



### **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**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sifat Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menurut Creswell (2014, h. 5) adalah metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antarvariabel, di mana variabel-variabel tersebut diukur dengan instrumen-instrumen penelitian dan data yang dianalisis terdiri dari angka-angka yang dapat dianalisis menggunakan ilmu statistik.

Sedangkan menurut Ardianto (2010, h.47), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang sarat dengan nuansa angka-angka dalam teknik pengumpulan data di lapangan. Dalam analisis data, jenis penelitian kuantitatif memerlukan bantuan perhitungan ilmu statistik untuk menghasilkan kesimpulan hasil penelitian berupa hasil perhitungan yang bersifat penggambaran atau jalinan variabel.

Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode penelitian eksplanatif kuantitatif. Menurut Bungin (2014, h. 46), format eksplanasi adalah penelitian yang menjelaskan sebuah generalisasi sampel terhadap populasinya dan menjelaskan hubungan, perbedaan, atau pengaruh dari satu variabel dengan variabel-variabel lainnya. Penelitian kuantitatif eksplanatif ini menggunakan sampel dan hipotesis, di mana hipotesis tersebut akan diuji menggunakan statistik inferensial. Metode ini dikatakan kredibel untuk mengukur, menguji hubungan

sebab – akibat, dari dua atau multivariabel. Penelitian ini hendak menguji seberapa besar pengaruh sikap pada krisis terhadap citra perusahaan Bukalapak.

### **3.2 Metode Penelitian**

Menurut Creswell (2014, h. 215), metode penelitian terfokus pada dua rancangan, yaitu rancangan metode survei dan eksperimen untuk meneliti hubungan antara variabel-variabel yang merupakan syarat utama dalam menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan metode penelitian dengan rancangan survei. Rancangan survei adalah deskripsi secara kuantitatif yang menggambarkan kecenderungan, perilaku, atau opini dari sampel yang diambil atas sebuah populasi (Creswell, 2014, h. 216).

Metode penelitian survei dipilih oleh peneliti dengan menarik sampel dari populasi tertentu kemudian mengajukan pernyataan dalam bentuk kuesioner. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang terdiri dari pernyataan terstruktur berdasarkan indikator dari variabel penelitian. Pernyataan bersifat tertutup dan alternatif jawabannya telah ditentukan. Penelitian survei digunakan untuk menarik generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam, namun dapat lebih akurat dengan menggunakan sampel yang representatif (Unaradjan dalam Caroline, 2013, h. 38).

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

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Bungin (2014, h. 109), populasi penelitian adalah keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, di mana sumber-sumber tersebut dapat dijadikan penelitian. Jika dilihat dari sumber data, populasi dapat dibedakan menjadi dua kategori, yaitu populasi terbatas (sumber data memiliki batas yang jelas secara kuantitatif) dan populasi tidak terhingga (batas-batas sumber data tidak dapat ditentukan secara kuantitatif).

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah pengikut akun Twitter Presiden RI Joko Widodo (@jokowi) pada bulan Maret, 2019 sejumlah 11.400.000. Populasi penelitian yang telah ditentukan bertujuan untuk mengetahui sejauh mana krisis yang dialami Bukalapak di media sosial Twitter memengaruhi pendukung Jokowi, sebagai calon presiden nomor urut 01. Selanjutnya, peneliti ingin mengetahui apakah sikap pendukung Jokowi di Twitter akan berpengaruh terhadap citra perusahaan Bukalapak atau tidak.

#### 3.3.2 Sampel Penelitian

Bungin (2014, h. 111) berkata bahwa ada yang namanya hukum probabilitas, yaitu kesimpulan yang diambil dari populasi yang dapat digeneralisasikan kepada semua populasi. Oleh karena itu, pengambilan *sample* yang dimaksud dalam penelitian adalah untuk mewakili seluruh jumlah populasi.

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan di antaranya *Probability Sampling* dan *Non-Probability Sampling*. Metode *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2015, h. 82).

Sedangkan *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi; *convenience sampling*, *purposive sampling*, *judgement sampling*, *quota sampling*, *sampling aksidental*, dan *snowball sampling* (Sugiyono, 2015, h. 84).

Teknik penarikan sampel yang digunakan peneliti adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu yang dibuat berdasarkan tujuan penelitian (Sugiyono, 2015, h. 85). Kriteria dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

1. Pengguna aplikasi Bukalapak
2. Mengetahui tagar #UninstallBukalapak yang ada di Twitter
3. Merupakan pengikut akun Bapak Jokowi (@Jokowi)

Peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai berikut untuk menghitung jumlah sampel dengan tingkat kesalahan 10% atau 0,1 dan derajat kepercayaan 90%.

Gambar 3.1 Rumus Slovin

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

(Sumber: adminkampus, 2017)

Keterangan: n = jumlah sampel yang dibutuhkan

N = jumlah seluruh anggota populasi

E = presentasi tingkat kesalahan (0,1)

$$\begin{aligned} n &= \frac{11.400.000}{11.400.000(0,1)^2 + 1} \\ &= \frac{11.400.000}{114.001} \\ &= 99,99 \text{ (dibulatkan menjadi 100 responden)} \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas, diperoleh dari hasil 99,99 orang dibulatkan menjadi 100 orang, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan presentasi tingkat kesalahan sebesar 10% dengan tingkat kepercayaan 90%, maka dari itu responden penelitian hanya 100 orang. Menurut Roscoe dalam Sugiyono

(2015, h. 131), ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500.

Menurut Sugiyono (2015, h. 132), jumlah anggota sampel yang paling tepat digunakan dalam penelitian tergantung pada tingkat ketelitian atau kesalahan yang dikehendaki. Tingkat ketelitian atau kepercayaan yang dikehendaki sering tergantung pada sumber dana, waktu dan tenaga yang tersedia. Makin besar tingkat kesalahan maka akan semakin kecil jumlah sampel yang diperlukan, dan sebaliknya, makin kecil tingkat kesalahan, maka akan semakin besar jumlah anggota sampel yang diperlukan sebagai sumber data.

### 3.4 Operasional Variabel

Dalam bukunya, Creswell (2014, h. 77) menjelaskan bahwa variabel penelitian terbagi menjadi dua, yaitu:

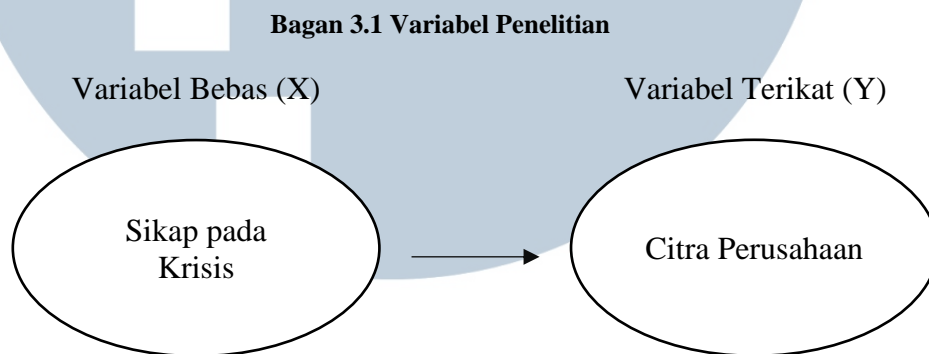
#### 3.4.1 Variabel Bebas (X)

Variabel bebas (*independent*) adalah variabel-variabel yang mungkin memengaruhi atau memberikan efek pada *outcome*. Dalam penelitian ini, variabel bebasnya adalah sikap pada krisis. Menurut Azwar (2012, h. 24), sikap memiliki komponen yang terdiri atas tiga macam mencakup komponen kognitif, afektif, dan *behavioral* yang akan berpengaruh terhadap sikap khalayak pada krisis.



### 3.4.2 Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat (*dependent*) adalah variabel-variabel yang merupakan hasil pengaruh atau *outcome* dari variabel-variabel bebas. Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah citra perusahaan. Pelanggan yang loyal menurut Kotler (2009, h. 299) merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Citra merupakan salah satu aset terpenting dari perusahaan yang harus terus dibangun dan dipelihara.



(Sumber: Schiffman dalam Anggraeni, 2010)

(Sumber: Spector dalam Jatmiko, 2011)

(Sumber: Olahan Peneliti)

### 3.4.2 Operasionalisasi Variabel

Berikut merupakan operasionalisasi variabel dalam penelitian:

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Sikap pada Krisis**

**(X) dan Citra Perusahaan (Y)**

<b>Variabel X</b>			
<b>Sikap Pada Krisis</b>			
<b>Dimensi</b>	<b>Sub Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Afektif	<i>Liking</i>	1. Menyukai klarifikasi CEO Bukalapak di Twitter yang cepat tanggap 2. Menyukai respons CEO Bukalapak yang tepat waktu 3. Menyukai permohonan maaf CEO Bukalapak di Twitter 4. Menyukai permohonan maaf CEO Bukalapak	Likert



		<p>yang jelas</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Menyukai permohonan maaf CEO Bukalapak kepada Presiden Jokowi (melakukan pertemuan langsung di Istana Negara)</li> <li>Menyukai sikap CEO Bukalapak yang bertanggung jawab</li> <li>Menyukai langkah CEO Bukalapak yang profesional</li> </ol>	
	<i>Preference</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Lebih memilih untuk mendukung Bukalapak karena merupakan aplikasi karya anak bangsa</li> <li>Lebih memilih untuk mendukung Bukalapak karena Bukalapak telah memudahkan kehidupan masyarakat</li> <li>Lebih memilih untuk mendukung Bukalapak karena Bukalapak merupakan aplikasi yang mudah digunakan</li> <li>Lebih memilih untuk mendukung Bukalapak karena Bukalapak memiliki reputasi yang baik</li> <li>Lebih memilih untuk mendukung Bukalapak karena Bukalapak sudah terkenal</li> </ol>	Likert
	<i>Conviction</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Yakin cuitan CEO Bukalapak tidak bermaksud mengandung unsur politik</li> <li>Yakin cuitan CEO Bukalapak tidak bermaksud memihak salah satu calon presiden</li> <li>Yakin dengan munculnya tagar #UninstallBukalapak di Twitter tidak memengaruhi kepercayaan terhadap Bukalapak</li> <li>Puas dengan permohonan maaf CEO Bukalapak</li> <li>Puas dengan cara CEO Bukalapak menangani kasus munculnya tagar #UninstallBukalapak di Twitter</li> <li>Yakin akan tetap menggunakan aplikasi Bukalapak sebagai <i>seller</i> maupun <i>customer</i></li> </ol>	Likert

Variabel Y Citra Perusahaan		
Dimensi	Indikator	Skala
Dinamis	<ol style="list-style-type: none"> <li>Bukalapak merupakan salah satu <i>online marketplace</i> terkemuka di Indonesia</li> <li>Bukalapak menarik perhatian publik</li> <li>Bukalapak merupakan perusahaan yang aktif memajukan perekonomian pelaku UKM</li> <li>Bukalapak merupakan perusahaan yang berorientasi pada tujuan yaitu menjadi <i>online marketplace</i> nomor 1 di Indonesia</li> </ol>	Likert

Kooperatif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bukalapak merupakan perusahaan yang bersahabat</li> <li>2. Bukalapak merupakan perusahaan yang memiliki karyawan-karyawan yang ramah</li> <li>3. Bukalapak merupakan perusahaan yang disenangi</li> <li>4. Bukalapak merupakan perusahaan yang memiliki hubungan baik dengan pemerintah</li> </ol>	
Bisnis	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bukalapak merupakan perusahaan yang bijak dalam menghadapi krisis yang terjadi</li> <li>2. Bukalapak merupakan perusahaan yang mendorong UMKM untuk <i>go digital</i></li> <li>3. Bukalapak merupakan perusahaan yang berkemampuan finansial yang baik</li> </ol>	
Karakter	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bukalapak merupakan perusahaan yang etis</li> <li>2. Bukalapak merupakan perusahaan yang bereputasi baik</li> <li>3. Bukalapak merupakan perusahaan yang memiliki citra positif</li> </ol>	
Sukses	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bukalapak merupakan salah satu perusahaan <i>e-commerce</i> berstatus <i>unicorn</i> di Indonesia</li> <li>2. Bukalapak merupakan perusahaan yang telah menyerap jutaan UMKM di Indonesia</li> <li>3. Bukalapak merupakan <i>online marketplace</i> yang memiliki tingkat keamanan transaksi tinggi</li> <li>4. Bukalapak merupakan situs jual-beli <i>online</i> yang dipercaya masyarakat</li> </ol>	

(Sumber: Schiffman dalam Angraini, 2010, h. 19), (Sumber: Spector dalam Jatmiko, 2011, h. 13) dan Olahan Peneliti.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam hal pengumpulan data sebagai kelengkapan dari penelitian. Peneliti memperoleh informasi, data, petunjuk, serta bahan-bahan pendukung lainnya dengan menggunakan beberapa sumber data, yaitu:

#### 3.5.1 Kuesioner

Data primer dan data sekunder dalam penelitian ini yaitu kuesioner yang menggunakan *skala likert*. Pengumpulan data ini dilakukan dengan teknik survei langsung melalui kuesioner yang meliputi beberapa

pertanyaan terstruktur sesuai dengan objek penelitian. Menurut Bungin (2014, h. 133), metode angket bisa disebut metode kuesioner yang berarti daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis dan dikirim untuk diisi oleh responden.

Setelah pengisian, responden akan mengembalikan angket tersebut kepada peneliti. Bagian-bagian dari angket biasanya terdiri dari pendahuluan yang berisi petunjuk pengisian angket dan identitas diri responden (nama, alamat, usia, pekerjaan, jenis kelamin, status pribadi, dsb.), kemudian baru bagian isi angket.

Kelebihan menggunakan kuesioner yaitu dapat mengungkapkan pendapat atau tanggapan seseorang baik individual maupun kelompok terhadap permasalahan, selain itu dapat disebarkan untuk responden yang berjumlah besar dalam waktu yang relatif singkat. Sedangkan kekurangan dari menggunakan kuesioner yaitu peneliti tidak dapat melihat reaksi responden ketika memberikan informasi melalui isian kuesioner (Sukardi, 2012).

Kuesioner disebarkan melalui media sosial Twitter kepada responden yang dituju, yaitu *followers* akun Twitter Bapak Jokowi (@jokowi) yang menggunakan aplikasi Bukalapak dan mengetahui tagar #UninstallBukalapa. Sejumlah 100 orang, dalam rangka mengetahui seberapa besar pengaruh sikap pada krisis terhadap citra perusahaan Bukalapak setelah munculnya tagar #UninstallBukalapak di Twitter.

Kuesioner yang didistribusikan akan diukur menggunakan skala *likert*. Skala ini sangat umum dipakai untuk mengukur sikap seseorang terhadap suatu objek sikap. Peneliti menggunakan empat poin skala *likert* dengan menghilangkan satu skala di tengah, yaitu skala yang mengatakan “Netral” agar jawaban responden tidak terpusat di kategori tersebut.

Berikut merupakan empat poin dari skala *likert* yang digunakan:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Setuju (S)

4 = Sangat Setuju (SS)

### 3.5.2 Kepustakaan

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dan juga kuesioner. Menurut Nazir (2013, h. 93) teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi kepustakaan dengan menelaah buku-buku, literatur- literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Melalui studi kepustakaan ini, peneliti berharap dapat memperoleh data dan informasi yang lebih mendalam berkaitan dengan tema penelitian ini.

## 3.6 Pengujian Instrumen Penelitian

### 3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016, h.52) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk

mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Data kuesioner dapat dikatakan valid apabila memenuhi kriteria sebagai berikut (Ghozali, 2016, h. 53):

1. Jika **r hitung** > **r tabel** maka data dikatakan valid.  
Jika **r hitung** < **r tabel** maka data dikatakan tidak valid.

#### 3.6.1.1.1 Uji Instrumen Validitas Data *Pre – Test*

*Pre-test* dapat dikatakan sebagai uji coba sebelum menyebarkan kuesioner secara resmi. Peneliti membagikan kuesioner untuk melakukan *pre-test* kepada 30 *followers* akun Twitter Bapak Jokowi (@Jokowi) dengan menggunakan fitur *Direct Message*. Pengolahan data untuk uji validitas ini dibantu menggunakan SPSS versi 23.

Dalam uji coba atau uji validitas penelitian ini, digunakan r tabel senilai 0,3061 untuk jumlah 30 responden dengan taraf signifikan 5%. Untuk mendapatkan pernyataan yang valid, jumlah r hitung harus lebih besar dari r tabel ( $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ).

**Tabel 3.2 Uji Validitas Data Variabel Sikap Pada Krisis (X)**

No	Dimensi	Sub Dimensi	Indikator	Koefisien Korelasi	Keterangan
1.	Afektif	<i>Liking</i>	X.1	0,654	Valid
2.			X.2	0,685	Valid
3.			X.3	0,627	Valid
4.			X.4	0,689	Valid
5.			X.5	0,491	Valid
6.			X.6	0,595	Valid
7.			X.7	0,697	Valid
8.		<i>Preference</i>	X.8	0,622	Valid
9.			X.9	0,624	Valid
10.			X.10	0,596	Valid
11.			X.11	0,632	Valid

12.			X.12	0,536	Valid
13.		<i>Conviction</i>	X.13	0,617	Valid
14.			X.14	0,681	Valid
15.			X.15	0,495	Valid
16.			X.16	0,647	Valid
17.			X.17	0,749	Valid
18.			X.18	0,734	Valid

(Sumber: Data Olahan Peneliti menggunakan SPSS versi 23)

Berdasarkan tabel hasil validitas yang telah dilakukan dengan menggunakan aplikasi pengolahan data SPSS versi 23, empat sub dimensi dan 18 indikator variabel sikap pada krisis (variabel X) dinyatakan valid.

**Tabel 3.3 Uji Validitas Data Variabel Citra Perusahaan (Y)**

No	Dimensi	Indikator	Koefisien Korelasi	Keterangan
1.	Dinamis	Y.1	0,493	Valid
2.		Y.2	0,545	Valid
3.		Y.3	0,385	Valid
4.		Y.4	0,520	Valid
5.	Kooperatif	Y.5	0,786	Valid
6.		Y.6	0,538	Valid
7.		Y.7	0,814	Valid
8.		Y.8	0,590	Valid
9.	Bisnis	Y.9	0,861	Valid
10.		Y.10	0,728	Valid
11.		Y.11	0,578	Valid
12.	Karakter	Y.12	0,828	Valid
13.		Y.13	0,674	Valid
14.		Y.14	0,857	Valid
15.	Sukses	Y.15	0,760	Valid
16.		Y.16	0,706	Valid
17.		Y.17	0,857	Valid
18.		Y.18	0,792	Valid

(Sumber: Hasil pengolahan peneliti menggunakan SPSS versi 23)



Berdasarkan tabel hasil validitas data variabel Citra Perusahaan (Y) menggunakan SPSS versi 23, dapat dilihat bahwa  $r$  hitung per dimensi dan indikator semua bernilai  $> 0,3061$ . Artinya, semua dimensi tersebut valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Menurut Creswell (2014, h. 223) mengatakan bahwa uji reliabilitas adalah serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi internal atau konsistensi mengenai kesesuaian respon dan juga korelasi *test-retest* yang menggambarkan stabilitas ketika instrumen dilakukan pada waktu yang berbeda. Sedangkan menurut Ghozali (2016, h. 47), realibitas sebenarnya adalah alat ukur 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.

Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji secara *one shot* atau pengukuran sekali saja dan membandingkan hasil dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan menggunakan fasilitas SPSS versi 23. Dengan mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach* 0 sampai 1. Menurut Nunnally dalam Ghozali (2016, h. 48), variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $>$  dari 0,70.



### 3.6.2.1 Uji Intrumen Reliabilitas Data *Pre – Test*

**Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Data *Pre – Test***

**Variabel Sikap Pada Krisis (X)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,898	18

(Sumber: Hasil pengolahan peneliti menggunakan SPSS versi 23)

Tabel di atas menunjukkan bahwa hasil *Cronbach's Alpha* >0,70, yaitu sebesar 0,913. Maka variabel Sikap Pada Krisis (X) dinyatakan memiliki hasil yang reliabel.

**Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Data *Pre – Test***

**Variabel Citra Perusahaan (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,950	18

(Sumber: Hasil pengolahan peneliti menggunakan SPSS versi 23)

Bila dilihat dari variabel Citra Perusahaan (Y) menunjukkan bahwa hasil *Cronbach's Alpha* > 0,70, maka variabel tersebut dinyatakan memiliki hasil yang reliabel.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas, peneliti akan melanjutkan penelitian dengan melakukan analisis data agar keabsahan penelitian lebih kuat. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis bivariat. Analisis data bivariate adalah analisa yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara dua variabel dan juga mengetahui bagaimana arah hubungan yang ada dalam hubungan tersebut.

Analisis dilakukan dengan menggunakan *Pearson Correlations* atau Uji Koefisiensi Korelasi untuk melihat hubungan antara variabel sikap pada krisis (X) dan citra perusahaan (Y). Koefesien korelasi adalah nilai suatu hubungan antara dua atau lebih variabel yang diteliti. Nilai koefisien korelasi digunakan sebagai pedoman untuk menentukan suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak dalam satu penelitian. Nilai koefisien korelasi adalah dari  $0 \leq 1$  atau  $-1 \leq 0$  (Bungin, 2014, h.194).

Kemudian analisa dilanjutkan dengan uji regresi sederhana. Menurut Bungin (2014, h.232) uji regresi digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Rancangan ini juga digunakan untuk melihat perbedaan besar kecil pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dalam penelitian ini, uji regresi digunakan untuk melihat pengaruh dari Sikap Pada Krisis terhadap Citra Perusahaan Bukalapak. Peneliti akan menganalisis data setelah menyebar kuesioner kepada 100 responden yaitu pengikut akun Twitter Bapak Jokowi (@jokowi). Analisis tersebut akan

dikelola menggunakan fasilitas *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 23. Data yang dihasilkan oleh SPSS tersebut untuk mengetahui adakah pengaruh sikap pada krisis terhadap citra perusahaan Bukalapak dan seberapa besar pengaruh sikap pada krisis terhadap citra perusahaan Bukalapak setelah munculnya tagar #UninstallBukalapak di Twitter.

