

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif dan metode analisis regresi linear sederhana. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013).

Penelitian kuantitatif melibatkan pertanyaan dan prosedur yang muncul, data biasanya dikumpulkan dalam pengaturan peserta, analisis data dilakukan secara induktif dan membangun dari tema khusus ke tema umum, serta peneliti membuat interpretasi makna data (Cresswell, 2014). Keuntungan dari penggunaan penggunaan kuantitatif adalah temuan dari sampel pada sebuah penelitian akan lebih akurat mencerminkan keseluruhan populasi dari mana sampel itu berasal (Scott W & Deirdre D, 2009).

Penelitian dengan menggunakan metode survey dalam (Wardhana, 2022) merupakan penelitian yang dilakukan dengan pemilihan peserta, mengumpulkan data, dan memanfaatkan metode instrumentasi guna mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan preferensi dari sampel individu tentang karakteristik, tindakan, atau pendapat sekelompok besar orang melalui tanggapan mereka terhadap pertanyaan.

Metode survey dalam penelitian ini yaitu dengan penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013, 2017). Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu secara alamiah artinya pasti dan bukan buatan.

Analisis deskriptif merupakan analisis yang menggambarkan dan merangkum data secara numerik dengan tujuan memberikan Gambaran yang jelas mengenai data. Sedangkan Analisis regresi linear sederhana merupakan

metode statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dengan tujuan untuk memahami seberapa baik variabel prediktor dapat memprediksi atau menjelaskan variabilitas dalam variabel respon.

Berdasarkan penjelasan di atas desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis dekriptif untuk memahami distribusi data dan memberikan konteks sebelum memasuki analisis regresi sederhana untuk mencari hubungan antar variabel yang disesuaikan berdasarkan kebenaran teori mengenai pengaruh variabel bebas media sosial TikTok dan variabel terkait keputusan pembelian produk buku *Self-Improvement*.

3.2 Lokasi dan Partisipan Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Pendidikan Indonesia karena peneliti sedang menempuh pendidikan sarjana program studi Pendidikan IPS dan merupakan mahasiswa penerima KIP-K, serta pengguna aktif sosial media TikTok. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti mahasiswa KIP-K FPIPS UPI. Universitas Pendidikan Indonesia berlokasi di Jl. Dr. Setiabudhi No. 229 Bandung 40154, Jawa Barat, Indonesia.

Tempat penelitian yang dilakukan dipertimbangkan berdasarkan, sebagai berikut:

1. Peneliti sedang menempuh pendidikan sarjana Pendidikan IPS di Universitas Pendidikan Indonesia dan merupakan penerima KIP-K FPIPS UPI.
2. Peneliti mempertimbangkan waktu, biaya, dan tenaga serta memungkinkan bagi peneliti untuk melakukan penelitian di lokasi penelitian yang sudah dipilih.

3.2.2 Partisipan Penelitian

Partisipan merupakan suatu objek yang diteliti baik berupa manusia, barang ataupun tempat yang berperan dalam suatu penelitian. Partisipan adalah orang yang berperan dalam penelitian dan memiliki kemampuan untuk memberikan informasi terkait dengan topik penelitian (Moleong, 2014).

Jadi partisipan merupakan subjek penelitian yang ditetapkan oleh peneliti yang dapat memberikan informasi mengenai topik penelitian. Dalam pelaksanaan penelitian ini di FPIPS UPI dengan partisipan yang terlibat dalam penelitian yaitu mahasiswa penerima KIP-K Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi merupakan sekelompok individu yang memiliki ciri khas yang sama (Creswell, 2016). Berdasarkan pengertian di atas, maka populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa KIP-K FPIPS UPI yang berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi, Ilmu Pendidikan Agama Islam, Manajemen Industri Katering, Manajemen Pemasaran Pariwisata, Manajemen Resort and Leisure, Pendidikan Geografi, Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Pendidikan Kewarganegaraan, Pendidikan Pariwisata, Pendidikan Sejarah, Pendidikan Sosiologi, Sains Informasi Geografis, dan Survey Pemetaan dan Informasi Geografi.

Populasi yang diteliti pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif KIP-K FPIPS UPI dengan jumlah sebesar 660 orang.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan suatu bagian dari keseluruhan, serta karakteristik yang dimiliki sebuah populasi. Untuk menentukan sampel penelitian harus dapat mewakili dari keseluruhan sampel penelitian (Sugiyono, 2019). Sampel menurut (Creswell, 2016) adalah sub kelompok yang terdiri dari populasi target yang telah direncanakan oleh peneliti untuk menggeneralisasikan tentang populasi target. Berdasarkan pengertian di atas, maka teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik pengambilan *purposive sample*. Teknik ini merupakan teknik yang bertujuan untuk memastikan bahwa sampel yang diambil adalah representatif dari

populasi secara keseluruhan yang sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu, sehingga hasil analisis dari sampel dapat diterapkan ke populasi yang lebih besar dengan tingkat kepercayaan yang tinggi. Untuk mengukur berapa minimal sampel yang dibutuhkan peneliti menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10%, seperti berikut:

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

Keterangan:

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

e: kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, dalam penelitian ini sebanyak 10%.

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N \cdot e^2} \\ &= \frac{660}{1 + 660 \cdot (0,1)^2} \\ &= \frac{660}{7,6} = 86 \text{ orang} \end{aligned}$$

Dari perhitungan sampel dengan rumus *Slovin* di atas didapat sebanyak 86 orang, kemudian akan digunakan menjadi sampel untuk dapat mewakili populasi sejumlah 100 orang. Berikut sampel yang terdaftar dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1:

Tabel 3.1
Sampel Responden Penelitian

No.	Program Studi	Jumlah Responden
1.	Ilmu Komunikasi	7
2.	Ilmu Pendidikan Agama Islam	9
3.	Manajemen Industri Katering	3
4.	Manajemen Pemasaran Pariwisata	4
5.	Manajemen Resort & Lesuire	9
6.	Pendidikan Geografi	6
7.	Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial	26
8.	Pendidikan Kewarganegaraan	3
9.	Pendidikan Pariwisata	9
10.	Pendidikan Sejarah	4
11.	Pendidikan Sosiologi	11
12.	Sains Informasi Geografi	6

13.	Survey Pemetaan Informasi Geografis	3
Total		100

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

3.4 Definisi Operasioal Variabel

Definisi operasional variabel adalah mengacu pada metode konkret atau operasional di mana suatu konsep atau variabel dikur, diamati, atau diterapkan dalam penelitian. Dalam konteks penelitian ilmiah, mengoperasionalkan variabel dengan jelas menjadi langkah penting untuk memastikan pengukuran atau observasi yang objektif dan dapat direplikasi oleh peneliti lain. Melalui pengembangan defnisi operasional variabel, peneliti dapat menghindari ketidakjelasan dan memastikan konsistensi dalam proses pengukuran.

Definisi operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Media sosial TikTok merupakan salah satu *platform* berbasis aplikasi yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk membuat, mengunggah, dan menonton video singkat atau siaran langsung. TikTok dapat digunakan sebagai alat promosi produk penjualan, terutama jika digunakan dengan kreatif dan diarahkan kepada audiens yang sesuai. Dengan demikian, TikTok merupakan tempat yang sangat interaktif dan kreatif yang memungkinkan penggunanya dapat berbagi konten dengan jangkauan audiens yang luas, dan membuatnya menjadikan media yang kuat sebagai media pemasaran dan promosi.
- b. Keputusan pembelian adalah proses yang akan dilalui oleh konsumen ketika mereka memilih untuk membeli produk atau jasa tertentu. Hal ini melibatkan serangkaian langkah yang dimulai dari pengidentifikasian kebutuhan atau keinginan, evaluasi berbagai pilihan, dan akhirnya membuat pilihan untuk melakukan pembelian.

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang akan diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan angket yaitu kuisisioner, yang berupa pertanyaan tertulis yang diberikan langsung kepada responden. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat

pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2017). Model angket yang diambil menggunakan rumus modifikasi Skala Likert yang disajikan dengan 5 alternatif jawaban diantaranya yaitu Sangat Setuju (SS) = 5, Setuju (S) = 4, Kurang Setuju (3), Tidak Setuju (TS) = 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 1. Penggunaan skala likert bertujuan untuk mengukur sikap, anggapan, tanggapan individu atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019).

3.5.1 Kisi-Kisi Kuesioner

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Kuisisioner

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Pernyataan
Penggunaan Media Sosial TikTok (Teori <i>Uses and Gratification</i>) (Humaizi, 2018)	Perhatian	1. Konsentrasi saat mengakses	1,2,3
		2. Perhatian terhadap minat	4,5,6
	Penghayatan	1. Terpengaruh oleh informasi yang di dapat	7,8,9
		2. Mempraktikan informasi yang di dapat	10,11,12
	Orientasi Media	1. Pendidikan	13,14
		2. Hiburan	15,16
		3. Informasi	17,18
		4. Sosialisasi	19,20
		5. Jual beli	21,22,23
	Waktu Pengaksesan	Durasi Pengaksesan	24
		Frekuensi Pengaksesan	25

Keputusan Pembelian- J.Paul Peter dan Jerry C. Olson (Al Idrus, 2019),	Tahapan Pengambilan Keputusan	1. Pengetahuan kebutuhan	26,27,28,29,30,31
		2. Pencarian informasi	32,33,34,35
		3. Membuat keputusan pembelian	36,37,38,39,40,41,42, 43,44,45
		4. Evaluasi pasca pembelian	46,47,48,49,50

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

a. Kuisisioner/ Angket

Angket atau kuisisioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis tentang penelitian yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden sesuai dengan preferensi pribadinya dan hal-hal yang diketahui (Creswell, 2016). Peneliti menggunakan angket atau kuisisioner untuk mendapatkan jawaban dari responden yang merupakan mahasiswa KIKP FPIPS mengenai persepsi mereka tentang pengaruh media sosial TikTok dalam keputusan pembelian produk buku *Self-Improvement*.

b. Skala Pengukuran

Skala pengukuran digunakan untuk mengukur tingkat pengaruh dan intensitas penggunaan media sosial TikTok serta keputusan pembelian. Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert adalah metode penilaian yang sering digunakan dalam survey dan kuisisioner untuk mengukur sikap, opini, atau persepsi responden terhadap suatu pernyataan atau pertanyaan. Dalam hal ini skala likert digunakan untuk mengukur sikap mahasiswa terhadap penggunaan media sosial TikTok dan bagaimana *platform* tersebut mempengaruhi keputusan pembelian.

3.5.3 Kriteria Pemberian Skor

Penelitian ini menggunakan angket tertutup. Angket tertutup merupakan angket yang terdapat beberapa pertanyaan dengan pilihan jawaban sudah ditentukan oleh peneliti kepada responden. Model angket yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model skala likert dengan 5 penilaian yaitu

Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 3.3
Kriteria Pemberian Skor

Pilihan Jawaban	Skor Item Positif (Favorable)	Skor Item Negatif (Unfavorable)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

3.5.4 Proses Pengembangan Instrumen

1) Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan valid atau tidak. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2013). Dalam menguji validitas angket, maka peneliti menggunakan rumus korelasi *product moment* dari Karl Pearson 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 *product moment*

N = Jumlah subjek

$\sum X$ = Jumlah skor butir (x)

$\sum Y$ = Jumlah skor butir (y)

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor butir (x)

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor butir (y)

$\sum XY$ = Jumlah perkalian butir (x) dan butir (y)

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian kuisioner yang digunakan dalam penelitian dalam mengukur dan memperoleh data penelitian dari para responden. Dasar pengambilan uji validitas terdapat dua cara yaitu sebagai berikut:

- a) Melihat nilai signifikansi (Sig.)
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka *item* dinyatakan valid.
 - Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka *item* dinyatakan tidak valid.
- b) Melihat perbandingan r hitung dengan r tabel
- Jika nilai r hitung $> r$ tabel, maka *item* dinyatakan valid.
 - Jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka *item* dinyatakan tidak valid.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan cara yang pertama yaitu dengan melihat nilai signifikansi menggunakan *product moment* dengan $N = 100$, nilai signifikansi 5%. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan untuk 2 variabel yaitu penggunaan media sosial TikTok (X) dan keputusan pembelian (Y).

a. Uji Validitas Variabel Penggunaan Media Sosial TikTok (X)

Pada variabel penggunaan media sosial TikTok terdiri dari 25 *item* pernyataan. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Penggunaan Media Sosial TikTok

NoButir Item	Sig-(2 tailed)	Pengujian	Keterangan
X1	0,000	Sig<0,05	VALID
X2	0,327	Sig<0,05	TIDAK VALID
X3	0,947	Sig<0,05	TIDAK VALID
X4	0,000	Sig<0,05	VALID
X5	0,039	Sig<0,05	VALID
X6	0,000	Sig<0,05	VALID
X7	0,000	Sig<0,05	VALID
X8	0,000	Sig<0,05	VALID
X9	0,000	Sig<0,05	VALID
X10	0,000	Sig<0,05	VALID
X11	0,000	Sig<0,05	VALID
X12	0,000	Sig<0,05	VALID
X13	0,000	Sig<0,05	VALID
X14	0,000	Sig<0,05	VALID
X15	0,000	Sig<0,05	VALID
X16	0,000	Sig<0,05	VALID
X17	0,000	Sig<0,05	VALID
X18	0,000	Sig<0,05	VALID
X19	0,000	Sig<0,05	VALID
X20	0,000	Sig<0,05	VALID
X21	0,000	Sig<0,05	VALID
X22	0,006	Sig<0,05	VALID

X23	0,000	Sig<0,05	VALID
X24	0,000	Sig<0,05	VALID
X25	0,000	Sig<0,05	VALID

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Dapat dilihat dari hasil tabel di atas bahwa dari 25 *item*, hanya 23 *item* pernyataan dinyatakan valid karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dan 2 *item* pernyataan dinyatakan tidak valid karena nilai signifikansi lebih dari 0,05.

b. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pada variabel keputusan pembelian terdiri dari 25 *item* pernyataan. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.5
Hasil Uji Variabel Keputusan Pembelian

No Butir Item	Sig-(2 tailed)	Pengujian	Keterangan
Y1	0.000	Sig<0,05	VALID
Y2	0.000	Sig<0,05	VALID
Y3	0.000	Sig<0,05	VALID
Y4	0.000	Sig<0,05	VALID
Y5	0.000	Sig<0,05	VALID
Y6	0.000	Sig<0,05	VALID
Y7	0.000	Sig<0,05	VALID
Y8	0.000	Sig<0,05	VALID
Y9	0.000	Sig<0,05	VALID
Y10	0.000	Sig<0,05	VALID
Y11	0.000	Sig<0,05	VALID
Y12	0.053	Sig<0,05	TIDAK VALID
Y13	0.000	Sig<0,05	VALID
Y14	0.000	Sig<0,05	VALID
Y15	0.000	Sig<0,05	VALID
Y16	0.000	Sig<0,05	VALID
Y17	0.000	Sig<0,05	VALID
Y18	0.504	Sig<0,05	TIDAK VALID
Y19	0.000	Sig<0,05	VALID
Y20	0.000	Sig<0,05	VALID
Y21	0.000	Sig<0,05	VALID
Y22	0.000	Sig<0,05	VALID
Y23	0.000	Sig<0,05	VALID
Y24	0.000	Sig<0,05	VALID

Y25	0.000	Sig<0,05	VALID
------------	-------	----------	-------

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Dapat dilihat dari hasil tabel di atas bahwa dari 25 *item*, hanya 23 *item* pernyataan dinyatakan valid karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dan 2 *item* pernyataan yaitu pada Y12 dengan nilai signifikansi 0,053 dan Y18 dengan nilai signifikansi 0,504 dinyatakan tidak valid karena nilai signifikansi lebih dari 0,05.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrument mengacu pada satu pengertian yaitu suatu instrument cukup dapat dipercaya dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah di uji dan termasuk dalam kategori baik. Uji hasil penelitian yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2013). Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan rumus Cronbach's Alpha, yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas yang dicari

n = jumlah item yang pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$ = jumlah varians skor tiap butir

σ_t^2 = varians total

Pedoman menentukan tingkat keandalan instrumen dari *Cronbach's Alpha* dapat dilihat pada tabel 3.6 yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.6
Tingkat Keandalan Cronbach's Alpha

Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	Derajat Keandalan
< 0.5	Tidak dapat digunakan
0.5 – 0.6	Jelek (<i>Poor</i>)
0.6 – 0.7	Cukup/Dapat diterima (<i>Fair</i>)
0.7 – 0.9	Bagus (<i>Good</i>)
>0.9	Luar biasa bagus (<i>Excellent</i>)

Berikut hasil uji reliabilitas instrumen penelitian menggunakan SPSS versi 26:

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas

Varibel	Cronbach's Alpha	Hasil Uji Cronbach's Alpha	Derajat Keandalan/ Keterangan
Penggunaan Media Sosial TikTok (X)	0,686	0,6 – 0,7	CUKUP/ DAPAT DITERIMA (FAIR)
Keputusan Pembelian (Y)	0,738	0,7 – 0,9	BAGUS (GOOD)

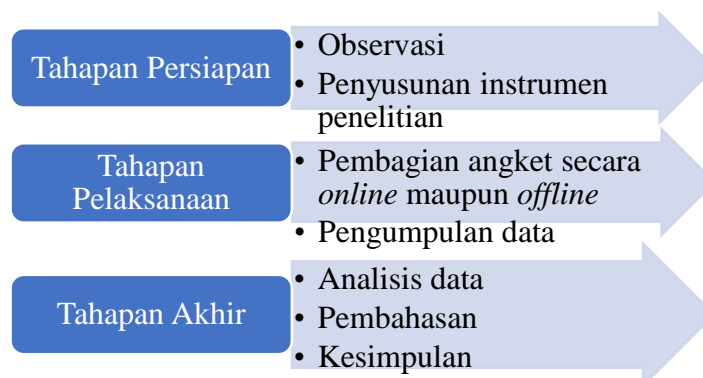
Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Suatu variabel dikatakan reliabel jika hasil uji reliabilitas berada pada kategori cukup/ dapat diterima (*fair*), bagus (*good*), luar biasa (*excellent*). Pada hasil analisis di atas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel Penggunaan Media Sosial TikTok (X) adalah 0,686 sehingga dapat dikategorikan cukup/ dapat diterima (*fair*) dan reliabel. Variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah 0,738 sehingga dapat dikategorikan bagus (*good*) dan reliabel. Dapat disimpulkan seluruh instrumen dari kedua variabel adalah reliabel.

3.6 Prosedur Penelitian

Pada penelitian ini melalui beberapa tahapan dalam pelaksanaan penelitian, yaitu tahapan persiapan, tahapan pelaksanaan, dan tahapan akhir. Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.8
Prosedur Penelitian



Berdasarkan tahapan penelitian di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan
 - a. Melakukan observasi pratinjau terkait penggunaan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa KIP-K FPIPS UPI, menganalisis data awal, dan mencari sampel penelitian.
 - b. Menyusun instrument penelitian, melakukan uji coba dan revisi instrumen.
2. Tahap Pelaksanaan
 - a. Pembagian angket pada sampel yang telah ditetapkan baik secara *online* maupun *offline*.
 - b. Pengumpulan data.
3. Tahap Akhir
 - a. Menganalisis data atau mengolah data hasil penelitian.
 - b. Menganalisis dan membahas hasil temuan penelitian. Analisis tersebut dilakukan secara statistik untuk menarik kesimpulan akhir setelah melakukan penelitian.
 - c. Menarik kesimpulan terhadap data penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Uji analisis data deskriptif merupakan uji statistik yang digunakan untuk menganalisis penelitian kuantitatif dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan suatu data melalui proses pengumpulan data sebagaimana adanya tanpa bertujuan untuk membuat suatu kesimpulan yang berlaku untuk umum. Analisis data deskriptif berfokus pada penyajian data dan deskriptif data yang telah dikumpulkan, seperti mencari ukuran tendensi sentral (mean, median, dan modus), ukuran penyebaran (kisaran/range, deviasi standar, dan kuartil), tabel distribusi frekuensi, dan tabel pengukuran kriteria variabel (Sugiyono, 2019).

- a. Ukuran tendensi sentral (Mean, Median, Modus)

Mean adalah nilai rata-rata yang diperoleh dengan menjumlahkan semua nilai dalam data dan membaginya dengan jumlah frekuensi. Median adalah

teknik untuk menjelaskan kelompok data setelah diurutkan dari yang terkecil hingga terbesar. Modus adalah nilai yang paling sering muncul.

b. Ukuran penyebaran (Kisaran, Deviasi Standar, Kuartil)

Kisaran atau *range* adalah selisih antara nilai tertinggi dan nilai terendah. Standar deviasi adalah ukuran yang menunjukkan seberapa jauh nilai dalam satu set data menyimpang dari rata-ratanya. Kuartil adalah membagi data yang diurutkan menjadi empat bagian yang sama besar.

c. Tabel Distribusi Frekuensi

Tahap yang harus dilakukan agar tabel frekuensi data dapat ditemukan adalah sebagai berikut:

- Menentukan jumlah kelas interval $k = 1 + 3,3 \log n$
- Menghitung rentang data: nilai maksimum – nilai minimum
- Menghitung panjang kelas: rentang data/ jumlah kelas

Hasil statistik deskriptif variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.9
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Media Sosial TikTok	100	73	114	92,34	8,645
Keputusan Pembelian	100	49	118	93,26	12,307
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Berdasarkan Hasil Uji Deskriptif, dapat digambarkan distribusi data yang didapat oleh peneliti dengan responden berjumlah 100 orang yakni sebagai berikut:

1) Variabel Media Sosial TikTok (X)

- Nilai minimum variabel X adalah 73, yang menunjukkan bahwa nilai terendah terendah yang diamati dalam sampel adalah 73.
- Nilai maksimum variabel X adalah 114, menunjukkan bahwa nilai tertinggi dalam sampel adalah 114.

- Rata-rata variabel X adalah 92,34 yang merupakan nilai rata-rata dari seluruh data.
- Standar deviasi variabel X adalah 8,645 yang menunjukkan seberapa jauh data tersebar dari rata-ratanya. Standar deviasi yang rendah menunjukkan bahwa data cenderung berada cukup dekat dengan nilai rata-rata.

2) Variabel Keputusan Pembelian (Y)

- Nilai minimum variabel Y adalah 49, menunjukkan nilai terendah yang diamati dalam sampel.
- Nilai maksimum variabel Y adalah 118, yang merupakan nilai tertinggi dalam sampel.
- Rata-rata variabel Y adalah 93,26 yang merupakan nilai rata-rata dari seluruh data.
- Standar deviasi variabel Y adalah 12,307 yang menunjukkan seberapa jauh data tersebar dari rata-ratanya. Standar deviasi yang rendah menunjukkan bahwa data cenderung berada cukup dekat dengan nilai rata-rata.

d. Tabel Kriteria Pengukuran Masing-masing Variabel

Untuk mengetahui tingkat atau kriteria pencapaian responden digunakan rumus dapat dilihat pada sebagai berikut:

$$TCR = \frac{\text{Total Pernyataan Responden} \times 100}{\text{Skor Ideal} \times \text{Jumlah pernyataan indikator}}$$

Diketahui: TCR = Tingkat Capaian Responden

Tabel 3.10
Klasifikasi TCR

Hasil Pengujian	Kriteria/ Keterangan
> 90	Sangat Tinggi
80 - 89	Tinggi
< 79	Sedang

Sumber: (Kasali *et al.*, 2010)

Kecenderungan penelitian dari responden terhadap variabel penelitian didasarkan pengelompokan sangat tinggi, tinggi, sedang, dan rendah agar

dapat diketahui gambaran secara keseluruhan dari masing-masing variabel yang diteliti.

3.7.2 Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk memodelkan hubungan antara satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel terikat (*dependent*). Dalam analisis regresi linear sederhana, kedua variabel harus bersifat valid, reliabel, normal, dan linear. Tujuan dari analisis regresi linear sederhana yaitu untuk memahami dan memprediksi hubungan antara dua variabel serta memperkirakan seberapa besar perubahan pada variabel terikat *dependent* jika variabel bebas (*independent*) diubah. Bentuk persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

\hat{Y} = Variabel terikat (*dependent*) sebagai variabel yang diduga/diprediksi.

X = Variabel bebas (*independent*), nilai variabel yang diketahui.

a = Koefisien sebagai intersep (*intercept*), jika nilai $X = 0$ maka nilai $Y = a$.

Nilai a diartikan sebagai sumbangan faktor-faktor lain terhadap Y .

b = Koefisien regresi sebagai slop (kemiringan garis slop). Nilai b merupakan besarnya perubahan pada variabel Y apabila variabel X berubah.

Dan nilai signifikansi yang dipakai dalam uji regresi linear sederhana ini yaitu 10% atau 0,10. Dasar pengambilan keputusan analisis regresi linear sederhana dengan membandingkan nilai signifikansi dan nilai probabilitas 10% atau 0,10 yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,10$ artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y .
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,10$ artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y .

3.8 Uji Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian dan terbukti melalui data yang terkumpul. Hipotesis dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan didasarkan pada teori

yang relevan dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data (Arikunto, 2013).

Setelah melakukan uji statistik deskriptif dan uji asumsi klasik dalam model regresi. Langkah selanjutnya melakukan uji hipotesis dengan melakukan perhitungan regresi Y terhadap X, uji signifikansi persamaan regresi, uji signifikansi korelasi, uji linearitas regresi, uji t, dan uji koefisien determinasi (R^2).

1. Perhitungan regresi Y terhadap X: bertujuan untuk menentukan persamaan regresi yang menggambarkan hubungan antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X).
2. Uji signifikansi persamaan regresi: bertujuan untuk menentukan apakah hubungan yang ditunjukkan oleh persamaan regresi adalah signifikan secara statistik. Dalam uji ini menggunakan uji F (ANOVA) yang menguji hipotesis bahwa koefisien regresi (b) adalah nol.
3. Uji linearitas regresi: bertujuan untuk memastikan bahwa hubungan antara variabel dependen dan independent bersifat linear. Hal ini penting karena regresi linier sederhana mengasumsikan bahwa perubahan linear dalam variabel dependen Y.
4. Uji t (parsial): bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh yang signifikan antara satu variabel bebas (*independent*) secara parsial dalam menerangkan variasi variabel terikat (*dependent*).
5. Uji koefisien determinasi (R^2): bertujuan untuk untuk mengetahui besarnya presentase hubungan dan pengukuran seberapa baik model regresi antara variabel independen (X) dan dependen (Y).