

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional, yaitu metode yang digunakan jika peneliti ingin mengetahui mengapa suatu kondisi tertentu memengaruhi terjadinya sesuatu (Wekke, 2019, hlm. 58). Artinya peneliti tidak sekadar menggambarkan terjadinya fenomena, akan tetapi telah mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan apa pengaruhnya. Penelitian korelasional adalah interdependensi antara dua atau lebih situasi aspek penelitian (Darwin, dkk., 2021, hlm. 9). Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada hubungan antara dua atau lebih aspek dari situasi dan fenomena yang ada.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena pendekatan ini berpandangan bahwa semua objek yang diteliti harus dapat diamati (*observable*), terukur (*measurable*), dapat diklasifikasikan ke dalam variabel-variabel, bersifat kausal dan bebas nilai (Sugiyono & Lestari, 2021, hlm. 70). Sementara itu, Lolang dkk. (2023, hlm. 7948) mendefinisikan bahwa kuantitatif dapat diartikan sebagai suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Hal ini berarti metode penelitian kuantitatif lebih memfokuskan untuk meneliti segala sesuatu yang dapat diamati oleh pancaindera, dan tidak akan tepat untuk meneliti yang bersifat perasaan dan memahami makna suatu peristiwa.

Penelitian ini menggunakan metode korelasional disebabkan peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel X (konten media sosial TikTok) dengan variabel Y (keputusan pembelian). Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini disebabkan peneliti ingin meramalkan seberapa jauh pengaruh yang terdapat antara variabel intensitas konten (X1), isi pesan (X2), dan daya tarik (X3) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel

independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik turunkan nilainya) (Sugiyono & Lestari, 2021, hlm. 348). Metode korelasional dan analisis linier berganda dianggap sesuai dipakai untuk mengetahui keterkaitan antar dua variabel tersebut.

3.2 Tempat, Waktu, dan Partisipan Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada responden secara *online* melalui *google form* sehingga bisa dilakukan dari berbagai lokasi dan dapat menjangkau partisipan dengan waktu yang lebih singkat.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam periode sekitar 4 (empat) bulan, dimulai sejak dikeluarkannya izin penelitian. Dalam periode tersebut, terdapat waktu selama 3 bulan untuk pengumpulan data dan 1 bulan untuk pengolahan data, termasuk penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung.

3.2.3 Partisipan Penelitian

Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini dipilih menggunakan *purposive sampling*, yang berarti bahwa mereka dipilih berdasarkan tujuan atau kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian tersebut. Menurut Yusuf (2017, hlm. 149) penentuan sumber informasi secara *purposive* dilandasi tujuan atau pertimbangan tertentu terlebih dahulu. Oleh karena itu, pengambilan sumber informasi (informan) didasarkan pada maksud yang telah ditetapkan sebelumnya. Purposive dapat diartikan sebagai maksud, tujuan, atau kegunaan. Metode purposif berarti peneliti mencari informan yang dapat memberikan informasi sebanyak-banyaknya pada hal yang berkaitan dengan permasalahan penelitian dan tujuan penelitian. Adapun kriteria partisipan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Pengguna TikTok
- b. Pengikut akun *@beyiandeca*
- c. Pernah menonton konten Wizzmie

d. Pernah membeli produk Wizzmie

Alasan pemilihan partisipan penelitian ini adalah karena peneliti menginginkan data akhir sesuai dengan kebutuhan dan tujuan penelitian.

3.3 Objek dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah faktor faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian Wizzmie. Faktor-faktor tersebut yaitu intensitas konten, isi pesan, dan daya tarik. Adapun subjek yang akan diteliti yaitu pengikut akun TikTok *@beyiandeca* pada konten tentang Wizzmie dan pernah membeli produk Wizzmie.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Keberhasilan sebuah penelitian kuantitatif bergantung pada ukuran populasi dan sampel yang digunakan. Populasi dan sampel menjadi bagian esensial dalam penelitian sebab akan berdampak pada hasil penelitian yang diperoleh (Darwin, dkk., 2021, hlm. 115).

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono & Lestari, 2021, hlm. 175). Populasi merupakan sumber data di dalam sebuah penelitian yang mempunyai jumlah yang banyak dan luas (Darmawan, 2020, hlm. 137). Karena itu, populasi terdiri dari orang dan benda-benda alam lainnya juga. Populasi tidak selalu jumlah individu yang terlibat dalam topik atau objek yang dipelajari, tetapi juga mencakup semua karakteristik atau sifat yang dimiliki topik atau objek tersebut. Dengan demikian, Populasi penelitian ini yaitu pengikut akun *@beyiandeca* yang pernah melihat konten Wizzmie dan pernah membeli produk Wizzmie.

3.4.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono & Lestari, 2019, hlm. 176). Dalam kasus di mana populasi besar dan peneliti tidak mungkin mengeksplorasi semua aspeknya,

Peneliti dapat menggunakan sampel populasi yang dikumpulkan. Untuk mencapai hal ini, sampel dari populasi harus benar-benar representatif.

Ada banyak metode sampling yang dapat digunakan untuk memilih sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan *Non-probability sampling* dengan teknik sampel *purposive sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono & Lestari, 2019, hlm. 181). *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan pertimbangan, ukuran dan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sebelum dilaksanakannya proses penelitian (Darwin, dkk., 2021, hlm. 115). Total sampel yang dapat diambil dari populasi ini sebanyak 385 responden yang juga dihitung dengan menggunakan rumus *Cochran* sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga dalam kurva normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*)

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{9604}{25}$$

$$n = 384,16 \approx 385$$

Jumlah sampel penelitian ini adalah 385 responden pengikut akun @beyiandeca yang pernah melihat konten Wizzmie dan pernah membeli produk Wizzmie.

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat ukur, yaitu alat yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang telah ditetapkan untuk diteliti (Sugiyono & Lestari, 2021, hlm. 197). Instrumen penelitian ini dibuat dengan menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner adalah kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis sehingga setiap peserta menerima pertanyaan yang sama. Di sisi lain, formulir Google digunakan untuk menyebarkan kuesioner, yang kemudian dibagikan di media sosial.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

(Handayani, 2020) mengatakan bahwa ada dua prosedur yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian. Prosedur tersebut yaitu pengumpulan data primer (pengambilan data secara langsung dari sumbernya) dan pengumpulan data sekunder (pengambilan data dari sumber yang bukan sumber aslinya).

Untuk menguji hipotesis yang dibuat, teknik pengumpulan data sangat penting. Dalam penelitian ini, kami menggunakan kombinasi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui survei langsung kepada responden menggunakan kuesioner, sementara data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber yang telah tersedia sebelumnya.

1. Kuesioner atau Angket

Sebuah kuesioner penelitian terdiri dari sejumlah pertanyaan yang disusun secara sistematis dan terstruktur dan akan didistribusikan kepada responden. Proses pendistribusian kuesioner penelitian menggunakan *google form*.

2. Studi Kepustakaan

Metode untuk mengumpulkan informasi adalah dengan menganalisis, memeriksa, dan menemukan literatur dari berbagai sumber yang relevan, seperti buku, jurnal, artikel, situs web, dan jenis literatur lainnya.

3. Skala Pengukuran

Skala *likert* akan digunakan untuk mengukur instrumen pada penelitian ini. Menurut Sugiyono & Lestari (2021, hlm. 198), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel

yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan menjadi indikator-indikator yang dapat diukur (Priadana dan Sunarsi, 2021, hlm. 179). Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata.

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	ST	SS
1					✓
2				✓	

Sumber: (Priadana dan Sunarsi, 2021, hlm. 180)

3.7 Teknik Pengolahan Data

Data dalam penelitian ini diolah menggunakan berbagai teknik pengujian. Pengujian data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Dalam menganalisis hal tersebut, peneliti memakai aplikasi SPSS versi 25. SPSS membantu meningkatkan keakuratan informasi yang dihasilkan, karena perangkat lunak ini mampu dengan cepat mendeteksi data yang hilang atau tidak lengkap.

3.8 Teknik Penganalisisan Data

Setelah data terkumpul, tahap selanjutnya akan dilakukan analisis data. Analisis data deskriptif digunakan oleh peneliti untuk memberikan deskripsi mengenai suatu objek atau kegiatan yang menjadi fokus dalam penelitian. Penelitian ini memiliki struktur yang lebih terstruktur dibandingkan dengan penelitian eksplorasi, karena penelitian ini membutuhkan sampel yang representatif. Gulo (dalam Darmawan, 2020, hlm. 38) menyebutkan bahwa penelitian deskriptif tidak hanya mempelajari masalah utama yang menjadi fokus penelitian, tetapi juga mengeksplorasi variabel lain yang berkaitan dengan masalah tersebut, dengan memperinci faktor-faktor yang terkait dengan variabel tersebut. Penelitian deskriptif juga memberikan dengan jelas sebuah gambaran mengenai situasi yang memusatkan perhatian kepada bagian tertentu dan seringkali menunjukkan hubungan antara variabel.

3.9 Operasionalisasi Variabel

Variabel dalam penelitian, berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, dapat dibedakan sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, atau anteseden (Sinambela, 2014, hlm. 47). Dalam bahasa Indonesia, dikenal sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang menyebabkan perubahan atau munculnya variabel dependen/terikat. Variabel bebas biasanya dilambangkan dengan huruf X. Dalam penelitian ini, variabel independen mencakup intensitas konten, isi pesan, dan daya tarik.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen, atau variabel terikat, adalah variabel yang secara ilmiah dianggap sebagai hasil dari perubahan variabel lain (Priadana & Sunarsi, 2021, hlm. 92). Dalam bahasa Indonesia, dikenal sebagai variabel terikat. Variabel terikat biasanya dilambangkan dengan huruf Y. Dalam penelitian ini, variabel dependen mengacu pada keputusan pembelian.

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
(X) Konten Media Sosial TikTok	Jalaludin Rakhmat (dalam Ega & Zulfebriges, 2019, hlm. 102) mengatakan bahwa terpaan konten dapat dikatakan juga sebagai keadaan terkena pada khalayak oleh pesan-pesan yang disebabkan media massa yang dapat dioperasionalkan menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media (intensitas konten), isi konten media yang dikonsumsi (isi pesan), dan berbagai hubungan antarindividu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media keseluruhan (daya tarik konten).			
	Intensitas konten (X1)	Intensitas mengakses media	1. Saya mengakses TikTok setiap hari.	<i>Likert</i>
			2. Saya merasa terus memantau konten baru di TikTok adalah hal penting.	<i>Likert</i>
			3. Saya sering menemukan informasi yang	<i>Likert</i>

		Intensitas informasi yang diterima	menarik dan bermanfaat di TikTok. 4. Konten di TikTok memberikan informasi yang relevan bagi kehidupan sehari-hari saya.	<i>Likert</i>
		Intensitas interaksi	5. Saya aktif berinteraksi dengan konten TikTok melalui like, komentar, atau <i>share</i> .	<i>Likert</i>
			6. Saya merasa terhubung dengan konten atau pengguna TikTok tertentu setelah berinteraksi dengannya.	Likert
	Isi konten (X2)	Kemudahan dipahami	7. Konten Wizzmie @beyiandeca dapat dengan mudah saya pahami.	<i>Likert</i>
		Menarik perhatian	8. Konten Wizzmie @beyiandeca menarik perhatian saya.	<i>Likert</i>
		Mudah diingat	9. Konten Wizzmie @beyiandeca dapat dengan mudah Saya ingat. 10. Ketika melihat konten Wizzmie lain di TikTok membuat Saya teringat @beyiandeca.	<i>Likert</i>
		Manfaat pesan	11. Konten Wizzmie @beyiandeca bermanfaat untuk Saya.	<i>Likert</i>
		Berkaitan dengan produk	12. Konten Wizzmie @beyiandeca menarik minat berbelanja saya.	<i>Likert</i>
	Daya Tarik (X3)	Mengamati	13. Saya mengamati isi konten Wizzmie @beyiandeca dengan seksama.	<i>Likert</i>

			14. Ketika melihat konten Wizzmie @beyiandeca saya mulai tertarik untuk membeli.	
		Mendengar	15. Saya menyimak isi konten Wizzmie @beyiandeca dengan baik. 16. Saya memahami informasi yang disampaikan oleh @beyiandeca.	Likert
		Menyangka	17. Saya mempercayai informasi yang disampaikan oleh @beyiandeca.	Likert
		Menilai	18. Saya menilai konten Wizzmie @beyiandeca memiliki daya tarik untuk membeli produk Wizzmie.	Likert
		Memperlihatkan	19. Konten Wizzmie @beyiandeca menunjukkan daya tarik untuk membeli produk tersebut.	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
(Y) Keputusan pembelian	Menurut (Kotler & Amstrong, 2008, hlm. 158), dimensi yang terdapat dalam sebuah keputusan pembelian adalah pilihan produk, pilihan merk, pilihan penyalur, waktu pembelian, metode pembayaran.			
	Pilihan produk	Kualitas produk	20. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena memiliki kualitas produk yang baik. 21. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena mendapatkan <i>review</i> produk yang baik. 22. Saya membeli Wizzmie setelah melihat iklan di akun TikTok @beyiandeca.	Likert

		Keragaman produk	<p>23. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena menawarkan produk yang beragam.</p> <p>24. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena variasi produk yang tersedia lebih banyak.</p>	<i>Likert</i>
Pilihan merk		Kepercayaan merk	<p>25. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena memiliki <i>branding</i> yang kuat.</p> <p>26. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena memiliki konsistensi merk yang baik.</p>	<i>Likert</i>
		Reputasi merk	<p>27. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena memiliki reputasi yang baik.</p> <p>28. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena tidak mendapatkan <i>review</i> jelek di TikTok.</p>	<i>Likert</i>
Pilihan penyalur		Kemudahan memperoleh produk	<p>29. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena gerainya tersebar di berbagai tempat.</p> <p>30. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena lokasi dapat dengan mudah di akses.</p> <p>31. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena produk dapat dibeli melalui layanan pesan antar makanan.</p>	<i>Likert</i>
		Ketersediaan produk	<p>32. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena variasi menu yang ditawarkan selalu <i>ready stock</i>.</p>	<i>Likert</i>

	Waktu pembelian	Waktu pembelian produk berdasarkan adanya promosi	33. Saya memutuskan membeli Wizzmie setelah memperoleh info promosi melalui akun TikTok @beyiandeca. 34. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena menawarkan promo yang lebih banyak.	<i>Likert</i>
		Memutuskan membeli berdasarkan waktu pembelian sesuai dengan kebutuhan	35. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena sedang lapar. 36. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena ingin memakan makanan yang pedas.	<i>Likert</i>
	Metode pembayaran	Variasi pembayaran	37. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena memiliki variasi metode pembayaran yang lebih banyak.	<i>Likert</i>
		Kemudahan melakukan pembayaran	38. Saya memutuskan membeli Wizzmie karena kemudahan dalam melakukan pembayaran.	<i>Likert</i>

3.10 Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian instrumen dilakukan untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya sebelum peneliti membagikan kuesioner kepada responden. Tujuan pengujian instrumen ini adalah untuk memverifikasi apakah kuesioner yang akan digunakan sudah dapat dianggap sah dan dapat diandalkan. Dalam rangka menguji instrumen tersebut, dilakukan dua jenis pengujian, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian ini dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 25.

3.10.1 Uji Validitas

Instrumen untuk penelitian sebelumnya diuji terlebih dahulu dengan tujuan memastikan apakah alat ukur sudah layak dan dapat diandalkan untuk mengumpulkan data. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan adalah valid. Instrumen yang valid artinya

alat ukur yang akan digunakan untuk mendapatkan dan mengukur data sudah valid, valid artinya instrumen penelitian bisa digunakan untuk mengukur data (Sugiyono & Lestari, 2021, hlm. 230).

Uji validitas dilakukan menggunakan program SPSS 25. Dalam uji validitas, kesahihan data diperiksa melalui perbandingan antara dua nilai, yaitu r_{hitung} (*pearson correlation*) dan r_{tabel} . Dua nilai ini digunakan karena nilai r_{tabel} yang digunakan untuk membandingkan dengan nilai r_{hitung} atau koefisien korelasi Pearson setiap instrumen memiliki nilai yang berbeda. Keputusan diambil dengan membandingkan nilai r_{tabel} dengan nilai r_{hitung} . Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$, maka item pertanyaan dianggap valid. Namun, jika $r_{tabel} > r_{hitung}$, maka item pertanyaan dianggap tidak valid. Pengujian validitas dilakukan kepada 40 orang responden dengan hasil sebagai berikut.

Adapun nilai r_{tabel} untuk $\alpha = 0,05$, $n = 40$, $df = n-2 = 40-2 = 38$, adalah 0,320. Hasil data pengujian dapat dilihat pada tabel 3.3:

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	No. Butir Item	<i>Pearson Correlation</i>	Rtabel	Hasil
Intensitas Konten (X1)	1	0.123	0,320	Tidak Valid
	2	0.540	0,320	Valid
	3	0.537	0,320	Valid
	4	0.677	0,320	Valid
	5	0.720	0,320	Valid
	6	0.553	0,320	Valid
Isi Konten (X2)	7	0.524	0,320	Valid
	8	0.668	0,320	Valid
	9	0.783	0,320	Valid
	10	0.624	0,320	Valid
	11	0.783	0,320	Valid
	12	0.797	0,320	Valid
	13	0.317	0,320	Tidak Valid

Daya Tarik (X3)	14	0.692	0,320	Valid
	15	0.363	0,320	Valid
	16	0.257	0,320	Tidak Valid
	17	0.669	0,320	Valid
	18	0.455	0,320	Valid
	19	0.671	0,320	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	20	0.732	0,320	Valid
	21	0.742	0,320	Valid
	22	0.695	0,320	Valid
	23	0.644	0,320	Valid
	24	0.565	0,320	Valid
	25	0.714	0,320	Valid
	26	0.785	0,320	Valid
	27	0.678	0,320	Valid
	28	0.542	0,320	Valid
	29	0.657	0,320	Valid
	30	0.505	0,320	Valid
	31	0.638	0,320	Valid
	32	0.596	0,320	Valid
	33	0.752	0,320	Valid
	34	0.623	0,320	Valid
	35	0.400	0,320	Valid
	36	0.404	0,320	Valid
	37	0.638	0,320	Valid
	38	0.522	0,320	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Hasil pengujian pada Tabel 3.3 di atas menunjukkan bahwa ada tiga item pertanyaan/instrumen yang tidak valid atau nilainya tidak lebih besar dari rtabel. Namun, dalam penelitian ini indikator mempunyai dua pertanyaan dan sudah terwakili oleh item pertanyaan/instrumen yang valid sehingga tidak sampai melakukan penghapusan indikator. Oleh karena itu, dapat dikatakan seluruh indikator dari variabel intensitas konten, isi pesan, daya tarik, dan keputusan pembelian memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan lolos uji validitas.

3.10.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi jawaban responden saat menjawab pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur suatu variabel. Instrumen yang reliabel berarti ketika instrumen tersebut digunakan secara berulang, menghasilkan data yang konsisten atau sama (Sugiyono & Lestari, 2021, hlm. 230). Pada uji reliabilitas, keputusan diambil dengan membandingkan nilai *Alpha Cronbach* dengan ambang batas 0,7. Jika nilai *Alpha Cronbach* $> 0,7$, maka instrumen dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang memadai. Namun, jika nilai *Alpha Cronbach* $< 0,7$, maka instrumen dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang rendah. Untuk memahami tingkat reliabilitas instrumen dengan lebih detail, digunakan kategorisasi berdasarkan nilai *critical r*. Berikut adalah kategori nilai-nilai yang digunakan dalam kategorisasi *Alpha Cronbach*:

1. Sangat baik, jika nilai *Alpha Cronbach* berada di atas 0,9. Maka instrumen dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik.
2. Baik, jika nilai *Alpha Cronbach* berada di antara 0,8-0,9. Maka instrumen dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik.
3. Cukup Baik, jika nilai *Alpha Cronbach* berada antara 0,7 - 0,8. Maka instrumen dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang cukup baik.
4. Rendah, jika nilai *Alpha Cronbach* berada di bawah 0,7. Maka instrumen dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang rendah.

Dengan mempertimbangkan nilai-nilai kategorisasi tersebut, peneliti atau pengguna instrumen dapat mengevaluasi tingkat reliabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian atau pengukuran.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Intrumen Penelitian

Variabel	Alpha Cronbach Score	R _{tabel}	Keterangan
Intensitas Konten	0.793	0,7	Cukup Baik
Isi Konten	0.844	0,7	Baik
Daya Tarik	0.751	0,7	Cukup Baik
Keputusan Pembelian	0.925	0,7	Sangat Baik

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Hasil pengujian pada Tabel 3.4 di atas menunjukkan bahwa pada seluruh variabel intensitas konten, isi konten, daya tarik, dan keputusan pembelian memiliki nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,7, sehingga seluruh variabel dinyatakan **reliabel**. Setelah dari kedua pengujian yakni validitas dan reliabilitas, penelitian dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

3.11 Prosedur Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian dan menyusun laporan penelitian, peneliti mengikuti prosedur atau tahap-tahap penelitian yang sistematis untuk memastikan hasil yang terstruktur dengan baik. Adapun langkah-langkah penelitian kuantitatif yang dilakukan peneliti, sebagai berikut (Sugiyono, 2019, hlm. 30):

1. Menentukan Rumusan Masalah

Dalam penelitian kuantitatif, peneliti harus mencari permasalahan penelitian dengan jelas.

2. Menentukan Teori Penelitian

Setelah rumusan masalah ditemukan, kemudian peneliti menentukan teori yang akan digunakan untuk menjawab masalah tersebut.

3. Merumuskan Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan yang belum terbukti mengenai rumusan masalah penelitian.

4. Pengumpulan Data

Untuk menjawab hipotesis penelitian, peneliti perlu mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan setelah menetapkan populasi dan jumlah sampel. Setelah itu, peneliti mengembangkan dan menguji instrumen penelitian.

5. Penganalisisan Data

Setelah data terkumpul, peneliti menganalisisnya berdasarkan metode pengujian yang telah ditetapkan.

6. Kesimpulan dan Saran

Setelah data dianalisis, peneliti membuat kesimpulan berdasarkan hasil tersebut dan menyusun saran yang dituangkan dalam laporan akhir penelitian.

3.12 Uji Asumsi Klasik

3.12.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bahwa data yang disebar yang akan dianalisis normal atau tidak (Sinambela, 2014, hlm. 223). Distribusi normal pada variabel pengganggu dalam analisis regresi diperlukan, karena jika variabel tersebut terdistribusi secara normal, maka diasumsikan bahwa variabel yang sedang diteliti juga memiliki distribusi normal. Jika nilai signifikansi $>0,05$ maka dinyatakan data berdistribusi normal. Tetapi, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi tidak normal.

3.12.2 Uji Homogenitas

Selain uji normalitas, uji homogenitas juga perlu dilakukan. Uji homogenitas bertujuan untuk mengevaluasi kesamaan atau homogenitas dari sampel yang telah dikumpulkan. Tujuan dari uji homogenitas adalah untuk menentukan apakah data yang diperoleh memiliki sifat homogen atau seragam. Uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa varian atau dispersi dari kelompok-kelompok yang dibandingkan relatif serupa.

3.12.3 Uji Multikolinearitas

Selain uji normalitas, uji multikolinearitas juga perlu dilakukan. Multikolinearitas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi antara variabel bebas atau antar variabel bebas tidak bersifat saling bebas (Sriningsih, 2018, hlm. 19). Tujuan utama dari uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui bahwa tidak terdapat korelasi yang kuat antara variabel independen dalam model regresi. Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas, kita dapat menggunakan nilai VIF (Variance Inflation Factor). Jika nilai VIF >10 maka hal tersebut menunjukkan bahwa multikolinearitas adalah masalah yang pasti terjadi antar variabel bebas.

3.12.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengidentifikasi apakah ada tanda-tanda heteroskedastisitas dalam penelitian tersebut, yaitu apakah ada perbedaan dalam nilai residu yang diperoleh. Homoskedastisitas terjadi ketika varians residu tetap atau konstan di antara pengamatan, sedangkan heteroskedastisitas terjadi ketika ada perbedaan dalam varians tersebut.

3.13 Uji Hipotesis

Dalam statistika, uji hipotesis bertujuan untuk menguji hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Pengujian hipotesis meliputi beberapa jenis uji, yaitu uji korelasi, uji regresi linier berganda, uji parsial (Uji T), uji simultan (Uji F), serta uji koefisien determinasi (R^2) dan Adjusted R^2 , yang dijelaskan sebagai berikut.

3.13.1 Uji Korelasi

Hipotesis adalah respons awal atau dugaan sementara terhadap perumusan masalah penelitian (Darmawan, 2020, hlm. 120). Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji korelasi dilakukan untuk memperoleh pemahaman tentang hubungan antara variabel X, yang merupakan konten media sosial, dan variabel Y, yang merupakan keputusan pembelian oleh pengikut akun

@beyiandeca. Dalam penelitian ini, digunakan rumus korelasi Pearson's Product Moment dengan rumus tertulis sebagai berikut:

$$r = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\} \{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy}	= Korelasi <i>Pearson's Product Moment</i>
n	= Besaran populasi penelitian
Σx	= Jumlah skor dalam distribusi X
Σy	= Jumlah skor dalam distribusi Y
Σx^2	= Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
Σy^2	= Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
Σxy	= Jumlah perkalian butir X dan Y

3.13.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono & Lestari (2021, hlm. 348) meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik turunkan nilainya) (Sugiyono & Lestari, 2021, hlm. 348). Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengukur sejauh mana pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam menganalisis hal ini, peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Rumus persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_{1j} + \beta_2 X_{2j} + \beta_3 X_{3j}$$

Keterangan:

Y	= Keputusan Pembelian
β_0	= Konstanta regresi
β_i	= Koefisien regresi X_i
X_{ij}	= Intensitas, Isi pesan, dan Daya tarik akun @beyiandeca

3.13.3 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian kelayakan model dijalankan dengan memakai uji f, yaitu proses pengujian yang dilakukan secara bersamaan dari sub-variabel

bebas terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersamaan (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut rumus untuk menentukan F_{tabel} .

$$F_{\text{tabel}} = f(k ; n-k)$$

Keterangan:

n = jumlah responden

k = jumlah variabel X

Uji hipotesis simultan dengan uji F jika ada pada tingkat signifikan tertentu ($\alpha=5\%$) untuk semua variabel bebas secara bersama-sama. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Berikut kriteria pada uji F:

- Jika nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika nilai $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.13.4 Uji Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis bertujuan untuk melihat apakah variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) memiliki pengaruh secara parsial atau tidak. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji T dengan tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5%. Adapun rumus untuk mencari nilai T_{tabel} adalah sebagai berikut:

$$T_{\text{tabel}} = t(\alpha/2 ; n-k-1)$$

Keterangan:

α = 5% atau 0,05

n = jumlah responden

k = jumlah variabel independen (variabel X)

Berikut kriteria penerimaan dan penolakan H_0 sebagai berikut:

- Jika nilai $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika nilai $T_{\text{hitung}} < T_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.13.5 Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa besar persentase pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Apabila nilai R^2 rendah, berarti kemampuan model dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen dianggap terbatas. Namun, jika nilai R^2 tinggi dan mendekati satu, ini menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan atau memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan oleh variabel dependen.