya, selain pesan secara tertulis.

3.4.2 Variabel Keputusan Berdonasi

Keputusan berdonasi berperan sebagai variabel dependen (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel ini merupakan suatu tindakan yang dilaksanakan oleh pengikut (*followers*) Yayasan Cinta Anak Bangsa dalam berdonasi ketika melihat konten cara berdonasi di media sosial Instagram. Diantara semua dimensi dalam model AISAS, keputusan berdonasi merupakan salah satu bentuk aksi pada dimensi *action*. Sehingga dimensi tersebut yang dijadikan dimensi pertanyaan pada penelitian ini.

1. *Action*

Responden memberikan donasi kepada Yayasan Cinta Anak Bangsa karena melihat konten yang disebar pada akun Instagramnya.



Tabel 3.1 Operasionalisasi variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Deskriptor	Skala
Kredibilitas Pesan (Variabel X)	<i>Expertise</i>	Kejelasan informasi	<ul style="list-style-type: none"> Informasi terkait donasi yang disebar Yayasan Cinta Anak Bangsa di Instagram mudah dipahami 	<i>Likert</i>
		Ahli dalam bidangnya	<ul style="list-style-type: none"> Yayasan Cinta Anak Bangsa merupakan salah satu yayasan yang dapat membantu mengembangkan anak bangsa 	
	<i>Trustworthiness</i>	Kepercayaan informasi pesan	<ul style="list-style-type: none"> Informasi mengenai donasi yang disebar Yayasan Cinta Anak Bangsa melalui Instagram terpercaya 	
		Kepercayaan <i>brand ambassador</i>	<ul style="list-style-type: none"> Informasi yang diberikan Yayasan Cinta Anak Bangsa terpercaya jika terdapat Veronica Colondam (CEO & Founder YCAB Foundation) dalam konten 	

		Percaya karena pengaruh orang lain	<ul style="list-style-type: none"> • Unggahan Instagram Yayasan Cinta Anak Bangsa yang memiliki banyak <i>likes</i> lebih terpercaya • Unggahan Instagram Yayasan Cinta Anak Bangsa yang memiliki banyak komentar lebih terpercaya 	
		Kepercayaan komunikator	<ul style="list-style-type: none"> • Yayasan Cinta Anak Bangsa terpercaya sehingga membuat penerima pesan ingin berdonasi 	
	<i>Attractiveness</i>	Tertarik memberikan dukungan	<ul style="list-style-type: none"> • Konten Yayasan Cinta Anak Bangsa yang menarik diberikan <i>likes</i> oleh penerima pesan sebagai bentuk dukungan kepada yayasan tersebut 	
		Pesan menarik	<ul style="list-style-type: none"> • Visual konten yang diunggah oleh Yayasan Cinta Anak Bangsa di Instagram menarik • Cerita yang diangkat pada konten unggahan Yayasan Cinta Anak Bangsa di Instagram menarik 	

		<i>Brand ambassador</i> menarik	<ul style="list-style-type: none"> • Veronica Colondam (CEO & Founder YCAB Foundation) membuat penerima pesan tertarik dengan Yayasan Cinta Anak Bangsa 	
		Perusahaan yang menjadi rekanan komunikator menarik	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan rekanan Yayasan Cinta Anak Bangsa, seperti tokopedia, mastercard, tcash, dsb membuat informasi yang disebar lebih terpercaya 	
Keputusan Berdonasi (Variabel Y)	<i>Action</i>	Keputusan berdonasi	<ul style="list-style-type: none"> • Donasi diberikan kepada Yayasan Cinta Anak Bangsa karena menerima informasi yang diterima di Instagram (contoh: cara berdonasi dan kisah anak bangsa) • Donasi diberikan kepada Yayasan Cinta Anak Bangsa tanpa menerima informasi dari Instagram (contoh: cara berdonasi dan kisah anak bangsa) 	<i>Guttman</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian berupa hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan melalui *direct message* Instagram kepada pengikut (*followers*) Yayasan Cinta Anak Bangsa. Kuesioner dibuat menggunakan *platform google form*.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data dalam bentuk yang sudah jadi atau tersedia melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan atau disebarluaskan oleh pihak terkait kepada tujuan *stakeholder* yang dipilih oleh pihak terkait tersebut, seperti jumlah dan profil pengikut (*followers*) Instagram Yayasan Cinta Anak Bangsa yang akan dihubungi untuk menjadi sampel penelitian.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Pengukuran merupakan hal yang penting dalam suatu penelitian dan apabila tidak ada teknik pengukuran, maka objek penelitian tidak dapat dibandingkan atau dikelompokkan untuk diuji pada teori penelitian. Pengukuran data ini dilakukan ketika responden telah mengisi kuesioner yang diberikan peneliti berdasarkan indikator variabel independen dan dependen dalam penelitian. Teknik pengukuran data kuesioner dalam penelitian ini dominan menggunakan skala *likert* dan skala *Guttman* pada variabel keputusan berdonasi. Skala *likert* merupakan skala yang memberikan nilai peringkat pada setiap jawaban atau tanggapan, kemudian dijumlahkan sehingga

mencapai nilai total (Ruslan, 2013, p. 198). Penelitian ini menggunakan peringkat skala *likert* pada enam angka penilaian dan memiliki keterangan berupa tingkat kesetujuan, keseringan, ketertarikan, kemudahan, kesadaran, ketahuan, dan kepercayaan. Kemudian masing-masing jawaban tersebut akan diberi angka 6, 5, 4, 3, 2, dan 1 untuk pernyataan positif dan sebaliknya. Penelitian ini memilih penggunaan tingkat *likert* dengan angka genap karena ingin memaksakan responden agar tidak netral dan memilih ke salah satu kubu.

Tabel 3.2 Peringkat skala *likert*

Jawaban Survei	Nilai Jawaban
Sangat Setuju	6
Setuju	5
Agak Setuju	4
Agak Tidak Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data penulis

Selain penggunaan skala *likert*, penelitian ini juga menggunakan skala *Guttman* untuk menanyakan apakah kredibilitas pesan yang dibuat oleh Yayasan Cinta Anak Bangsa memengaruhi keputusan seseorang untuk memberikan donasi. Pilihan yang diberikan berupa “iya” atau “tidak”. Kedua pilihan tersebut akan diubah menjadi angka dengan nilai 1 untuk “tidak” dan 6 untuk “iya”.

3.6.1 Uji Validitas

Sesuatu akan dikatakan valid jika pengukuran terhadap yang diinginkan serta data dari variabel yang diteliti dapat diungkapkan secara tepat. Pengujian validitas ini bertujuan untuk mengukur apakah pernyataan yang dibuat dalam kuesioner dapat mengukur variabel pada penelitian (Ghozali, 2018, p. 52). Pada uji validitas, penelitian ini menggunakan uji korelasi pada program SPSS. Uji korelasi dilakukan untuk melihat hubungan antarpertanyaan yang disebar dengan total nilai dari satu variabel tersebut (Ghozali, 2018, p. 51). Rumus yang digunakan untuk mengukur validitas pada pengukuran korelasi adalah sebagai berikut:

$$\text{Nilai } r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Jumlah subyek

$\sum X$ = Skor total X

$\sum Y$ = Skor total Y

$\sum X^2$ = Skor total X kuadrat

$\sum Y^2$ = Skor total Y kuadrat

$(\sum X)^2$ = Kuadrat skor total X

$(\sum Y)^2$ = Kuadrat skor total Y

Sumber: Sugiyono, 2014, p.189

Dalam mendapatkan hasil yang valid maka r hitung mengikuti rumus di atas harus lebih besar dari r tabel. Pada perhitungan uji validitas kali ini dengan memasukkan data 30 responden dan tingkat signifikansi 0,05, maka diperoleh r tabel sebesar 0,361.

a. Variabel kredibilitas pesan (X)

Pada variabel ini, pengumpulan data kuesioner dilakukan menggunakan skala *likert*. Berikut ini hasil uji validitas terhadap masing-masing pernyataan yang dijawab oleh 30 responden dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Dalam memperoleh r hitung, penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS.

Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Kredibilitas Pesan (X)

Pertanyaan	r hitung	Sig.	Kriteria uji
<i>Expertise</i>			
X.1	.454*	.012	Valid
X.2	.809**	.000	Valid
<i>Trustworthiness</i>			
X.3	.565**	.001	Valid
X.4	.755**	.000	Valid
X.5	.574**	.001	Valid
X.6	.371*	.043	Valid
X.7	.535**	.002	Valid
<i>Attractiveness</i>			
X.8	.696**	.000	Valid
X.9	.773**	.000	Valid
X.10	.799**	.000	Valid
X.11	.601**	.000	Valid
X.12	.749**	.000	Valid

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Olahan data dengan SPSS

Berdasarkan hasil olah data terhadap pernyataan tentang kredibilitas pesan, terlihat bahwa dari 12 pernyataan variabel X yang disebarakan, dinyatakan valid

semua. Hal tersebut karena r hitung lebih besar dibandingkan 0,361 (r tabel) dan hasil signifikansinya lebih rendah dari 0,05.

b. Variabel Keputusan Berdonasi (Y)

Pada variabel ini, pengumpulan data kuesioner menggunakan skala *guttman*. Berikut hasil uji validitas keputusan berdonasi yang memiliki 2 pertanyaan.

Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Keputusan Berdonasi (Y)

Pertanyaan	r hitung	Sig.	Kriteria uji
<i>Action</i>			
Y.1	.734**	.000	Valid
Y.2	.748**	.000	Valid

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Olahan data dengan SPSS

Berdasarkan hasil tabel di atas, kedua pernyataan yang menggunakan skala *guttman* ini dinyatakan valid. Hal tersebut karena semua hasilnya memiliki r hitung lebih besar dibandingkan r tabel (0,361) dan nilai signifikansi di bawah 0,05 (Sig. <0,05).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Murti dalam jurnal yang berjudul “Validitas dan Realibilitas Pengukuran” (2011, p. 8) menyatakan bahwa reliabilitas merujuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi dan tujuan penelitian dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya di lapangan. Uji Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* jika jawaban seseorang terhadap pernyataan

bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Maka itu diperlukan suatu uji reliabilitas untuk mengetahui apakah penelitian ini dapat diandalkan atau percaya. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan Cronbach's alpha yang terlihat dalam program SPSS. Cronbach's alpha adalah cara yang digunakan untuk mengukur keandalan setiap indikator pada kuesioner penelitian (McDaniel dan Gates, 2013, p. 289). Cronbach's alpha memiliki nilai yang berkisar dari nol sampai satu. Menurut Nunnally dalam Ghozali, nilai tingkat keandalan cronbach's alpha harus minimum 0,70 sebagai syarat jika variabel tersebut ingin dikatakan *reliable* (Ghozali, 2018, p. 46).

Gambar 3. 1 Uji Reliabilitas Kredibilitas Pesan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.869	12

Sumber: Olahan data dengan IBM SPSS

Gambar 3. 2 Uji Reliabilitas Keputusan Berdonasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.783	3

Sumber: Olahan data dengan IBM SPSS

Berdasarkan gambar di atas, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas variabel kredibilitas pesan sebesar 0,869. Begitu pula dengan variabel keputusan berdonasi yang memiliki nilai koefisien reliabilitas sebesar

0,783. Dengan demikian, seluruh pertanyaan dalam kuesioner yang telah disebar tersebut dinyatakan reliabel karena memiliki koefisien reliabilitas di atas atau lebih besar dari 0,70.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan tersebut berupa analisis data dalam mengelompokkan data dan mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel, serta melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan pengujian hipotesis (Sugiyono, 2013, p. 206).

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi merupakan suatu alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antarvariabel. Analisis regresi berguna untuk mendapatkan dan mengukur ada atau tidaknya hubungan fungsional antarvariabel (Usman & Akbar, 2006).

Teknik analisis regresi linier yang digunakan adalah yang sederhana karena penelitian ini hanya terdapat satu variabel independen dan satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, teknik analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari variabel kredibilitas pesan Yayasan Cinta Anak Bangsa di Instagram terhadap variabel lainnya, yaitu keputusan berdonasi. Berikut hipotesis dalam penelitian yang akan diuji pengaruhnya:

Ho : Kredibilitas pesan Yayasan Cinta Anak Bangsa (*YCAB Foundation*) melalui Instagram tidak dapat memengaruhi keputusan *followers* untuk melakukan donasi.

Ha : Kredibilitas pesan Yayasan Cinta Anak Bangsa (*YCAB Foundation*) melalui Instagram dapat memengaruhi keputusan *followers* untuk melakukan donasi.

Adapun persamaan teknik analisis regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

a = konstanta

b = koefisien regresi

X = Variabel Independen

Jika hasil uji regresi menghasilkan nilai Sig. > 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak. Sehingga menunjukkan adanya pengaruh antara kredibilitas pesan Yayasan Cinta Anak Bangsa di Instagram dan keputusan berdonasi oleh *followersnya*. Sementara itu, jika hasil uji regresi memperoleh hasil Sig. < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga menunjukkan tidak adanya pengaruh antara kredibilitas pesan Yayasan Cinta Anak Bangsa di Instagram dan keputusan berdonasi.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A