

## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Pendekatan kuantitatif dalam penelitian menekankan pada aspek-aspek objektif dan menganalisisnya secara kuantitatif. Untuk mencapai tingkat objektivitas yang tinggi dalam desain penelitian kuantitatif, digunakan angka-angka, pengolahan data statistik, eksperimen yang terstruktur, dan kontrol yang ketat, seperti disebutkan oleh Sukmadinata dalam Siyoto & Sodik (2015, p. 14). Riset kuantitatif, seperti yang dijelaskan oleh Kriyantono (2022, pp. 45-46), adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan masalah tertentu dan hasilnya dapat diberlakukan secara umum. Oleh karena itu, riset ini cenderung tidak mendalam dalam pengumpulan data, tetapi lebih fokus pada sejauh mana data dapat mewakili populasi secara keseluruhan, dengan menggunakan data kuantitatif berupa angka-angka. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan paradigma positivisme. Paradigma positivisme menekankan pada penggunaan metode ilmiah untuk memahami fenomena melalui observasi dan pengukuran yang objektif. Peneliti dalam paradigma ini berupaya untuk mencari hukum-hukum alam dan menjelaskan hubungan kausal antara variabel. Mereka cenderung menghindari pengaruh subjektivitas dan interpretasi.

Metode kuantitatif, menurut penjelasan . Sugiyono (2013, p. 7), sering dianggap sebagai pendekatan tradisional dalam konteks penelitian karena telah lama menjadi bagian dari tradisi penelitian. Pendekatan ini dikenal sebagai metode ilmiah karena mematuhi prinsip-prinsip ilmiah, seperti konkret-empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Selain itu, metode ini juga dianggap sebagai alat untuk penemuan pengetahuan baru, karena memungkinkan peneliti untuk menemukan dan mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam. Karakteristik utama dari metode ini adalah penggunaan data berupa angka-angka dan analisis data dengan bantuan teknik statistik. Dengan demikian, penelitian ini akan mengadopsi pendekatan kuantitatif, di mana peneliti akan menggunakan data

numerik untuk menguji hipotesis yang ada. Data angka tersebut akan diperoleh melalui survei yang dilakukan terhadap sampel yang relevan.

Penggunaan metode kuantitatif dalam penelitian memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti melalui data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Melalui pengumpulan dan analisis data numerik, peneliti dapat mengidentifikasi pola atau hubungan yang signifikan antara variabel-variabel yang diteliti. Oleh karena itu, metode ini memberikan kerangka kerja yang kokoh untuk menjelajahi fenomena tertentu secara ilmiah dan mendalam. Meskipun metode ini sering dikritik karena cenderung mengabaikan konteks dan kompleksitas fenomena tertentu, namun tetap merupakan alat yang berharga dalam menyusun temuan yang dapat diandalkan dan terukur. Dengan demikian, penggunaan metode kuantitatif dalam penelitian menjadi penting untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas dan mendalam tentang fenomena yang diteliti.

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode survei adalah salah satu jenis metode penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat utama untuk mengumpulkan data. Metode ini cukup umum digunakan, terutama di kalangan mahasiswa, karena memiliki desain yang sederhana dan proses pengumpulan data yang cepat. Namun, jika tidak dilakukan dengan hati-hati, hasil dari survei ini dapat menjadi kurang mendalam meskipun analisis statistik yang kompleks digunakan oleh peneliti. Dalam penelitian survei dengan menggunakan kuesioner, penting untuk memiliki jumlah responden yang cukup untuk mencapai validitas temuan yang baik. Hal ini masuk akal, karena informasi yang diperoleh dari kuesioner cenderung berfokus pada fakta atau opini umum yang diberikan oleh responden (Abdullah, 2015, p. 21).

Metode survei digunakan dalam pengumpulan data dari lingkungan alamiah, bukan lingkungan yang dibuat oleh peneliti (Sugiyono, 2013, p. 6). Berdasarkan pengertian tersebut penelitian ini akan menggunakan metode survei sebagai metode pengumpulan data. Metode survei ini digunakan dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel yang sudah ditentukan untuk

mengumpulkan data agar dapat menjawab hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti akan terlebih dahulu menyusun pernyataan-pernyataan ke dalam bentuk angket yang nantinya akan dibagikan kepada sampel penelitian yang sudah ditentukan. Nantinya setelah jawaban dari sampel telah diperoleh barulah peneliti dapat mengukur pengaruh dan seberapa besar pengaruh antar dua variabel tersebut.

Berdasarkan hal tersebut kemudian terbentuk prosedur penelitian yang akan dijalankan. Peneliti akan mengambil langkah pertama dengan melakukan observasi melalui berbagai sumber primer maupun sekunder terkait dengan ajang ini. Observasi dilakukan melalui beberapa cara yakni dengan melihat persebaran artikel mengenai ajang ini hingga mendapatkan informasi dari berbagai pihak eksternal yang bertanggung jawab terhadap ajang ini. Observasi dilakukan untuk melihat sejauh mana persebaran informasi mengenai ajang ini khususnya di media *online*. Observasi artikel ini dilakukan dari *search engine* di Google, dengan kata kunci seperti “Shell Eco-marathon 2023” dan “Shell Eco-marathon Mandalika 2023”, selain itu terdapat media sosial seperti Youtube, Instagram, Twitter, dsb untuk melihat persebaran informasi tersebut.

Setelah hal tersebut dilakukan, peneliti kemudian dapat yakin dan menyusun argumen yang dapat mendukung hipotesis yang ada berdasarkan proposal penelitian yang sudah disusun sebelumnya. Peneliti kemudian berfokus pada pembentukan metode pencarian data primer untuk dapat membuktikan hipotesis tersebut dengan penyusunan pernyataan-pernyataan survei, pemilihan metode, pemilihan populasi dan sampel. Peneliti menyusun pernyataan survei berdasarkan konsep dari masing-masing variabel yang kemudian akan diuji coba validitas dan reliabilitasnya kepada 30 sampel. Setelah terkumpul 30 responden sebagai sampel awal, seluruh jawaban sampel tersebut kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya dan kemudian diketahui bahwa seluruh pernyataan valid dan reliabel. Teknik *sampling* yang digunakan yakni teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Metode ini mengharuskan peneliti untuk memiliki kriteria terhadap responden. Kriteria yang diambil seperti mengetahui tentang Shell Eco-marathon dan pernah melihat informasi mengenai

penyelenggaraan Shell Eco-marathon Mandalika 2023. Setelah itu, survei dilanjutkan untuk disebarkan kepada total 200 orang sampel sesuai dengan ketentuan dari Malhotra. Dalam prosesnya, peneliti kemudian memetakan beberapa *event* kendaraan ramah lingkungan seperti *event* mobil listrik yang akan diadakan untuk dapat dijadikan sasaran utama sampel dalam penelitian. Selama proses persebaran terdapat dua *event* yang terpetakan yakni Indonesia Petroleum Association atau IPA Convex. IPA Convex 2024, yang akan berlangsung di Indonesia Convention Exhibition (ICE) BSD City pada 14-16 Mei 2024, adalah platform internasional yang mengumpulkan para ahli industri energi global, eksekutif pemerintah, inovator, dan pemimpin masa depan untuk mempercepat kemajuan menuju keamanan energi berkelanjutan. Dengan tema "*Gaining Momentum to Advance Sustainable Energy Security in Indonesia and the Region*", acara ini akan terus mendukung industri minyak dan gas serta sektor transisi energi yang terus berkembang. Kemudian terdapat *event* EV Indonesia 2024 yang merupakan salah satu acara yang diselenggarakan dalam rangkaian InaBike 2024, yang merupakan pameran internasional terkemuka di Indonesia untuk industri sepeda, sepeda motor, dan sepeda listrik. Acara ini dijadwalkan berlangsung di Jakarta International Expo (JIExpo) pada tanggal 15-17 Mei 2024.

Setelah data terkumpul, maka kemudian seluruh data akan di uji normalitas dan heterokedastesitas untuk memastikan data terdistribusi normal dan tidak ada gejala heterokedastesitas. Setelah memastikan dua hal tersebut, peneliti kemudian melakukan regresi linier sederhana terhadap pernyataan yang ada untuk dapat membuktikan hipotesis yang ada. Setelah dilakukan regresi linier sederhana, tiba saatnya peneliti mengidentifikasi hasil dari uji tersebut kemudian dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Dalam konteks penelitian, populasi dapat merujuk pada beragam entitas seperti individu, organisasi, lembaga, institusi, wilayah, kelompok, dan lain sebagainya yang menjadi sumber informasi yang relevan. Populasi ini merupakan keseluruhan

objek yang menjadi fokus penelitian, sedangkan sampel penelitian merupakan bagian yang diambil dari populasi tersebut untuk analisis lebih lanjut. Oleh karena itu, penentuan populasi merupakan langkah awal yang sangat penting dalam proses penelitian karena kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian akan berlaku untuk seluruh populasi tersebut (Sugiyono, 2013, p. 80). Ketika memilih populasi, peneliti perlu memperhatikan karakteristik dan kualitas dari berbagai unit yang termasuk di dalamnya. Populasi tidak hanya terdiri dari individu, tetapi juga mencakup obyek, elemen alam, atau kelompok yang memiliki atribut tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Populasi bukan sekadar jumlah orang atau elemen, melainkan mencakup seluruh sifat dan ciri khas yang dimiliki oleh subjek atau obyek yang diteliti. Dapat dikatakan populasi bisa diartikan sebagai kumpulan unit yang memiliki karakteristik khusus yang menjadi fokus penelitian. Jika populasi terlalu luas, peneliti perlu mengambil sampel untuk mewakili populasi secara keseluruhan. Dalam konteks penelitian tentang Shell Eco-marathon di Indonesia, populasi dapat mencakup semua individu atau kelompok yang memiliki pengetahuan tentang acara tersebut, sehingga hasil penelitian dapat diterapkan kembali pada populasi yang relevan tersebut (Abdullah, 2015, p. 226). Penelitian ini memiliki populasi seluruh orang yang pernah terpapar informasi mengenai Shell Eco-marathon 2023 Mandalika baik di berita *online* maupun media sosial. Karena luas dan tidak terhitungnya jumlah populasi maka kemudian digunakan metode *sampling* untuk menentukan sampel dalam penelitian ini.

### **3.3.2 Sampel**

Berdasarkan konsep yang dijelaskan oleh Siyoto (2015, p. 54), sampel merupakan sebagian dari ukuran dan komposisi populasi yang dipilih secara khusus untuk mewakili populasi yang telah diidentifikasi. Pengambilan sampel dilakukan ketika diperlukan representasi yang memadai dari populasi yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yang mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu (2013, p. 28). Sampel yang akan digunakan adalah pelanggan Shell di Indonesia yang mengetahui tentang

program Shell Eco-marathon 2023. Menurut Malhotra (2020, p. 359), teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pengalaman dan dapat menjadi panduan umum, terutama dalam konteks penggunaan teknik *non-probability sampling*. Oleh karena itu, penelitian ini akan memfokuskan pada 200 responden untuk mengukur pengaruh antara kedua variabel. Jumlah responden sebanyak 200 dipilih karena menurut Malhotra (2021), penelitian mengenai dampak iklan dapat dilakukan dengan minimum sampel sebesar 150 orang. Malhotra (2021) juga menjelaskan bahwa ideal sampel dalam penelitian mengenai dampak iklan atau kampanye berkisar antara 200-300 orang. Sebagaimana dijelaskan dalam teori S-O-R, iklan merupakan stimulus yang dapat memengaruhi organisme dan berpengaruh pada respon organisme tersebut, maka dalam penelitian ini informasi mengenai Shell Eco-marathon 2023 Mandalika dapat digolongkan sebagai stimulus. Untuk itu, penelitian ini menetapkan sampel sebesar minimal 150 orang dengan mengambil jumlah ideal sampel adalah 200 orang. Kemudian, dengan teknik *non-probability sampling* diberlakukan beberapa syarat agar seseorang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini. Beberapa syarat dari sampel tersebut seperti:

1. Mengetahui Shell Eco-marathon Mandalika 2023
2. Pernah membaca atau melihat konten *online* mengenai Shell Eco-marathon Mandalika 2023

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

#### 3.4.1 Operasionalisasi Variabel X

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Terpaan Informasi di *Media Online*

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala
Terpaan Informasi Media Online	Frekuensi	Berapa kali menemukan berita di media online	Seberapa sering kali Anda menemukan Informasi mengenai Shell Eco-marathon 2023?	1x 2-3x 4-5x Lebih dari 5x
	Durasi	Selama apa informasi telah diterima dan diproses	Berapa lama Anda membaca informasi mengenai Shell Eco-marathon 2023?	Kurang dari 10 Menit 10-20 menit

				30 menit - 1 jam Lebih dari 1 jam
	Atensi	Tingkat perhatian saat mengonsumsi isi pesan	Saya sangat tertarik anda dengan informasi mengenai Shell Eco-marathon 2023 Saya mengikuti segala informasi mengenai Shell Eco-marathon 2023 Saya sering mengikuti segala informasi terkait Shell Eco-marathon 2023 Saya masih mengingat segala informasi terkait Shell Eco-marathon 2023 Saya selalu mencari lebih lanjut informasi mengenai Shell Eco-marathon 2023 Informasi mengenai Shell Eco-marathon 2023 penting bagi saya Informasi mengenai Shell Eco-marathon 2023 mempengaruhi saya dalam pembelian produk Shell	Likert 1-4

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

### 3.4.2 Operasionalisasi Variabel Y

Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel *Green Brand Image*

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan
<i>Green Brand Image</i>	<i>Environmental Commitments</i>	Komitmen <i>Brand</i> menjadi tolak ukur dalam kontribusi terhadap lingkungan	Shell memiliki berbagai program untuk mendorong pencarian energi terbarukan
			Shell memiliki berbagai inovasi untuk mendorong pencarian energi terbarukan
			Shell muncul pertama kali di benak ketika membicarakan perusahaan minyak yang fokus dalam pencarian energi terbarukan
			Shell sebagai perusahaan energi yang mengedepankan lingkungan di Indonesia
	<i>Environmental Reputation</i>	<i>Brand</i> unggul dari sisi reputasi terkait kontribusi terhadap lingkungan	Shell memiliki citra yang baik sebagai perusahaan minyak ramah lingkungan
			Shell menjadi yang terdepan dalam pencarian energi terbarukan

		Shell memiliki teknologi terdepan dalam mencari energi terbarukan
		Shell memberikan kesan positif kepada publik Indonesia dalam melakukan gaya hidup ramah lingkungan
<i>Environmental Performance</i>	Kinerja <i>Brand</i> terhadap lingkungan	Shell menyediakan berbagai produk yang memenuhi standar ramah lingkungan
		Shell memiliki produk yang lebih irit digunakan
		Shell memiliki berbagai produk terdepan untuk mencari energi terbarukan
<i>Environmental Concern</i>	<i>Brand</i> mendorong konsumen untuk ikut dalam kepedulian lingkungan	Shell mendorong konsumen untuk selalu menggunakan bahan bakar ramah lingkungan
		Shell mendorong konsumen untuk ikut serta dalam berbagai program dan inovasi ramah lingkungan yang mereka keluarkan
<i>Environmental Promises</i>	<i>Brand</i> membangun kepercayaan konsumen dengan produk yang dapat dipercaya dalam melestarikan lingkungan	Shell menyediakan berbagai produk yang memenuhi standar ramah lingkungan
		Shell menyediakan berbagai produk yang lebih ramah lingkungan
		Shell menjadi perusahaan minyak terdepan dan terpercaya dalam menjaga lingkungan
		Shell mendorong gaya hidup ramah lingkungan bagi masyarakat Indonesia

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2013, p. 225) Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti, seperti melalui pengamatan, wawancara, penggunaan kuesioner, dokumentasi, atau kombinasi dari teknik-teknik tersebut. Pandangan ini juga sejalan dengan pendapat Kriyantono (2014), yang menggambarkan data primer sebagai data yang diperoleh secara langsung dari responden dalam penelitian kuantitatif. Abdullah (2015, pp. 246-247) menjelaskan data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber pertama, seperti individu atau orang perseorangan, seperti hasil wawancara atau pengisian kuesioner.



Contohnya, sebuah bank yang menghasilkan produk layanan baru dan ingin mengetahui persepsi konsumen terhadap produk tersebut, kemudian melakukan wawancara atau mengisi kuesioner kepada nasabahnya. Dalam penelitian ini, data primer berasal dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada 200 sampel yang telah ditentukan sebelumnya. Data ini akan diolah menggunakan perangkat lunak SPSS Versi 27 untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini.

### **3.5.2 Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak secara langsung memberikan data kepada peneliti, contohnya melalui pihak lain atau melalui dokumen. Dalam penelitian ini terdapat beberapa sumber sekunder yang digunakan seperti Artikel, Buku, hingga jurnal-jurnal terdahulu (Sugiyono, 2013, p. 225). Abdullah (2015, pp. 246-247) juga menjelaskan bahwa data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak yang mengumpulkan data primer tersebut atau oleh pihak lain. Data primer biasanya disajikan dalam bentuk tabel atau diagram. Data sekunder ini kemudian digunakan oleh peneliti untuk analisis lebih lanjut, misalnya data tentang kinerja perbankan nasional yang diterbitkan oleh badan riset tertentu. Guna dari data sekunder tersebut adalah untuk mendukung argumen serta data primer dalam penelitian ini.

## **3.6 Teknik Pengukuran Data**

### **3.6.1 Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2013, p. 121) sebuah instrumen penelitian yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dalam penelitian ini. Pengertian lain datang dari Abdullah (2015, p.256) yang menjelaskan apa itu uji validitas. Validitas mengacu pada sejauh mana data yang diperoleh melalui alat penelitian (seperti kuesioner) dapat mengukur variabel yang ingin diukur. Misalnya, jika seorang peneliti ingin mengukur kepuasan kerja karyawan, maka semua pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner harus terkait dengan kepuasan kerja karyawan tersebut. Tidak boleh ada pertanyaan atau pernyataan yang tidak relevan dengan topik tersebut. Oleh karena itu, penting untuk

melakukan uji validitas kuesioner, yang menjelaskan cara menguji validitas dapat ditemukan dalam sub bab uji instrumen. Validitas diuji dengan memanfaatkan korelasi Pearson Product Moment yang kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 27. Analisis ini bertujuan untuk menghubungkan skor dari setiap instrumen serta skor total variabel utama dengan taraf kesalahan sebesar 5% (0,05).

Setelah dilakukan uji validitas diketahui hasil dari uji validitas tersebut antara lain:

Tabel 3. 1 Uji Validitas Variabel X

No	Pernyataan	Sig	Keterangan
1	X1	0.000	VALID
2	X2	0.000	VALID
3	X3	0.000	VALID
4	X4	0.000	VALID
5	X5	0.000	VALID
6	X6	0.001	VALID
7	X7	0.000	VALID
8	X8	0.000	VALID
9	X9	0.000	VALID

Sumber: Data Olahan Peneliti Melalui SPSS, 2024

Dari sembilan pernyataan yang mewakili variabel X diketahui seluruhnya memiliki nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang mewakili variabel terpaan informasi melalui media online dapat dikatakan sebagai pernyataan yang valid.

Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel Y

No	Pernyataan	Sig	Keterangan
1	Y1	0.000	VALID

2	Y2	0.001	VALID
3	Y3	0.000	VALID
4	Y4	0.000	VALID
5	Y5	0.000	VALID
6	Y6	0.000	VALID
7	Y7	0.000	VALID
8	Y8	0.000	VALID
9	Y9	0.000	VALID
10	Y10	0.000	VALID
11	Y11	0.000	VALID
12	Y12	0.000	VALID
13	Y13	0.000	VALID
14	Y14	0.000	VALID
15	Y15	0.001	VALID
16	Y16	0.000	VALID
17	Y17	0.000	VALID

Sumber: Data Olahan Peneliti Melalui SPSS, 2024

Dari 17 pernyataan yang mewakili variabel Y diketahui seluruhnya memiliki nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang mewakili variabel *green brand image* dapat dikatakan sebagai pernyataan yang valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2013, p. 121), instrumen yang dapat diandalkan adalah instrumen yang, jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang konsisten. Karena itu, penting untuk melakukan uji reliabilitas. Pengertian lain datang dari Abdullah (2015, p.256) Reliabilitas adalah istilah yang digunakan untuk mengindikasikan seberapa

konsisten hasil pengukuran saat alat ukur tersebut digunakan berulang kali. Sebagai contoh, saat mengukur panjang dengan langkah-langkah, panjang setiap langkah mungkin tidak sama. Namun, jika menggunakan meteran, alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat digunakan berulang kali dengan hasil yang relatif konsisten. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha melalui bantuan perangkat lunak IBM SPSS versi 27. Dalam metode ini, variabel dikatakan memiliki reliabilitas yang cukup jika nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) > 0,6. Sebaliknya, jika nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) < 0,6, maka variabel dianggap memiliki reliabilitas yang kurang memadai.

Kemudian dilakukan uji reliabilitas untuk kedua variabel tersebut. Kemudian dapat diketahui hasil dari uji reliabilitas tersebut sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas

<i>Cronbach Alpha</i> Variabel X	Jumlah Pernyataan Variabel X	<i>Cronbach Alpha</i> Variabel Y	Jumlah Pernyataan Variabel Y
0,857	9	0,963	17

Sumber: Data Olahan Peneliti Melalui SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha kedua variabel lebih besar dari 0,6 dan dapat dikatakan bahwa seluruh pernyataan yang mewakili kedua variabel merupakan pernyataan yang reliabel dan dapat mewakili masing-masing variabel dalam penelitian ini.

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Uji Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2013, p. 149)., uji korelasi dijalankan untuk mengidentifikasi sejauh mana keterkaitan dan sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen. Abdullah (2015, p.295) menjelaskan Koefisien korelasi adalah nilai yang menggambarkan hubungan (korelasi) antara dua atau lebih variabel yang sedang diteliti. Nilai koefisien korelasi, serta tingkat signifikansinya, digunakan sebagai

panduan untuk menentukan apakah suatu hipotesis penelitian dapat diterima atau ditolak. Nilai koefisien korelasi berkisar antara -1 dan 1, di mana nilai 0 menunjukkan tidak adanya hubungan, nilai positif menunjukkan hubungan positif, dan nilai negatif menunjukkan hubungan negatif antara variabel-variabel tersebut. Dalam konteks penelitian, suatu variabel dapat dianggap memiliki hubungan yang signifikan dapat dilihat sesuai dengan tabel berikut:

Tabel 3. 4 Nilai Koefisien Korelasi

Nilai Koefisien Korelasi	Artinya
<0,20	Hubungan sangat lemah
0,20-0,39	Hubungan lemah
0,40-0,70	Hubungan cukup
0,71-0,90	Hubungan kuat
>0,90	Hubungan sangat kuat

Sumber: Kriyantono (2020)

### 3.7.2 Uji Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2013, p. 149) uji regresi merupakan metode peramalan untuk menjelaskan pola hubungan antar variabel dengan membentuk suatu pola persamaan. Pada penelitian ini digunakan jenis uji regresi linear sederhana karena hanya akan melihat pengaruh satu variabel independen (X) yakni terpaan informasi terhadap satu variabel dependen (Y) yakni *green brand image*. Adapun berikut merupakan persamaan umum regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Nilai variabel dependen (variabel yang diprediksikan)

a = Nilai konstanta (harga Y ketika X = 0)

b = Nilai arah penentu ramalan

X = Nilai variabel independent