

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif. Sugiyono memaparkan bahwa metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasar dengan filsafat positivisme guna mengkaji suatu kelompok masyarakat atau sampel khusus, data dikumpulkan dengan analisis kuantitatif atau statistik sebagai instrumen penelitiannya, mempunyai tujuan guna memberikan contoh serta menguji perkiraan sementara (hipotesis) yang telah ditetapkan (2022: 15). Sedangkan, pendekatan yang digunakan yaitu deskriptif dan statistik.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey, yang digunakan pada mikro atau makro, namun data yang dimuat berasal dari sampel yang diperoleh melalui kelompok tersebut, berkitab pada munculnya kejadian-kejadian distribusi, relatif, serta relasi antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2022: 17). Maka, jenis penelitian survei ini sesuai dengan penelitian ini.

#### **3.2 Partisipan**

Partisipan pada penelitian ialah pemakai media sosial Instagram dan TikTok yang mengakses akun Tahura Gunung Kunci dengan Kuantitas 100 partisipan. Pengguna media sosial Instagram dan TikTok tersebut dipilih sebagai partisipan dalam penelitian ini dikarenakan mereka merupakan calon-calon wisatawan, sehingga sesuai dengan objek yang akan diteliti.

#### **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.3.1 Populasi Penelitian**

Menurut Sugiyono (2022: 130) populasi memiliki makna generalisasi daerah yang tersusun dari: subjek/objek yang memiliki kuantitas dan ciri khas tertentu yang diputuskan peneliti guna dikaji dan menghasilkan suatu kesimpulan. Di dalam penelitian ini peneliti mengambil sebagian populasi sasaran dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial Instagram dan TikTok yang mengakses akun Tahura Gunung Kunci.

### 3.3.2 Sampel Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, sampel adalah potongan umur dan karakteristik populasi. Jika populasinya tergolong banyak dan tidak terjadi kemungkinan untuk mengkaji keseluruhan instrumen populasi yang disebabkan oleh keterbatasan dana, personel, atau waktu, peneliti dapat memnafaatkan sampel yang didapat melalui kelompok yang terkait. Sampel dipilih berdasarkan kelompok masyarakat yang memenuhi syarat representatif (mewakili) (Sugiyono, 2022: 131).

Tabel 3. 1  
Kuantitas Kunjungan Wisatawan ke Tahura Gunung Kunci

No.	Tahun	Jumlah Kunjungan
1.	2019	14.009
2.	2020	9.448
3.	2021	5.259
4.	2022	20.461
5.	2023	21.071

Sumber: Bidang Kehutanan Tahura Gunung Kunci Tahun 2018 - 2023

Rumus Slovin digunakan untuk melakukan perhitungan data sampel yang tercantum di atas.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- n = Kuantitas sampel yang diperlukan
- N = Kuantitas populasi
- e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*)

Ketentuan dalam rumus Slovin ada ketentuan ialah (Patarianto, 2015):

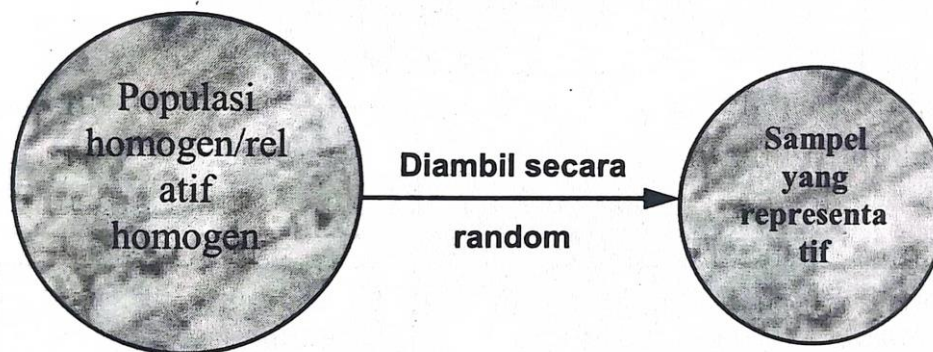
Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi kuantitas besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi kuantitas kecil

$$n = \frac{21.071}{1 + 21.071(0,1)^2}$$

$$= \mathbf{99,995 / 100 \text{ sampel}}$$

Perhitungan berikut menunjukkan bahwa ukuran sampel untuk penelitian ialah sejumlah 100 orang. Sampel acak sederhana diperoleh (*simple random sampling*) melalui metode yang dipakai pada penelitian ini, bersama dengan pengambilan sampel probabilitas. Cara ini termasuk sederhana, hal tersebut disebabkan pemilihan sampel melalui populasi acak dan tidak memperhitungkan stratifikasi populasi (Sugiyono, 2022: 134).



Gambar 3. 1 Teknik *Simple Random Sampling*

Sumber: (Sugiyono, 2022: 134)

### 3.4 Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti ialah melaksanakan pengukuran pada fenomena alam maupun sosial. Instrumen penelitian adalah alat pengukur seorang peneliti untuk penelitian lumrah yang akan dilaksanakan. Instrumen penelitian ialah metode yang digunakan guna menentukan grafik fenomena dalam suatu hal yang dikaji (Sugiyono, 2022: 166). Karena instrumen survei digunakan untuk mengukur dan dimaksudkan untuk mendapatkan data kuantitatif secara tepat, maka tiap instrumen diwajibkan untuk memiliki skala. Skala ukur adalah suatu kesepakatan yang berlaku dan dipakai sebagai landasan guna menemukan titik panjang dan pendek suatu alat ukur. Oleh karena itu, data terukur dihasilkan ketika alat ukur digunakan untuk mengukur (Sugiyono, 2022: 151).

#### 3.4.1 Skala Pengukuran

Untuk menjelaskan gambaran mengenai konten video Instagram ( $X_1$ ) dan TikTok ( $X_2$ ), keputusan berkunjung ( $Y$ ) skala likert diberlakukan untuk penelitian ini. Skala likert dimanfaatkan guna pengukuran persepsi dan opini, serta sikap individu atau kelompok individu mengenai kejadian sosial (Sugiyono, 2018: 168).

Salsabila Jusuf, 2024

**PENGARUH KONTEN VIDEO INSTAGRAM DAN TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN TAHURA GUNUNG KUNCI**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Hasil tanggapan terhadap indikator penelitian dengan skor kategorinya dibagi menjadi lima kategori diantaranya, SS (SS), S (S), R (RR), Tidak S (TS), ST S (STS).

### 3.4.2 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah Apa pun yang Anda putuskan untuk dipelajari, pastikan Anda memahami dan mengambil keputusan berdasarkan informasi melalui penelitian dalam bentuk apa pun (Sugiyono, 2022). Sedangkan menurut Abdullah (2015: 175) variabel ialah ciri khas dari individu atau objek dapat dijadikan sebagai skor, nilai, ukuran yang memiliki perbedaan dari objek lain yang juga sedang diteliti. Penting untuk mendefinisikan variabel secara fungsional. Tugas merupakan serangkaian instruksi lengkap untuk memutuskan apa yang diukur dan bagaimana mengukur variabel. Terdapat empat macam variabel dalam penelitian (Sugiyono, 2022: 57-59), yaitu:

- 1) Variabel didependen, yang menyebabkan perubahan atau keadaan variabel tersebut disebut sebagai variabel independen.
- 2) Terpengaruhnya variabel yang disebabkan oleh keberadaan variabel bebas disebut sebagai variabel dependen.
- 3) Pengaruh (membuat kuat atau lemah) relasi antara variabel independen dan dependen disebut sebagai variabel moderator.
- 4) Faktor yang memengaruhi korelasi antara bebas dan variabel terikat, namun tidak memiliki kemampuan dalam diobservasi atau diukur disebut sebagai variabel intervening.
- 5) Variabel yang terkendali dan terjaga agar relasi antara variabel bebas dan variabel terikat tidak terkena pengaruh oleh faktor luar yang di luar pengamatan disebut sebagai variabel kontrol

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (variabel independen) dalam penelitian ini adalah pengaruh konten video Instagram ( $X_1$ ) dan TikTok ( $X_2$ ). Indikator Instagram terdiri dari kredibilitas yang ditunjukkan melalui profil, konten yang mudah untuk dibagikan kepada orang lain, berguna dan menyenangkan bagi target audiens, menarik, memiliki keterkaitan dengan audiens, menampilkan sesuatu yang berbeda,

serta terdapat sebuah merek yang melekat (Kingsnorth, 2016). Sedangkan, indikator TikTok terdiri dari kredibilitas kreator, daya tarik kreator, kekuasaan/kemampuan, konten, dan komunikasi kreator (Nurhayati & Islam, 2022).

Sedangkan, variabel kedua adalah variabel terikat (variabel dependen) yang dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung wisatawan (Y) dengan indikator terdiri dari *Travel Agent* (Agen Perjalanan), *Destination Area* (Destinasi Tujuan), *Service Source* (Sumber Jasa), serta *Time and Cost* (Waktu Dan Biaya) dan *Traveling Mode* (Tipe Perjalanan)

Sesuai dengan penjelasan di atas, maka operasional variabel dalam penelitian ini bisa disimpulkan melalui Tabel 3.2, yaitu:

Tabel 3. 2  
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Pengaruh Konten Video Instagram (X <sub>1</sub> )	Instagram adalah contoh dari media sosial yang digunakan sebagai sarana berinteraksi dengan sesama pengguna dan menjadi platform untuk membagikan informasi dalam bentuk foto dan video dengan sesama pengguna (Syahputra dkk., 2022)	Indikator konten Instagram (Kingsnorth, 2016): Kredibilitas yang ditunjukkan melalui profil	Sikap atau citra yang ditampilkan pada akun	Ordinal
		Konten yang mudah untuk dibagikan kepada orang lain	Konten yang menarik sehingga banyak dibagikan kepada pengguna lain	Ordinal
		Berguna dan menyenangkan bagi target audiens	Konten yang diunggah berguna dan menyenangkan bagi audiens	Ordinal
		Menarik	Konten yang diunggah menarik pengguna untuk menikmati konten	Ordinal
		Memiliki keterkaitan dengan audiens	Konten yang diunggah relevan atau memiliki keterkaitan dengan audiens	Ordinal
		Menampilkan sesuatu yang berbeda	Konten yang diunggah memiliki ciri khas atau perbedaan dengan akun sejenis lainnya	Ordinal

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
		Terdapat sebuah merek yang melekat	Konten yang diunggah memiliki merek atau tanda dari objek	Ordinal
Pengaruh Konten Video TikTok ( $X_2$ )	TikTok adalah contoh dari media sosial yang menyediakan banyak konten yang menarik, seperti video kreativitas, menari, <i>lipsync</i> , video <i>challenge</i> , dan lain sebagainya (Yani dkk., 2022)	Indikator konten TikTok (Nurhayati & Islam, 2022): Kredibilitas kreator	Sikap atau citra yang ditampilkan pada akun	Ordinal
		Daya tarik kreator	Daya tarik kreator dalam menyampaikan konten	Ordinal
		Kekuasaan/kemampuan	Kekuasaan atau kemampuan akun dalam menarik perhatian pengguna	Ordinal
		Konten	Konten yang sesuai dengan citra akun	Ordinal
		Komunikasi kreator	Komunikasi kreator dalam menyampaikan konten	Ordinal
Keputusan Berkunjung (Y)	Keputusan berkunjung merupakan tahapan sebuah pengambilan keputusan konsumen atau wisatawan, membeli suatu produk, atau destinasi tujuan (diadopsi dari konsep pembelian keputusan oleh Philip Kotler & Kevin Lane Keller) (dalam Hurriyati, 2015)	Menurut Damanik, dkk (dalam Hurriyati, 2015), indikator keputusan berkunjung: <i>Destination Area</i> (Destinasi Tujuan)	Menurut Sugiale, dkk (2021): Hubungan antara tujuan para wisatawan dengan kebutuhan para pengunjung serta ketersediaann informasi terkait tujuan wisata	Ordinal
		<i>Traveling Mode</i> (Tipe Perjalanan)	Mencakup transportasi untuk sampai di tempat tujuan wisata, keberagaman alat-alat transportasi yang tersedia dan kenyamanan dari alat-alat transportasi yang tersedia	Ordinal
		<i>Time and Cost</i> (Waktu dan Biaya)	Perjalanan wisata sesuai dengan waktu yang ditetapkan termasuk jam buka dan tutup dari pariwisata yang dituju	Ordinal
		<i>Travel Agent</i> (Agen Perjalanan)	Ketergantungan wisatawan terhadap <i>travel agent</i> ketika	Ordinal

Salsabila Jusuf, 2024

**PENGARUH KONTEN VIDEO INSTAGRAM DAN TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN TAHURA GUNUNG KUNCI**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
			melakukan perjalanan wisata	
		<i>Service Source</i> (Sumber Jasa)	Keberagaman dari jenis pelayanan seperti pemandu wisata, pusat souvenir, dan lain-lain	Ordinal

Sumber: Diolah Penulis 2024

### 3.4.3 Uji Validitas dan Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono (2022: 192-193), pengukuran yang akurat diperlukan agar data dapat diperoleh dengan menggunakan instrumen yang sah. Instrumen dapat dijadikan sebagai pengukur. Di sisi lain, instrumen yang andal adalah yang dapat menggambarkan kesamaan data jika dipakai berulang kali guna meneliti hal yang sama. Penelitian pengumpulan data pertama menggunakan metode survei yang berfokus pada pengunjung Tahura Gunung Kunci yang mengetahui akun Instagram dan TikTok Tahura Gunung Kunci.

Berikut merupakan hasil uji validitas dan uji reabilitas yang terdiri dari tujuh pernyataan untuk variabel konten video Instagram ( $X_1$ ), lima pernyataan untuk variabel konten video TikTok ( $X_2$ ), dan 12 pernyataan untuk variabel keputusan berkunjung wisatawan ( $Y$ ).

#### 3.4.3.1 Uji Validitas

Program SPSS 29 digunakan dalam uji validitas.

- 1)  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen penelitian dinyatakan valid
- 2)  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrumen penelitian dinyatakan tidak valid

Tabel 3. 3  
Tabel Hasil Uji Validitas Konten Video Instagram ( $X_1$ )

Item Pertanyaan	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	$r_{tabel}$ ( $\alpha = 5\%$ )	Keterangan
Pernyataan 1	,784	0,361	Valid
Pernyataan 2	,691	0,361	Valid
Pernyataan 3	,635	0,361	Valid
Pernyataan 4	,687	0,361	Valid
Pernyataan 5	,639	0,361	Valid
Pernyataan 6	,783	0,361	Valid
Pernyataan 7	,654	0,361	Valid

Sumber: Data hasil SPSS V.29 diolah Penulis, 2024

Salsabila Jusuf, 2024

**PENGARUH KONTEN VIDEO INSTAGRAM DAN TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN TAHURA GUNUNG KUNCI**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Hasil dari perhitungan uji validitas terhadap konten video Instagram menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai  $r_{hitung}$  dari setiap pertanyaan lebih besar dari  $r_{tabel}$  pada taraf signifikansi = 5%, yaitu sebesar 0,361. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dari variabel konten video Instagram yang dimasukkan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 3. 4  
Tabel Hasil Uji Validitas Konten Video TikTok (X<sub>2</sub>)

Item Pertanyaan	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	$r_{tabel}$ ( $\alpha = 5\%$ )	Keterangan
Pernyataan 1	,709	0,361	Valid
Pernyataan 2	,648	0,361	Valid
Pernyataan 3	,752	0,361	Valid
Pernyataan 4	,767	0,361	Valid
Pernyataan 5	,758	0,361	Valid

Sumber: Data hasil SPSS V.29 diolah Penulis, 2024

Hasil statistik pengujian resmi konten video TikTok menunjukkan bahwa semua hal yang disebutkan dianggap valid. Karena nilai  $r_{hitung}$  setiap pertanyaan lebih besar dari  $r_{tabel}$  pada taraf signifikansi = 5%, yaitu sebesar 0,361. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan variabel konten video TikTok dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 3. 5  
Tabel Hasil Uji Validitas Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y)

Item Pertanyaan	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	$r_{tabel}$ ( $\alpha = 5\%$ )	Keterangan
Pernyataan 1	,606	0,361	Valid
Pernyataan 2	,746	0,361	Valid
Pernyataan 3	,575	0,361	Valid
Pernyataan 4	,509	0,361	Valid
Pernyataan 5	,602	0,361	Valid
Pernyataan 6	,634	0,361	Valid
Pernyataan 7	,748	0,361	Valid
Pernyataan 8	,695	0,361	Valid
Pernyataan 9	,808	0,361	Valid
Pernyataan 10	,686	0,361	Valid
Pernyataan 11	,578	0,361	Valid
Pernyataan 12	,580	0,361	Valid

Sumber: Data hasil SPSS V.29 diolah Penulis, 2024

Hasil dari perhitungan uji validitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai  $r_{hitung}$  dari setiap pertanyaan lebih besar dari  $r_{tabel}$  pada taraf signifikansi = 5%,

Salsabila Jusuf, 2024

**PENGARUH KONTEN VIDEO INSTAGRAM DAN TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN TAHURA GUNUNG KUNCI**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



yaitu sebesar 0,361. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dari variabel keputusan berkunjung wisatawan dalam kuesioner adalah valid.

### 3.4.3.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 29. Tujuan dari pengujian dilaksanakan ialah guna untuk mencari tahu seberapa jauh suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan.

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel dinyatakan *reliable* jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ .
- 2) Variabel dinyatakan tidak *reliable* jika nilai *Cronbach's Alpha*  $< 0,60$ .

Tabel 3. 6  
Tabel Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Total Item Pernyataan	Nilai <i>Cronbach's</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Konten Video Instagram	7	,822	0,60	Realibel
Konten Video TikTok	5	,825	0,60	Realibel
Keputusan Berkunjung Wisatawan	12	,871	0,60	Realibel

Sumber: Data hasil SPSS V.29 diolah Penulis, 2024

Hasil dari perhitungan uji reabilitas terhadap variabel Konten Video Instagram, Konten Video TikTok, dan Keputusan Berkunjung Wisatawan diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel (,822), (,825), dan (,871), nilai-nilai tersebut melebihi nilai kritis (0,60). Kesimpulannya, pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dari tiap variabel dinyatakan realibel.

### 3.4.3.3 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dapat menggunakan metode Kulmogorov-Smimov pada SPSS V.29 dan seterusnya. Pengujian ini bertujuan untuk menguji data dari setiap variabel. Tingkat normal data penelitian dapat dianalisis melalui mengamati titik-titik pada Normal P-Plot of Regression Standardized Residual serta variabel yang terikat. Pengujian normalitas terpenuhi apabila data tersebar dekat

pada garis diagonal atau tidak searah garis tersebut. Sebaliknya, apabila data bergerak menjauhi garis diagonal, maka asumsi normalitas tidak terpenuhi.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, pengumpulan data didapatkan melalui kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2022: 219) ialah suatu cara untuk mengumpulkan data yang dilaksanakan melalui responden dengan beragam pertanyaan atau pertanyaan tertulis untuk dijawab. Kuesioner paling baik digunakan bila responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Dalam penelitian ini digunakan teknik kuesioner yang akan disebar kepada 100 responden.

### **3.6 Prosedur Penelitian**

Prosedur penelitian berawal pada penyusunan latar belakang atau merumuskan masalah yang berdasarkan permasalahan yang ada di lapangan dengan mewawancarai pengelola Tahura Gunung Kunci. Setelah itu merumuskan kajian teori, membuat hipotesis, dan menentukan metode penelitian yang sesuai.

Pada langkah selanjutnya peneliti menyebarkan kuesioner (angket) dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Setelah kuesioner disebarkan dan data sudah dikoleksi, tahapan berikutnya ialah melakukan analisis data dan berakhir dengan penarikan kesimpulan dari penelitian yang sudah terlaksana.

### **3.7 Analisis Data**

#### **3.7.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah statistik yang bertujuan untuk mendapatkan sebuah gambaran mengenai data yang telah dikumpulkan dengan tidak memiliki maksud memberikan kesimpulan untuk banyak orang (Sugiyono, 2018: 119). Penelitian ini memanfaatkan analisis deskriptif guna memberikan pemaparan variabel-variabel penelitian, yaitu melakukan analisis deskriptif mengenai pengaruh konten video Instagram ( $X_1$ ) dan TikTok ( $X_2$ ). Indikator Instagram terdiri dari kredibilitas yang ditunjukkan melalui profil, konten yang mudah untuk dibagikan kepada orang lain, berguna dan menyenangkan bagi target audiens, menarik, memiliki keterkaitan dengan audiens, menampilkan sesuatu yang berbeda, serta terdapat sebuah merek yang melekat (Kingsnorth, 2016). Dan, indikator TikTok terdiri dari kredibilitas

kreator, daya tarik kreator, kekuasaan/kemampuan, konten, dan komunikasi kreator (Nurhayati & Islam, 2022).

Selain itu, melakukan analisis data deskriptif mengenai keputusan berkunjung wisatawan (Y) dengan indikator terdiri dari *Travel Agent* (Agen Perjalanan), *Destination Area* (Destinasi Tujuan), *Service Source* (Sumber Jasa), serta *Time and Cost* (Waktu Dan Biaya) dan *Traveling Mode* (Tipe Perjalanan).

### 3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dilaksanakan guna membuat prediksi jika kondisi (naik turunnya) variabel dependen atau regresi linear berganda dilakukan bila kuantitas variabel independennya dengan setidaknya dua data (Sugiyono, 2018: 307). Langkah tersebut di ambil guna mencari tahu apakah terdapat pengaruh variabel independen yaitu pengaruh konten video Instagram ( $X_1$ ) dan TikTok ( $X_2$ ). Sedangkan, variabel terikat pada penelitian ini adalah keputusan berkunjung (Y). Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \quad \text{Sumber: Sugiyono (2018: 188)}$$

Keterangan:

- Y = Variabel Terikat (Keputusan Berkunjung)
- a = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2$  = Koefisien regresi
- $X_1$  = Variabel bebas (Pengaruh Konten Video Instagram)
- $X_2$  = Variabel terikat (Pengaruh Konten Video TikTok)
- E = Standar error/variabel pengganggu

### 3.7.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.7.3.1 Uji Normalitas

Distribusi normal diamati pada suatu populasi data, yang kemudian dievaluasi menggunakan uji normalitas. Uji normalitas pada dasarnya menguji variabel terikat dan bebas dalam suatu model regresi berdistribusi normal. Menurut Sujarweni (dalam Ghozali, 2018) keputusan untuk menentukan apakah data

mengikuti distribusi normal, evaluasi signifikandi data dan tujuan keputusan adalah:

- 1) Jika taraf signifikansinya  $> 0,05$  maka data tersebut dikatakan berdistribusi normal
- 2) Jika taraf signifikansinya  $< 0,05$  maka data tersebut dikatakan berdistribusi tidak normal

### 3.7.3.2 Uji Heterokedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018) bahwa uji heteroskedastisitas memiliki target guna pengujian pada model regresi apabila ditemukan ketidaksamaan variasi dan residual lainnya. Regresi yang valid ialah regresi pada lingkup kondisi homoskedastisitas (Ghozali, 2018) dan tidak dalam kondisi heterokedastisitas (Gani & Amalia, 2015: 126). Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas, yaitu:

- 1) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- 2) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas

### 3.7.3.3 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali, (2018: 71) uji untuk mencapai multikolinearitas, perlu ditentukan apakah satu atau lebih variabel independen berhubungan dengan faktor independen lainnya. Jika nilai korelasi model diatas 0,8. Pada penelitian ini uji multikolinearitas menggunakan angka Variance Inflation Faktor (VIF). Hasil uji melalui VIF pada hasil output SPSS tabel Coefficients, masing-masing variabel independen memiliki nilai toleransi tidak kurang dari 0,1 dan VIF tidak lebih dari 10. Oleh karena itu, model regresi linier berganda tidak sah dalam hipotesis klasik, dapat dinyatakan sebagai berikut digunakan dalam penelitian.

### 3.7.4 Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi adalah yang menilai penentuan besarnya variasi variabel dependen dalam hitungan oleh model regresi. Analisis koefisien determinasi guna memahami seberapa baik model regresi menjelaskan variasi dalam data dan untuk menunjukkan keakuratan prediksi dari data.

Menurut Sugiyono (2018: 229), menggunakan koefisien determinasi, dimungkinkan menentukan jumlah banyak variasi yang terdapat dalam variabel dependen yang dipaparkan oleh variabel independen. Untuk menelusuri hal ini, koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Dimana:

$Kd$  = Seberapa jauh perubahan variabel Y dipengaruhi variabel X

$R^2$  = Kuadrat koefisien korelasi

Koefisien determinasi artinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  terletak antara 0 sampai dengan 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Penentuan koefisien determinasi didasarkan pada bagaimana suatu variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Semakin tinggi nilai  $R^2$  (mendekati 1), maka model tersebut semakin baik. Jika nilainya mendekati 1 maka model regresi baik. Nilai  $R^2$  mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- 1) Selalu positif
- 2) Nilai maksimum  $R^2$  sebesar 1. Nilai  $R^2$  sebesar 1 adalah sempurna. Seluruh variasi variabel Y mempunyai kemungkinan untuk dijelaskan dengan model regresi. Namun jika  $R^2$  sama dengan 0, maka tidak ada hubungan antara X dan Y.

### 3.7.5 Uji Hipotesis

#### 3.7.5.1 Uji F (Simultan)

Menurut Sugiyono (2019: 96), memaparkan uji F memiliki target guna mencari tahu tentang pengaruh variabel independent dengan simultan. Model tersebut dapat dikatakan layak jika mempunyai skor Sig F kecil atau sama dengan alpha 0,05. Uji F adalah uji yang digunakan guna mencari tahu variabel independen secara kompak memiliki pengaruh signifikan pada variabel dependen. Dalam keputusan yang diambil, terdapat kriteria pengujian, yakni:

- 1)  $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  karena terdapat pengaruh yang signifikan

- 2)  $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  karena tidak memiliki pengaruh yang signifikan

### 3.7.5.1 Uji t (Parsial)

Uji t individual menunjukkan sejauh mana suatu variabel independen dipengaruhi oleh suatu variabel dan menjelaskan sebagian dari variabel dependen. Menurut Sugiyono (2019: 184). Uji t juga mempunyai fungsi lain, yakni guna pengujian hipotesis penelitian tertentu dan kriteria pengujiannya:

- 1)  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$
- 2)  $H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$