

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang digunakan pada penelitian. Menurut Kriyantono (2006, hlm .55). Kuantitatif adalah studi yang menjelaskan masalah yang dapat menggeneralisasi hasil, biasanya hasil kuantitatif dianggap representatif secara keseluruhan, sehingga pelaksanaan penelitian ini membutuhkan banyak data.

Metode ini juga dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivis. Digunakan untuk mempelajari atau meneliti populasi dan sampel tertentu yang digunakan pada penelitian. Teknik pengambilan sampel biasanya diambil atau dilakukan secara acak. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan suatu alat, analisis data kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya(Sugiyono, 2013, hlm. 14). Penelitian ini menggunakan desain korelasi dengan statistik korelasional, bertujuan untuk mendeskripsikan dan menguji efek dari dua variabel atau lebih atau serangkaian skor (Creswell,2014, hlm.41). Menurut Isaac dan Michael (Jalaluddin,2014, hlm.27) bahwa metode korelasional sebenarnya kelanjutan dari metode deskriptif. Jumlah responden untuk setiap klasifikasi variabel dihitung frekuesinya. Metode korelasional bertujuan untuk menguji sejauh mana perubahan pada satu faktor terkait dengan perubahan pada faktor lainnya. Apabila hanya terdapat dua variabel yang dihubungkan, dapat diartikan bahwa korelasi tersebut disebut korelasi sederhana (*simple correlation*). Metode korelasional digunakan untuk mengukur hubungan antara berbagai variabel dan memprediksi variabel tak hingga berdasarkan pada pengetahuan kita tentang variabel independen,(Jalaluddin, 2014, hlm.31).

Maka dari itu penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh tayangan Youtube *food vlogger* Mgdalenaf (Variabel X)

terhadap minat berkuliner (variabel Y) (Studi Korelasional Pada *subscribers* di *channel* Youtube Mgdalenaf). Data dikumpulkan dengan menggunakan instrument penelitian, berupa kuisioner (google form).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Jalaluddin (2014, hlm.78) menuturkan bahwa populasi kumpulan onjek dalam suatu penelitian. Populasi merupakan suatu bidang umum yang terdiri dari objek atau topik dengan kualitas dan katrakteristik tertentu, yang mana ojek tersebut ditentukan oleh peneliti terntentu dan kemudian disimpulkan Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu *subscribers channel* Youtube Mgdalenaf karena saat ini Youtube menjadi wadah untuk menyuarakan pendapat, mengekspresikan diri, dan membuat opini salah satunya dalam bidang kuliner (Sugiyono,2011,hlm.80). Populasi dalam penelitian ini adalah *subscribers channel* Youtube Mgdalenaf yang berjumlah 2.550.000 pengikut per tanggal 5 Juli 2020. Jumlah ini terhitung pada bulan Juli, jumlah ini dapat berubah seiring dengan bertambahnya *subscribers* yang mengikuti *channel* Youtube Mgdalenaf.

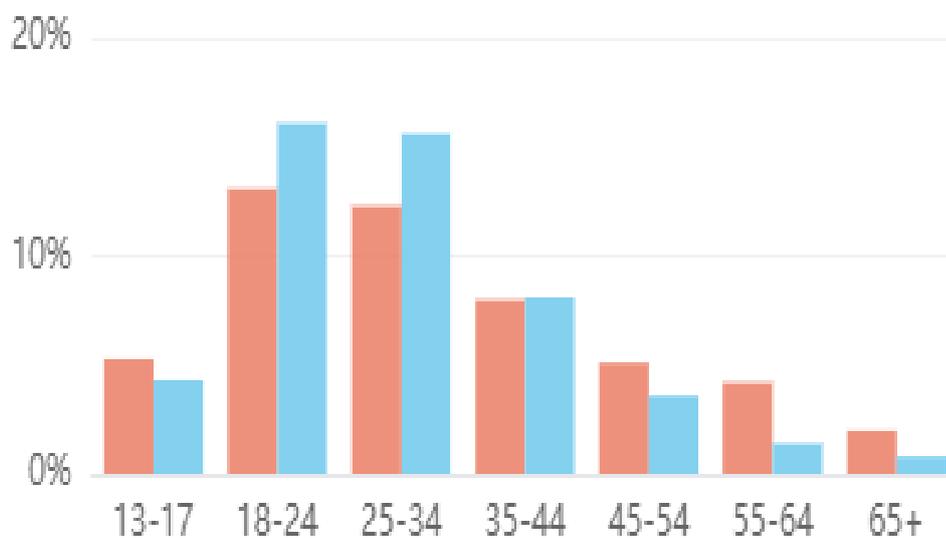
3.2.2 Sampel

Sampel yaitu bagian yang diamati pada penelitian (Jalaluddin 2014, 78). Sugiyono (2018, hlm: 118) sampel merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari keseluruhan dan juga menjadi ciri khas dari populasi. Sekalipun sampel hanya sebagian dari populasi, namun faktanya sampel harus dapat menggambarkan populasi (Sugiyono (2012, hlm. 120). Dikarenakan jumlah individu pada populasi sangat banyak, peneliti harus mengambil sampel penelitian dari populasi. Kriteria sampel yang akan diambil pada penelitian ini adalah sebagai berikut; (1) Pengguna aktif media sosial Youtube, (2) Merupakan *subscribers* atau pengikut akun food vlogger Mgdalenaf di medial social Youtube, (3) Berusia remaja akhir – dewasa akhir (18-46 tahun). Usia ini diambil dari data yang peneliti temukan dari laman Youtube.com, bahwa Youtube membuat batasan usia minimal 18 tahun keatas dan pengguna aktif Youtube merupakan usia 18-34 tahun.

Batasan usia ini juga peneliti ambil dengan melakukan penelitian terdahulu dan menemukan data yang didapat dari Noxinfluencer bahwa memang mayoritas khalayak aktif yang menyaksikan tayangan Youtube *food vlogger* Mgdalenaf berusia dari 28 tahun – 45 tahun. Data tersebut dapat dilihat dari gambar sebagai berikut :

Gambar 3. 1

Data Presentase Usia Penonton Channel Mgdalenaf



Sumber : Hasil Olahan Peneliti,2020

Rumus sederhana Krejcie dan Morgan digunakan untuk menentukan sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini, karena rumus krejcie memiliki tingkat keandalan 95% dengan menggunakan pendekatan distribusi chi tabel atau menggunakan distribusi X^2 . Selain itu rumus krejcie ini memiliki nilai batas kesalahan yang mutlak dan jelas yaitu sebesar 5%, ini memudahkan peneliti pada saat menghitung sampel. Dibawah ini merupakan perhitungan menggunakan rumus krejcie :

Gambar 3. 2

Tabel Krejcie

Tabel Chi Square						
α (alpha)						
0,99	0,975	0,95	0,9	0,1	0,05	0,025
0,0002	0,0010	0,0039	0,0158	2,7055	3,8415	5,0239
0,0201	0,0506	0,1026	0,2107	4,6052	5,9915	7,3778
0,1148	0,2158	0,3518	0,5844	6,2514	7,8147	9,3484
0,2971	0,4844	0,7107	1,0636	7,7794	9,4877	11,1433
0,5543	0,8312	1,1455	1,6103	9,2364	11,0705	12,8325
0,8721	1,2373	1,6354	2,2041	10,6446	12,5916	14,4494
1,2390	1,6899	2,1673	2,8331	12,0170	14,0671	16,0128
1,6465	2,1797	2,7326	3,4895	13,3616	15,5073	17,5345
2,0879	2,7004	3,3251	4,1682	14,6837	16,9190	19,0228
2,5582	3,2470	3,9403	4,8652	15,9872	18,3070	20,4832
3,0535	3,8157	4,5748	5,5778	17,2750	19,6751	21,9200
3,5706	4,4038	5,2260	6,3038	18,5493	21,0261	23,3367
4,1069	5,0088	5,8919	7,0415	19,8119	22,3620	24,7356
4,6604	5,6287	6,5706	7,7895	21,0641	23,6848	26,1189
5,2293	6,2621	7,2609	8,5468	22,3071	24,9958	27,4884
5,8122	6,9077	7,9616	9,3122	23,5418	26,2962	28,8454
6,4078	7,5642	8,6718	10,0852	24,7690	27,5871	30,1910
7,0149	8,2307	9,3905	10,8649	25,9894	28,8693	31,5264

$$S = \frac{X^2 NP (1-P)}{d^2 (N-1) + X^2 P (1-P)}$$

Keterangan :

S = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

P = Proporsi Populasi (0,5)

d = Derajat Ketelitian (0,05)

X^2 = Nilai tabel X^2 (3,841) yang berasal dari nilai *confidence* interval sebesar 95% (1,96)

Dari rumus yang telah dijabarkan diatas, maka perhitungan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$S = \frac{X^2 NP (1-P)}{d^2 (N-1) + X^2 P (1-P)}$$

$$S = \frac{3,841 \times 2.550.000 \times 0,25}{0,0025 (2.550.000-1) + 3,841 \times 0,25}$$

$$S = \frac{2,448,6375}{6,374+0,96}$$

$$S = \frac{2,448.6375}{6,374.96}$$

$$S = 384$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel dengan menggunakan rumus krejcie dan morgan dengan menggunakan tingkat kepercayaan 5% maka penelitian membutuhkan 384 responden. Dalam penelitian ini digunakan desain purposive sampling non-probabilistik. Pengambilan sampel diambil berdasarkan orang-orang tertentu, karena dianggap berdasarkan penelitian tertentu untuk memenuhi atau merepresentasikan statistik, tingkat signifikansi, dan produser pengujian hipotesis. (Jalaluddin, 2014, hlm.79-81).

3.3 Instrumen Penelitian

3.3.1 Kuesioner (Angket)

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data sebagai pendukung penelitian dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2016, hlm. 193). Peneliti memilih menggunakan kuesioner atau angket berbentuk daftar pertanyaan atau pernyataan yang sebelumnya telah diuji terlebih dahulu dengan melakukan uji validitas dan reabilitas agar terjamin keakuratan dan ketepatan data yang dihasilkan sebagai teknik pendukung utama pengumpulan data dibandingkan menggunakan teknik wawancara dan lain sebagainya. Kuesioner pada penelitian ini disebar oleh peneliti secara *online* kepada responden dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh

peneliti guna memudahkan terkumpulnya data penelitian, kuisisioner *online* ini melalui *direct message* kepada para *followers* atau *subscribers channel* Youtube Mgdalenaf. Terdapat tiga komponen bagian yang terdapat pada kuesioner *online* yang disebarakan yaitu bagian pertama berisikan biodata responden, bagian kedua berisikan alat ukur variabel X pada penelitian ini yaitu tayangan Youtube *food vlogger* Mgdalenaf, dan bagian ketiga mencakup alat ukur variabel Y pada penelitian ini yaitu minat berkuliner *subscribers*.

3.3.2 Studi Kepustakaan

Dalam suatu penelitian studi kepustakaan sangat penting untuk menunjang kelancaran penelitian, studi pustaka juga dijadikan sebagai referensi atau sumber rujukan data yang dikumpulkan dari buku, jurnal penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, internet, artikel dan lainnya yang berhubungan dan mirip dengan penelitian untuk mendapatkan data yang valid. Dalam suatu penelitian dibutuhkan suatu teori sebagai factor pendukung dalam penelitian yang dilakukan. Hasil penelitian dapat dihasilkan dengan mempelajari berbagai teori dan konsep yang mana teori dan konsep tersebut berasal dari berbagai sumber, seperti buku, internet, penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh para ahli yang tentunya harus berhubungan atau selarass dengan tema penelitian yang dilakukan sehingga dapat digunakan sebagai bahan referensi tambahan penelitian, serta sumber penelitian lainnya yang masih berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

3.3.3 Skala Pengukuran

Dalam melakukan sebuah penelitian diperlukan beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan oleh peneliti dalam merusmuskan instrument penelitian seperti kelayakan, objektivitas, reliabilitas serta kevalidannya. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan skala likert yang ditujukan untuk mengukur persepsi, sikap, serta pendapat seseorang atau sekelompok orang. terhadap fenomena sosial (Sugiyono (2010, hlm. 93).

Pada dasarnya teknik skala pada penelitian dilakukan untuk mengubah informasi kualitatif menjadi sebuah data kuantitatif. Skala ini juga digunakan sebagai alat ukur mengenai aspek-aspek perilaku yang tidak termasuk kognitif yaitu seperti sikap, keinginan atau minat, serta untuk mengukur penilaian partisipan terhadap suatu hal yang berhubungan dengan aspek-aspek sikap seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Menurut Sugiyono (2014, hlm. 135) untuk menganalisis data analisis kuantitatif dapat digunakan skor dengan rentang skor yaitu angka 1 sampai 5, berikut bagan bobot pengukuran skala likert :

Tabel 3. 1

Skala Likert

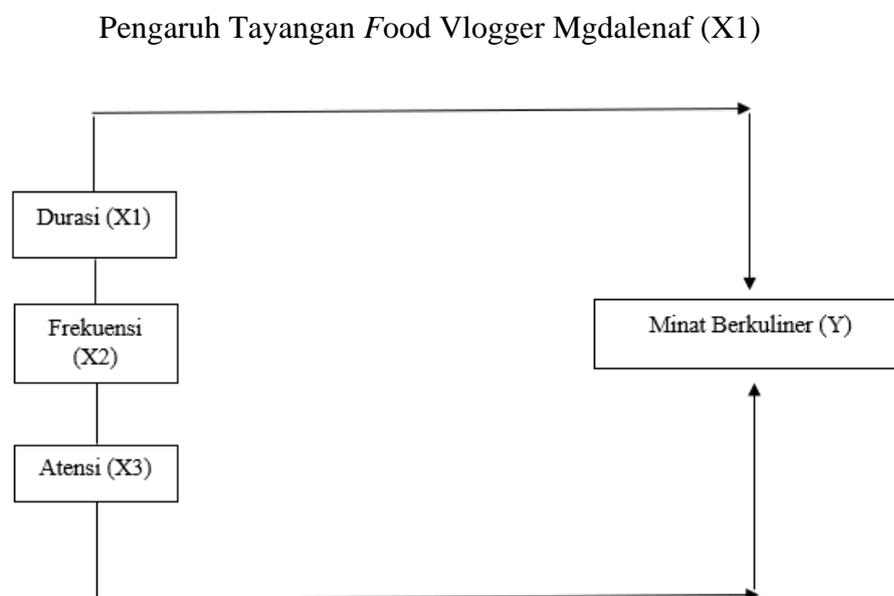
No.	Alternatif Jawaban	Skor Alternatif Jawaban	
		Positif (+)	Negatif (-)
1.	Sangat Setuju/ Selalu	5	1
2.	Setuju/ Sering	4	2
3.	Netral/kadang-kadang	3	3
4.	Tidak Setuju/Hampir Tidak Pernah	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju/ Tidak Pernah	1	5

Sumber : Sugiyono (2014, hlm. 135)

3.5 Operasional Variabel

Digunakan dua variabel pada penelitian ini yaitu variabel bebas (X) dimana variabel ini merupakan variabel timbulnya sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel bebas pada penelitian ini adalah Pengaruh Tayangan Youtube *Food Vlogger Channel* Youtube Mgdalenaf. Terdapat tiga sub variabel yang digunakan pada variabel X ini yaitu (1) durasi lamanya khalayak menyaksikan tayangan *food vlogger* Mgdalenaf, (2) frekuensi seringnya khalayak menyaksikan tayangan *food vlogger* Mgdalenaf, (3) atensi khalayak saat menyaksikan tayangan *food vlogger* Mgdalenaf.

Karena adanya variabel bebas maka variabel Y merupakan variabel terikat dari pengaruh atau akibat variabel X. (Sugiyono, 2011: 61). Variabel Y (Variabel Terikat) pada penelitian ini adalah Minat Berkuliner. Terdapat lima sub variabel yang digunakan pada variabel Y ini, yaitu (1) perasaan senang khalayak saat menyaksikan tayangan *food vlogger* Mgdalenaf, (2) ketertarikan *food vlogger* saat dan setelah menyaksikan tayangan *food vlogger* Mgdalenaf, (3) Perhatian khalayak pada tayangan *food vlogger* Mgdalenaf, (4) Keterlibatan khalayak berkaitan dengan tayangan *food vlogger* Mgdalenaf, (5) Motivasi yang timbul setelah khalayak menyaksikan tayangan *food vlogger* Mgdalenaf.



Gambar 3. 3 Hubungan Antar Variabel

3.5.1 Variabel Tayangan Youtube Food Vlogger

Variabel Tayangan Youtube *Food Vlogger* ini merupakan variabel X pada penelitian ini. Ini berhubungan dengan terpaan tayangan yang pada dasarnya dipengaruhi akibat jumlah waktu durasi & frekuensi penggunaan media.. Pada pengukurannya terpaan juga kemudian berkaitan dengan keterlibatan atau atensi audiens terhadap media (Annenberg Research Media Exposure Group, 2015, hlm.27). Pada variabel ini terdapat 3 sub

variabel yang bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam mengolah data penelitian nantinya. 3 sub variabel tersebut yaitu :

1. Durasi, durasi ini merupakan sub variabel yang bertujuan untuk mengetahui seberapa lama waktu yang dihabiskan oleh khalayak atau responden yang dalam penelitian ini *subscribers channel* Youtube Mgdalenaf.
2. Frekuensi, frekuensi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa sering khalayak atau responden yang dalam penelitian ini merupakan *subscribers* atau pengikut dari *channel food vlogger* Mgdalenaf.
3. Atensi, atensi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar perhatian yang diberikan khalayak atau responden dalam penelitian ini merupakan *subscribers* terhadap tayangan *food vlogger* Mgdalenaf.

Tabel 3. 2

Definisi Operasional Variabel Tayangan Youtube Food Vlogger

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Variabel Independen : Pengaruh Tayangan Youtube Food Vlogger Mgdalenaf (X)	Terpaan tayangan pada dasarnya dipengaruhi akibat jumlah waktu durasi & frekuensi penggunaan media.. Pada pengukurannya terpaan juga kemudian berkaitan dengan keterlibatan atau atensi audiens terhadap media (Annenberg Research Media Exposure Group, 2015, hlm.27).			
	Durasi (X1)	- Lamanya menyaksikan tayangan.	1.Saya menyaksikan tayangan <i>food vlogger</i> Mgdalenaf dari awal sampai akhir	<i>Likert</i>
			2. Saya menyaksikan tayangan <i>food vlogger</i> Mgdalneaf	<i>Likert</i>

			tanpa melakukan skip.	
	Frekuensi (X2)	- Frekuensi lamanya menyaksikan tayangan.	3. Saya sering menyaksikan tayangan <i>food vlogger</i> di channel Youtube Mgdalenaf	<i>Likert</i>
			4. Saya sering mengunjungi <i>channel</i> Youtube Mgdalenaf	<i>Likert</i>
			5. Saya sering menyaksikan setiap episode tayangan <i>food vlogger</i> Mgdalenaf	<i>Likert</i>
	Atensi (X3)	- Ketertarikan atau perhatian terhadap tayangan	6. Saya fokus saat menyaksikan tayangan food vlogger Mgdalenaf	<i>Likert</i>
			7. Saya enggan ketinggalan informasi tentang unggahan food vlogger Mgdalenaf	<i>Likert</i>
			8. Saya merasa nyaman saat menyaksikan	<i>Likert</i>

			tayangan food vlogger Mgdalenaf	
--	--	--	------------------------------------	--

3.5.2 Variabel Minat Berkuliner

Minat berkuliner merupakan variabel Y dari penelitian ini. Minat merupakan suatu kondisi seseorang untuk memperhatikan dan disertai dengan pemahaman serta pembelajaran dan pembuktian keinginannya setelah menyaksikan tayangan yang disaksikan yang dalam hal ini adalah tayangan Youtube *food vlogger* (Bimo Walgito, 1982, hlm.38). Minat merupakan suatu perasaan berupa keinginan atau kemauan dalam diri yang timbul berdasarkan pengetahuan, emosi yang timbul setelah menyaksikan atau mengetahui suatu hal, yang mendorong khalayak melakukan suatu aktivitas tanoa dorongan dari luar. Minat sangat erat kaitannya dengan perhatian, karena karena dengan adanya perhatian yang diberikan terhadap suatu hal atau dalam penelitian ini perhatian yang diberikan terhadap tayangan yang dilihat, maka perhatian tersebut akan mengarahkan khalayak atau seseorang untuk melakukan suatu tindakan dari keinginan khalayak tersebut. Keinginan atau minat seseorang dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator yaitu perasaan senang, ketertarikan, keterlibatan, perhatian, serta motivasi yang timbul dalam penelitian ini timbul setelah menyaksikan tayangan *food vlogger*. Minat juga dapat dikatakan sebagai suatu motif yang menyebabkan individu berhubungan secara aktif dengan sesuatu yang menarik menurutnya.

Tabel 3. 3

Definisi Operasional Variabel Minat Berkuliner

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Variabel Dependen:	Minat merupakan suatu kondisi seseorang untuk memperhatikan dan disertai dengan pemahaman serta pembelajaran dan pembuktia keinginannya (Bimo Walgito, 1982, hlm.38).			

Minat Berkuliner (Studi Korelasional Pada Subscribers Channel Youtube Mgdalenaf)	Perasaan Senang	Perasaan senang atas tayangan yang disaksikan.	1. Saya merasa senang menyaksikan tayangan food vlogger Mgdalenaf	<i>Likert</i>
			2. Saya senang dengan konten yang disajikan konten food vlogger Mgdalenaf	<i>Likert</i>
			3. Saya senang dengan informasi yang diberikan food vlogger Mgdalenaf	<i>Likert</i>
	Ketertarikan	Ketertarikan atas tayangan yang disaksikan.	4. Saya tertarik menyaksikan ulasan makanan yang ditayangkan food vlogger Mgdalenaf	<i>Likert</i>
			5. Saya tertarik dengan konten yang ditayangkan food vlogger Mgdalenaf	<i>Likert</i>

			6. Saya tertarik untuk berkuliner karena pembawaan food vlogger Mgdalenaf saat	<i>Likert</i>
			7. Saya antusias menyaksikan setiap episode yang ditayangkan food vlogger Mgdalenaf	<i>Likert</i>
			8. Saya tertarik untuk berkuliner setelah menyaksikan food vlogger Mgdalenaf	<i>Likert</i>
	Keterlibatan	Keterlibatan khalayak atas konten yang disaksikan.	9. Saya mengunjungi beberapa tempat kuliner yang direkomndas ikan food vlogger Mgdalenaf	<i>Likert</i>
			10. Saya membagikan kembali informasi tempat kuliner dari channel Youtube Mgdalenaf	<i>Likert</i>

			11. Saya membeli/mencoba kuliner sejenis seperti yang direview food vlogger Mgdalenaf	<i>Likert</i>
	Perhatian	Perhatian atas konten yang disaksikan.	12. Saya memperhatikan isi konten yang ditayangkan food vlogger Mgdalenaf	<i>Likert</i>
			13. Saya memahami isi konten yang ditayangkan food vlogger Mgdalenaf	<i>Likert</i>
			14. Saya menyaksikan tayangan sesuai dengan jadwal unggahan food vlogger Mgdalenaf	<i>Likert</i>
			15. Saya tidak merasa bosan saat menyaksikan food vlogger Mgdalenaf	<i>Likert</i>

			16. Saya mengaktifkan pemberitahuan di channel Youtube Mgdalenaf	<i>Likert</i>
	Motivasi	-motivasi berkuliner -motivasi berkuliner karena visual -motivasi menjadi food vlogger	17.Saya termotivasi untuk berkuliner karena visual food vlogger Mgdalenaf menarik	<i>Likert</i>
			18.Saya termotivasi untuk berkuliner karena visual food vlogger Mgdalenaf menarik	<i>Likert</i>
			1. Saya termotivasi untuk menjadi food vlogger setelah menyaksikan tayangan Mgdalenaf	<i>Likert</i>

3.6 Pengujian Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ardianto (2011, hlm.188) uji validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan mengukur sesuatu. Dilakukannya uji validitas ini untuk mengetahui tingkat validitas instrument yang berarti bahwa instrumen yang digunakan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur . Saat menguji validitas rumus statistic yang digunakan, adalah korelasi Person (*Production Moment*):

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = r_{hitung}
 $\sum x$ = jumlah skor item
 $\sum y$ = jumlah skor total
 N = jumlah individu dalam sampel

Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ berada pada nilai signifikansi tertentu, artinya item angket dalam uji validitas itu valid. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ memiliki nilai signifikansi tertentu maka item angket dalam uji validitas tidak valid. Diketahui nilai signifikansi yang digunakan pada penelitian ini adalah 5%. Berikut, merupakan hasil uji validitas yang diambil dari sampel sebanyak 30 orang responden, berkaitan dengan pengujian dari kedua variabel pada penelitian ini yaitu tayangan *food vlogger* Mgdalenaf dan minat berkuliner. Jumlah *item* pernyataan yang dimuat dalam instrument yaitu 27 *item* pernyataan, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. 4

Tabel Hasil Uji Variabel

No Item	Person Correlation	Nilai R tabel	Hasil
X1	0.415	0.361	Valid
X2	0.580	0.361	Valid
X3	0.707	0.361	Valid
X4	0.753	0.361	Valid
X5	0.757	0.361	Valid

X6	0.699	0.361	Valid
X7	0.780	0.361	Valid
X8	0.696	0.361	Valid

Sumber : Olahan Peneliti,2020

Pada tabel 3.3 dapat diketahui, bahwa nilai koefisiensi pada setiap butir pernyataan atau *items* dari variabel X > dari r tabel yaitu 0.361 .R tabel didapat dari jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu sebanyak 30 orang responden. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang ada pada variabel X valid, ini berarti layak digunakan sebagai alat ukur pengumpulan data, dan dapat digunakan untuk tindak lanjut pada penelitian ini.

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua *items* atau butir pernyataan untuk variabel X valid dan layak digunakan sebagai alat ukur pengumpulan data serta dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 3. 5

Hasil Uji Variabel Y

No Item	Person Correlation	Nilai R tabel	Hasil
Y1	0.578	0.361	Valid
Y2	0.562	0.361	Valid
Y3	0.567	0.361	Valid
Y4	0.698	0.361	Valid
Y5	0.617	0.361	Valid
Y6	0.525	0.361	Valid
Y7	0.568	0.361	Valid
Y8	0.461	0.361	Valid

Y9	0.657	0.361	Valid
Y10	0.534	0.361	Valid
Y11	0.417	0.361	Valid
Y12	0.415	0.361	Valid
Y13	0.458	0.361	Valid
Y14	0.410	0.361	Valid
Y15	0.513	0.361	Valid
Y16	0.468	0.361	Valid
Y17	0.641	0.361	Valid
Y18	0.787	0.361	Valid
Y19	0.627	0.361	Valid

Sumber : Olahan Peneliti,2020

Pada bagan 3.4 diketahui, bahwa nilai koefisien korelasi pada setiap pernyataan atau *items* > dari r tabel yaitu 0.361. Ini dapat diartikan bahwa semua pernyataan *s* pada pengujian variabel Y ini valid dan layak untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian serta dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau *items* yang terdapat pada variabel X dan variabel Y dapat diujikan melalui uji reliabilitas yang bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian reliabel atau tidak.

3.6.2 Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan salah satu indikator yang menunjukkan seberapa akurat suatu alat ukur sehingga dapat dipercaya (Ardianto,2011,hlm.189). Pada metode ini instrument digunakan dalam satu kali penggunaan setelah itu teknik tertentu digunakan untuk menganalisis hasilnya. Teknik yang dipergunakan untuk proses pengukuran, adalah alat Alpha Cronbach. Dapat dihitung menggunakan formula berikut :

$$R_{11} = \frac{K}{K-1} \left\{ 1 - \frac{\sum a_i^2}{a^2} \right\}$$

Keterangan :

R11 = Reabilitas Instrumen

K = Jumlah pernyataan

$\sum 2_i$ = Total butir varian

$a 2_i$ = Total varian

Tabel 3. 6

Klasifikasi Metode Alpha Cronbach

<i>Alpha Cronbach score 0.0 – 0.5</i>	Artinya tidak dapat diterima
<i>Alpha Cronbach score 0.51 - 0.6</i>	Artinya buruk
<i>Alpha Cronbach score 0. 61 – 0.7</i>	Artinya dipertanyakan
<i>Alpha Cronbach score 0.71 – 0.8</i>	Artinya dapat diterima
<i>Alpha Cronbach score 0.81 – 0.9</i>	Artinya bagus
<i>Alpha Cronbach score 0.91 – 1</i>	Sangat Bagus

Metode *Cronbach Alpha* menggunakan skala 0 sampai 1 untuk pengukurannya. Skala tersebut dibagi menjadi enam kelompok untuk menentukan keandalan alat ukur. Klasifikasinya akan dijelaskan sebagai berikut (DeVellis, 2012,hlm.209).

Uji reliabilitas instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan software IBM SPSS *versi.24*. Berikut tabel hasil uji reabilitas kedua variabel, sebagai berikut:

Tabel 3. 7
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Hasil
Terpaan Tayangan Youtube Food Vlogger Mgdalenaf	0.862	Bagus
Minat Berkuliner	0.825	Bagus

Sumber : Olahan Peneliti,2020

Hasil uji reabilitas yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki hasil yang masuk ke dalam kategori bagus, dengan hasil *Cronbach alpha* untuk variabel terpaan tayangan Youtube *Food Vlogger Mgdalenaf* sebesar 0.862 dan hasil *Cronbach Alpha* pada variabel minat berkuliner sebesar 0.825. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel teruji reabilitasnya dan dapat dipergunakan sebagai alat ukur penelitian.

3.7 Prosedur Penelitian

Terdapat beberapa tahapan yang dilakukan dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan dan mengidentifikasi masalah yang akan dilakukan dalam penelitian.
2. Menentukan rumusan masalah penelitian
3. Melakukan perumusan hipotesis penelitian
4. Melakukan pengumpulan data dari berbagai sumber salah satunya jurnal-jurnal penelitian terdahulu untuk dijadikan referensi serta acuan pendukung dalam pelaksanaan penelitian.
5. Mengumpulkan data ke dengan terjun kelapangan seperti membagikan kuesioner yang telah disusun yang sebelumnya dilakukan uji validitas dan

reabilitas untuk selanjutnya disebarakan kepada *subscribers food vlogger channel* Youtube Mgdalenaf.

6. Melakukan pengolahan data setelah semua data terkumpul dengan menggunakan bantuan program *SPSS* versi 24.
7. Membuat kesimpulan dan rekomendasi dari hasil pengolahan data dan setelah seluruh proses penelitian selesai.

3.8 Teknik Analisis Data

Saat pengujian hipotesis penelitian yang telah dirumuskan, maka teknik statistik kuantitatif (tepatnya statistik parametrik) digunakan untuk mengolah data pada hasil penelitian. Jika ukuran yang digunakan dalam penelitian adalah skala interval dan rasio, maka akan digunakan skala parametrik. Skala yang digunakan adalah skala interval yaitu skala likert.

3.8.1 Model Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif didasarkan pada standar dan kriteria penelitian yang telah ditentukan sebelumnya yang disusun dan data diperoleh dari responden, menjelaskan bahwa analisis data yang dilakukan meliputi penentuan kriteria klasifikasi dan penghitungan statistic deskriptif dan juga variabel deskripsi. (Kusnendi, 2017, hlm.6).Standar nilai penelitian yang terdapat pada setiap indikator yang telah ditentukan disusun berdasarkan langkah-langkah yang akan dijabarkan dibawah ini :

1. Penentuan nilai kumulatif, yang merupakan jumlah hasil tanggapan dari responden di setiap pernyataan.
2. Menentukan presentase atau nilai kumulatif item atau pernyataan, kemudian membaginya dengan nilai frekuensi, setelah itu dikalikan 100%. Saat menentukan presentase pencapaian responden, terdapat faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan yaitu sebagai berikut :
 - a. Angka kumulatif terbesar atau skor ideal
 - b. Akumulasi minimum
 - c. Nilai presentase maksimum
 - d. Nilai presentase minimum

- e. Nilai rentang
3. Mengklasifikasikan berdasarkan nilai rentang atau interval presentase, maka digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rentang Kategori} = \frac{\text{Presentase Masimum} - \text{Presentase Minimum}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

Berikut penyusunan kriteria secara rinci :

1. Menentukan nilai kumulatif, dimana ini merupakan jumlah skor yang dihasilkan dari pernyataan – pernyataan, hasil dari tanggapan responden.
2. Menghitung nilai kumulatif pernyataan dimana nilai kumulatif dibagi nilai frekuensinya atau skor ideal, lalu dikalikan 100%.
3. Jumlah responden pada penelitian sebanyak 384 responden dengan skala terbesar yaitu 5 dan skala terkecil 1 sehingga diperoleh :
 - a. Jumlah kumulatif terbesar $384 \times 5 = 1.920$
 - b. Jumlah kumulatif terkecil $384 \times 1 = 384$
 - c. Nilai presentase terbesar $(1.920 : 1.920) \times 100\% = 100\%$
 - d. Nilai presentase terkecil $(384 : 1.920) \times 100\% = 20\%$
 - e. Nilai rentang $100\% - 20\% = 80\%$

Berikut rumus yang digunakan untuk mencari nilai range atau rentang kategori :

$$\begin{aligned} \text{Rentang Kategori} &= \frac{\text{Presentase Masimum} - \text{Presentase Minimum}}{\text{Jumlah Kategori}} \\ &= 100\% - 20\% \\ &= 80\% \end{aligned}$$

Sesuai dengan perhitungan yang telah dilakukan menggunakan rumus diatas, maka dapat diketahui bahwa rentang presentase kategori adalah 80 %.

3.9 Uji Asumsi

Uji analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik ini

bertujuan untuk menunjukkan ada tidaknya penyimpangan pada saat pengambilan data.

3.9.1 Uji Normalitas

Suatu penelitian memerlukan pengujian normalitas data yang merupakan syarat dasar yang harus dipenuhi dalam analisis parametrik. Jika asumsi utamanya adalah data yang akan dianalisis harus berdistribusi normal, maka statistic parameter perlu memenuhi banyak asumsi (Sugiyono, 2017, hlm.172). Keteraturan data penting, karena untuk data yang berdistribusi normal atau mendekati normal, dan data dianggap mewakili populasi, Oleh karena itu, dapat dilakuakn pengolahan data normalitas dengan menggunakan program SPSS Vers.24.

Peneliti akan menggunakan metode *kolmogrov smirnov* (Sugiyono, 2015, hlm.15) Standar uji normalitas metode *kolmogrov smirnov* adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka, distribusi tidak normal.
- b. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka, sistribusi normal.

Pada penelitian ini nilai *alpha* (α) yang digunakan adalah 0,05 dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%.

3.9.2 Uji Multikolinieritas

Tujuan dilakukannya pengujian multikolinieritas adalah untuk menguji apakah terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen atau variabel prediktor dengan variabel prediktor lainnya dalam model regresi. Jika tidak terdapat korelasi antara variabel bebas maka model regresi dapat dikatakan baik. Dengan menggunakan program SPSS, uji multikolinieritas ini dapat dilihat atau diamati pada nilai *variance inflation factor* (VIF) dan toleransinya (Ghozali,2012,hlm.105). *Tolerance* ini digunakan untuk menghitung atau mengukur variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai toleransi rendah sama dengan nilai VIF

tinggi ($VIF = 1 / \text{toleransi}$). Untuk menunjukkan multikolinieritas biasanya menggunakan nilai *cutoff* $> 0,01$ atau $VIF \leq 10$.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2011, hlm 139-143) kembali menuturkan bahwasannya uji heteroskedastisitas dapat didefinisikan sebagai pengujian yang memiliki tujuan guna melihat apakah terjadi ketidaksamaan varian dalam model regresi dari residual antara satu observasi terhadap observasi lain. Salah satu metode yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas pada data, dapat dilakukan pengujian dengan metode *scatterplot*. Metode tersebut akan menggambarkan data melalui titik-titik penyebaran yang teratur, biasanya dibuktikan dengan searah garis diagonal. Apabila titik-titik tersebut menyebar di antara garis diagonal, maka data dikatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas dalam data penelitian., pun berlaku sebaliknya.

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Korelasional

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas X dan variabel terikat Y, serta menggunakan data berupa interval dan rasio. Pengujian korelasi juga bias disebut korelasi *person product moment* (Riduwan, 2016, hlm.217) . Rumus yang digunakan yaitu :

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

Keterangan:

r = nilai *pearson correlation*

$\sum X$ = jumlah pengamatan pada variabel X

$\sum Y$ = jumlah pengamatan pada variabel Y

$\sum XY$ = jumlah total dari pengamatan terhadap variabel X dan Y

$\sum X^2$ = jumlah nilai kuadrat dari pengamatan variabel X

$\sum Y^2$ = jumlah nilai kuadrat dari pengamatan variabel Y

Hubungan positif antara kedua variabel dapat dilihat menggunakan rumus *Person's Product Moment* dengan merujuk pada tabel interpretasi (Sugiyono, 2014, hlm.184).

Tabel 3. 8

Pearson's Moment

Interval Korelasi	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 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono,2014,hlm.184

3.10.2 Uji T

Pengujian ini dapat dilakukan dengan uji T. Dimana uji T ini dapat mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen terhadap variabel independen. Pengujian ini juga dilakukan untuk membandingkan nilai T penelitian dengan nilai T tabel. Uji T dapat dilakukan dengan melihat signifikansi yang apabila signifikan $< \alpha$ berarti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji T juga dapat dianalisis dengan nilai T. Jika nilai T dalam penelitian $>$ dari nilai T tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jika nilai T yang diteliti $<$ dari nilai T pada tabel, maka H_0 tidak diterima, dan H_1 ditolak (Riduwan, 2016, hlm 179). Berikut rumus yang digunakan untuk mengetahui tabel :

$$T \text{ tabel} = (a/2 : n - k - 1 \text{ atau df residual})$$

Keterangan :

α = 5% atau 0,5

n = Jumlah Responden

k = Jumlah variabel X

3.10.3 Uji F

Uji *fisher* (Uji F) merupakan metode uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel tayangan youtube food vlogger Mgdalenaf berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel minat berkuliner. Uji F dapat dilakukan dengan memperhatikan nilai signifikansi yang apabila signifikansi lebih kecil dari α dapat diartikan sebagai variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sebaliknya apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Untuk mengetahui nilai dari F_{tabel} maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$F_{tabel} = f (K : n - K)$$

Keterangan :

n = Jumlah responden

k = Jumlah variabel X

3.10.4 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Besarnya variabel independen yang digunakan untuk menjelaskan variabel dependen dapat ditentukan dengan menguji koefisien determinasi. Tabel adjusted R-squared merupakan angka yang dapat menjelaskan banyaknya variabel independen, karena beberapa penyesuaian telah dilakukan. Dalam penelitian ini, Program SPSS Vers.24 digunakan untuk menghitung koefisien determinasi. Ada beberapa ketentuan yang ditetapkan

pada R^2 dan *Adjust R²* yang dikemukakan oleh Kusnendi (2017,hlm.3) yaitu sebagai berikut :

1. Model dapat dikatakan baik apabila R^2 menunjukkan nilai yang semakin dekat ke angka 1. Dapat diartikan bahwa hubungan antar kedua variabel semakin dekat.
2. Namun sebaliknya, apabila R^2 menunjukkan nilai yang semakin jauh ke angka 1, maka hubungan antara kedua variabel dapat diartikan semakin jauh sehingga model dapat diartikan memiliki nilai yang kurang baik.

3.10.5 Uji Regresi Linier Berganda

Uji ini ditujukan untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antar kedua variabel dimana pada penelitian ini untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel X yaitu Tayangan Youtube *food vlogger* Mgdalenaf dengan variabel Y yaitu minat berkuliner. Uji ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan fungsional ataupun hubungan kausal antara dua variabel atau lebih (Riduwan, 2005, hlm.283). Dengan begitu dapat diketahui rumus dari analisis regresi linier yaitu sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$