

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Asosiatif Kausal. bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemberitaan media terhadap *Brand Loyalty* pada pengguna produk Nike Khususnya Anggota Klub Basket di Kota Padang. Menurut Sugiyono (2019), pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.

3.2 Populasi Dan Sampel

3.2.1 Poluasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh Anggota Klub Basket di Kota Padang yang aktif menggunakan media digital dan mengetahui pemberitaan mengenai kasus radioaktif pada produk Nike.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel diambil karena peneliti tidak mungkin meneliti seluruh populasi akibat keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga. Kriteria responden adalah:

1. Berdomisili di Kota Padang.

2. Pengguna atau pembeli Produk Nike
3. 20 tahun ke atas.
4. Mengetahui pemberitaan kasus Radioaktif Produk Nike.

3.3 Teknik Sampling

Teknik sumpling adalah cara yang digunakan untuk menentukan sebagian anggota populasi yang akan dijadikan sebagai responden penelitian, sehingga sampel tersebut dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Pemilihan teknik sampling harus disesuaikan dengan tujuan penelitian, jumlah populasi, dan ketersediaan data (Sugiyono,2019). Dalam penelitian ini digunakan teknik *Non-Probability* sampling dengan metode *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena tidak semua individu memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden, melainkan dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Responden dalam studi ini adalah Anggota Klub basket di Kota Padang, mengetahui isu pemberitaan terkait radioaktif pada produk Nike, serta pernah menggunakan atau berinteraksi dengan brand Nike. Teknik ini dianggap paling tepat karena mampu menjangkau responden yang benar-benar relevan dengan fenomena yang diteliti sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan sesuai kebutuhan analisis. Dengan jumlah 100 responden.

3.4 Jenis Dan Sumber Data

Jenis Data yang digunakan Pada Penelitian ini adalah data Kuantitatif dilihat dari sumbernya maka data tersebut terbagi dua Pertama data primer melalui kuesioner dan Kedua data sekunder dari jurnal, berita online, dan buku teori New

Media serta *Brand Loyalty*. Menurut Sugiyono (2019), data penelitian dibedakan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, teknik kuesioner digunakan untuk mengukur pengaruh pemberitaan media terhadap *Brand Loyalty*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada Anggota Klub Basket di kota Padang. Teknik kuesioner merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk memperoleh informasi langsung dari responden melalui daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh informasi sesuai dengan variabel yang diteliti. Instrumen ini digunakan ketika peneliti telah mengetahui secara jelas apa yang akan diukur, karena kuesioner mampu mengumpulkan data secara efisien dari banyak responden dan hasilnya dapat diolah secara kuantitatif menggunakan skala pengukuran tertentu seperti skala Likert (Sugiyono, 2019). Skala Likert merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengetahui sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap suatu objek atau fenomena sosial. Dalam penelitian ini, skala Likert terdiri dari lima tingkatan jawaban, yaitu:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

3.6 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian terdapat dua Variabel independen dan dependen Efek Media (X): Intensitas paparan pemberitaan, Kredibilitas sumber berita, Nada atau kecendrungan pemberitaan Dan Penonjolan isu resiko produk. *Brand Loyalty* (Y): Tetap Menggunakan, Tidak Mau Membeli, niat membeli ulang.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Sub Indikator	Contoh
Efek media (X)	Informasi tentang isu radiokatif pada produk nike yang disampaikan melalui media online (portal berita) yang diterima oleh Anggota Klib Basket dikota padang.	<ul style="list-style-type: none"> - Intensitas paparan pemberitaan - Kredibilitas sumber berita - Nada atau kecendrungan pemberitaan - Penonjolan isu resiko produk 	<ul style="list-style-type: none"> - Saya sering menemukan berita tentang isu radioaktif nike segera setelah muncul - Informasi berita yang disajikan mudah dipahami - Berita mencatatkan sumber dan ahli yang jelas
<i>Brand Loyalty</i> (Y)	Tingkat kesetiaan konsumen terhadap produk nike yang tergambar dari niat membeli setelah menerima pemberitaan isu	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak menggunakan - Tidak mau membelilagi - Niatingin membeli kembali 	<ul style="list-style-type: none"> - Saya tidak lagi mau membeli produk nike sejak mendengar berita - Saya tidak mau membeli dalam waktu dekat

	radioaktif.		- Saya tetap memiliki niat membeli produk nike meskipun ada isu pemberitaan negatif.
--	-------------	--	--

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengolah data hasil penelitian agar dapat menjawab rumusan masalah atau hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan dengan cara mengubah data mentah berupa angka menjadi informasi yang bermakna melalui perhitungan statistik. Tujuan dari analisis data adalah untuk mengetahui hubungan, perbedaan, atau pengaruh antarvariabel yang diteliti secara objektif (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS, menggunakan uji validitas dan reliabilitas, regresi linear sederhana, serta uji t dan koefisien determinasi (R^2) untuk melihat seberapa besar pengaruh pemberitaan media (X) terhadap brand loyalty (Y) Anggota Klub basket di Kota Padang. Dengan penyelarasan ini hubungan antar variabel teoritis dan data empiris menjadi lebih terukur.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen dikatakan valid apabila pernyataan atau butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan teknik Korelasi *Pearson Product Moment* melalui bantuan program *Statistical Package for the*

Social Sciences (SPSS). Uji *Korelasi Product Moment* yaitu melakukan korelasi skor item kuesioner dengan skor totalnya. Pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 5% (0,05). jika r hitung > r tabel maka item kuesioner dinyatakan valid, namun jika r hitung < r tabel maka item kuesioner dinyatakan tidak valid. Teknik *korelasi product moment* adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara item dengan skor total

\sum^x =Jumlah skor item

\sum^y =Jumlah skor total (seluruh item)

n =Jumlah subjek

\sum^{xy} = Jumlah nilai hasil kali antara skor total dengan skor item.

Uji validitas ini penting dilakukan untuk memastikan setiap pernyataan benar-benar mewakili indikator dari variabel Pemberitaan media (X) dan *Brand Loyalty* (Y).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dengan instrumen dapat dipercaya dan konsisten jika dilakukan pengukuran ulang. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha, di mana suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai alpha lebih besar dari 0,70. Semakin tinggi nilai alpha, semakin tinggi pula tingkat konsistensi jawaban responden terhadap item pertanyaan dalam kuesioner (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji menggunakan Cronbach's Alpha i rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan

r_{11} = Nilai reliabilitas yang dicari

n = jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah skor varian tiap-tiap item

σ_t^2 = varian total

3.8 Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Desember sampai Januari 2025 yang mencakup pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden hingga proses pengolahan data dan analisis data.

Tempat penelitian ini dilakukan pada Anggota Klub Basket Dikota Padang. Pengumpulan data dilakukan secara daring (*online*) dengan menyebarkan kuesioner melalui platform digital seperti Google Form kepada Responden yang memenuhi kriteria.

Tabel 3.8 Skema Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Nov 2025	Des 2025	Jan 2026	
1.	Persiapan Penelitian				
2.	Pelaksanaan Penelitian				
3.	Pengolahan/ Analisis Data				
4.	Penyusunan Laporan				
5.	Persiapan Sidang				

