

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menentukan, mengukur, dan menjelaskan signifikansi pengaruh penggunaan media sosial YouTube terhadap kebutuhan informasi seputar perangkat teknologi. Terdapat dua variabel yang digunakan pada penelitian ini, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Secara umum variabel adalah konsep yang memiliki variasi nilai. Variabel juga didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat dikontrol atau diubah (Suryadi, Darmawan, & Mulyadi 2019, hlm. 213).

Penggunaan media sosial Kanal Youtube Bestindotech merupakan prediktor atau variabel bebas dalam penelitian ini dan kebutuhan informasi pelanggan Kanal Youtube Bestindotech seputar perangkat teknologi sebagai kriterium atau variabel terikat. Variabel bebas atau independen (variabel X) merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau terikat. Variabel terikat atau dependent (variabel Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018, hlm. 57). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah penggunaan media sosial Kanal Youtube Bestindotech. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah pemenuhan kebutuhan informasi pelanggan Kanal Youtube Bestindotech seputar perangkat teknologi.

Penelitian ini menggunakan metode survei dalam pengumpulan data. Metode survei digunakan pada penelitian yang menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data pokok dengan menentukan sampel dari suatu populasi. Untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang kurang mendalam biasanya digunakan metode survei. Jika dalam penelitian digunakan sampel yang representatif, generalisasi akan lebih akurat. (Sugiyono, 2018, hlm. 17).

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian eksplanatori. Penelitian eksplanatori (*explanatory research*) adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan dan menguji hipotesis secara empiris beserta penafsiran-penafsirannya untuk mendapatkan penjelasan yang faktual berdasarkan

teori dan fakta serta untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel memengaruhi variabel lainnya (Morrisan, 2012, hlm. 38).

3.2 Populasi dan Sampel

Arikunto dalam (Nurdin, 2019, hlm. 91) berpendapat, populasi merupakan objek yang seluruhnya dipakai untuk penelitian. Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh pelanggan kanal YouTube Bestindotech yang saat ini berjumlah 597 ribu orang.

Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus slovin berjumlah 400 orang yang merupakan pelanggan kanal YouTube Bestindotech. Notoatmodjo mengatakan bahwa sampel merupakan objek yang dianggap mewakili populasi (Nurdin, 2019, hlm. 91). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teknik *probability sampling* pada pelanggan kanal YouTube Bestindotech. Sampel ditentukan berdasarkan tujuan penelitian dan jumlah sampel yang ditentukan sudah cukup mewakili seluruh populasi yang ada.

Berikut rumus Slovin :

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat error

Perhitungannya adalah:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$\text{Sehingga: } n = 597.000 / (1 + (597.000 \times 0,05^2))$$

$$n = 597.000 / (1 + (597.000 \times 0,0025))$$

$$n = 597.000 / (1 + 1.492,5)$$

Muhammad Vickry Affryansyah, 2024

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI SEPUTAR PERANGKAT TEKNOLOGI (STUDI KORELASI PADA PELANGGAN KANAL YOUTUBE BESTINDOTECH)

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

$$n = 597.000 / 1.493,5$$

$$n = 399,7321$$

Apabila dibulatkan minimal sampel dari 597 ribu populasi pada margin of error 5% dalam penelitian adalah sebanyak 400 orang. Partisipan dalam penelitian ini merupakan pengguna aktif media sosial YouTube yang telah berlangganan Kanal Youtube Bestindotech dan memiliki pemahaman yang baik mengenai konten video yang diunggah oleh kanal YouTube Bestindotech. Dasar pertimbangan partisipan dengan karakteristik spesifik tersebut agar bersifat representatif dan dapat mewakili semua populasi yang diteliti sehingga dapat mencapai tujuan penelitian.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini. Sumber instrumen penelitian ini sendiri dibuat sendiri oleh peneliti berbasis formulir digital yaitu menggunakan Google Form. Untuk mendapatkan informasi dan fakta yang akurat maka peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan cara sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuesioner adalah pertanyaan tertulis yang dibagikan untuk diisi dan dikembalikan untuk mendapatkan informasi dari responden. Dalam memperoleh data yang valid responden harus memiliki pengetahuan, kemampuan dan ketersediaan untuk menjawab. Responden dalam penelitian hanya perlu memilih jawaban yang sudah disiapkan oleh peneliti karena penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup (Nurdin, 2019, hlm. 189).

Penelitian ini membuat kuesioner secara online menggunakan aplikasi bantuan seperti Google Form dengan tujuan untuk mempermudah penyebaran dan pengisian kuesioner oleh responden.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan informasi yang bersumber dari catatan penting. Dokumentasi dapat berupa gambar, tulisan, atau karya lain (Sugiyono, 2018, hlm. 240). Dokumentasi dalam penelitian ini bersumber dari buku, jurnal, media sosial, foto dan juga sumber lain.

3.4 Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan definisi yang didasarkan pada karakteristik yang diamati untuk melakukan pengukuran terhadap suatu objek atau fenomena dengan menggambarkan atau mendeskripsikan variabel sedemikian rupa sehingga variabel tersebut bersifat spesifik dan terukur. Operasional variabel ditentukan berdasarkan standar/patokan yang ditetapkan dan dijadikan ukuran dalam penelitian (Nurdin, 2019, hlm. 122).

Menurut Chris Heuer dalam Solis (Hidayah, 2019, hlm. 4), variabel X yaitu pengaruh penggunaan media sosial Kanal Youtube Bestindotech diukur dengan konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi. Variabel pemenuhan kebutuhan informasi pelanggan (Y) diukur dengan indikator pendekatan kebutuhan informasi mutakhir, pendekatan kebutuhan informasi rutin, pendekatan kebutuhan informasi mendalam dan pendekatan kebutuhan informasi sekilas.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Variabel Independen (X): Penggunaan Media Sosial	Menurut Chris Heuer dalam Hidayah (2019, hlm. 4), terdapat 4C dalam penggunaan media sosial, yaitu <i>context</i> (konteks), <i>communication</i> (komunikasi), <i>collaboration</i> (kolaborasi), dan <i>connection</i> (koneksi).			
	konteks	Bentuk Pesan	1. Informasi yang disampaikan oleh kanal Youtube Bestindotech disajikan secara menarik.	Likert
		Penggunaan Bahasa	1. Bahasa yang digunakan kanal Youtube Bestindotech dapat	Likert

			dipahami dengan baik.	
		Isi Pesan	1. Informasi yang diberikan kanal Youtube Bestindotech jelas dan mudah dimengerti.	Likert
	komunikasi	Isi Konten	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten yang diunggah kanal Youtube Bestindotech berhubungan dengan perangkat teknologi yang saya butuhkan. 2. Saya mencari informasi di kanal Youtube Bestindotech untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai teknologi. 	Likert
		Penggunaan Unsur Tambahan	1. Terdapat istilah khusus yang sering dipakai kanal Youtube Bestindotech dalam	Likert

			penyampaian informasi teknologi.	
	Kolaborasi	Kerjasama dengan Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kanal Youtube Bestindotech sering melakukan interaksi positif kepada Pelanggan atau <i>subscriber</i>-nya. 2. Konten yang biasanya diunggah oleh kanal youtube Bestindotech biasanya merupakan permintaan dari pelanggannya. 	Likert
		Kerjasama dengan kanal atau media lain	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kanal Youtube Bestindotech pernah bekerjasama dengan kanal atau media lain dalam pembuatan konten. 	Likert
	Koneksi	Membangun Interaksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa berinteraksi dengan pemilik akun kanal Youtube Bestindotech 	Likert

			<p>merupakan hal yang mudah.</p> <p>2. Saya mencari informasi mengenai teknologi agar dapat dibahas dengan teman/keluarga saya.</p>	
		Jaringan Komunitas	<p>1. Saya mengetahui bahwa kanal Youtube bestindotech memiliki media komunitas lainnya seperti Instagram, discord, dsb.</p> <p>2. Saya aktif mengikuti Kanal Youtube Bestindotech melalui jaringan komunitas yang tersedia.</p>	Likert
Variabel Dependen (Y): Kebutuhan Informasi	pendekatan kebutuhan informasi mutakhir	Informasi Aktual	<p>1. Informasi yang diberikan kanal Youtube Bestindotech merupakan informasi yang sesungguhnya.</p>	Likert

			2. Saya merasa informasi teknologi yang diberikan oleh kanal Youtube Bestindotech merupakan sumber terpercaya.	
		Keterbaruan Informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten kanal Youtube Bestindotech menyajikan informasi teknologi terkini. 2. Teknologi yang di-<i>review</i> oleh kanal Youtube Bestindotech sering kali menampilkan teknologi model terbaru. 	Likert
		Informasi menyeluruh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kanal Youtube Bestindotech memberikan <i>review</i> teknologi tidak hanya tampilan luarnya saja. 2. Informasi teknologi yang diberikan kanal 	Likert

			Youtube Bestindotech disampaikan secara menyeluruh.	
	pendekatan kebutuhan informasi harian	Informasi rutin	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mengakses informasi pada kanal youtube Bestindotech setiap hari. 2. Saya sering mencari informasi teknologi di kanal youtube Bestindotech. 	Likert
		Informasi Relevan dengan Kebutuhan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perangkat teknologi yang dibahas oleh kanal Youtube Bestindotech sesuai dengan kebutuhan saya. 2. Biasanya perangkat teknologi yang dibahas di kanal youtube Bestindotech merupakan barang yang saya butuhkan. 	Likert

	pendekatan kebutuhan informasi mendalam	Keakuratan Informasi	1. Informasi teknologi yang disampaikan kanal youtube Bestindotech sudah tepat dan benar adanya.	Likert
		Kedalaman Isi Informasi	1. Informasi yang disampaikan oleh kanal Youtube Bestindotech memperlihatkan semua sisi pada teknologi yang sedang dibahas secara mendalam.	Likert
		Kelengkapan Informasi	1. Informasi mengenai perangkat teknologi yang diberikan kanal youtube Bestindotech disampaikan secara lengkap dan menyeluruh.	Likert
	pendekatan kebutuhan informasi sekilas	Keringkasan Penyajian Informasi	1. Saya bisa mendapatkan informasi sekilas seputar perangkat teknologi melalui	Likert

			<p>kanal youtube Bestindotech.</p> <p>2. Terdapat konten kanal youtube Bestindotech yang menyampaikan informasi teknologi secara sekilas dan ringkas namun jelas.</p>	
		Kejelasan Informasi	<p>1. Informasi teknologi yang disajikan bersifat jelas dan tidak bias.</p> <p>2. Saya tidak pernah merasa bingung saat mendapatkan informasi teknologi melalui kanal youtube Bestindotech.</p>	Likert

3.5 Pengujian Instrumen Penelitian

Dalam upaya menjadi instrumen yang baik, instrumen harus valid dan juga dapat diandalkan. Hal ini dilakukan agar mendapatkan kebenaran data. Untuk mendapatkan kebenaran itu, perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap instrumen penelitian.

3.5.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid mencerminkan alat ukur yang digunakan untuk mengukur dalam mendapatkan data itu valid. Dengan validnya instrumen tersebut menandakan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2015, hlm. 172).

Pengujian validitas dilakukan dengan analisis faktor, dimana menurut Sugiyono adalah dengan mengkorelasikan antara skor item instrumen dalam satu faktor, dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total.

Adapun kriteria yang harus dipenuhi untuk menilai validitas instrumen tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka butir-butir pernyataan kuesioner valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka butir-butir pernyataan kuesioner tidak valid.

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X

Variabel	Item	<i>Corrected-Item Correlation</i>	Rtabel (n=38) Dk= 40-2= 38	Keterangan
Penggunaan Media Sosial (X)	1.	0,720	0,312	Valid
	2.	0,639	0,312	Valid
	3.	0,489	0,312	Valid
	4.	0,564	0,312	Valid
	5.	0,384	0,312	Valid
	6.	0,733	0,312	Valid
	7.	0,717	0,312	Valid
	8.	0,730	0,312	Valid
	9.	0,567	0,312	Valid
	10.	0,624	0,312	Valid
	11.	0,615	0,312	Valid
	12.	0,548	0,312	Valid
	13.	0,542	0,312	Valid

Muhammad Vickry Affryansyah, 2024

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI SEPUTAR PERANGKAT TEKNOLOGI (STUDI KORELASI PADA PELANGGAN KANAL YOUTUBE BESTINDOTECH)

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

Kebutuhan Informasi (Y)	1.	0,673	0,312	Valid
	2.	0,582	0,312	Valid
	3.	0,653	0,312	Valid
	4.	0,631	0,312	Valid
	5.	0,681	0,312	Valid
	6.	0,570	0,312	Valid
	7.	0,436	0,312	Valid
	8.	0,683	0,312	Valid
	9.	0,624	0,312	Valid
	10.	0,635	0,312	Valid
	11.	0,643	0,312	Valid
	12.	0,725	0,312	Valid
	13.	0,757	0,312	Valid
	14.	0,701	0,312	Valid
	15.	0,603	0,312	Valid
	16.	0,619	0,312	Valid
	17.	0,728	0,312	Valid

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa pada variabel Penggunaan Media Sosial (X) seluruh item dinyatakan valid karena instrumen item tersebut melebihi dari 0,312. Kemudian pada variabel Kebutuhan Informasi (Y) seluruh item juga dinyatakan valid. Dengan demikian peneliti

memutuskan bahwa seluruh instrumen yang telah diuji dapat digunakan untuk mengukur indikator pada dimensi yang terdapat pada instrumen dari setiap variabelnya.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Jika sebuah instrumen dipakai untuk mengukur beberapa kali objek yang sama dan menghasilkan data yang sama maka instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel (Sugiyono, 2018, hlm. 193). Instrumen yang reliabel akan menghasilkan hasil jawaban yang relatif sama dan konsisten. Koefisien Alpha Cronbach digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan :

r_{11} : Nilai/koefisien reliabilitas instrumen

Σ : Nilai varians skor tiap item

σ^2 : Varians total

k : Jumlah item pertanyaan

Untuk membandingkan nilai *Cronbach's Alpha* maka dibutuhkan *critical r*. Lebih lanjut, Taber (2018, hlm. 6) mengkategorisasikan penerimaan reliabel nilai *critical r* seperti berikut:

- a. 0,91 – 1,00 dikategorikan sangat kuat dan memuaskan
- b. 0,88 – 0,90 dikategorikan kuat dan cukup tinggi
- c. 0,72 – 0,87 dikategorikan bagus dan tinggi
- d. 0,69 – 0,71 diterima dan sedikit rendah
- e. 0,51 – 0,68 dikategorikan tidak diterima dan sedang
- f. 0,41 – 0,50 dikategorikan tidak memuaskan
- g. 0,11 – 0,40 dikategorikan rendah (tidak dapat diterima)
- h. 0,10 dikategorikan sangat rendah (tidak dapat diterima)

Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Critical r	Kategorisasi
Penggunaan Media Sosial (X)	0,750	0,72 - 0,87	Bagus dan Tinggi
Kebutuhan Informasi (Y)	0,754	0,72 - 0,87	Bagus dan Tinggi

3.6 Prosedur Penelitian

Tahap penelitian dimulai dengan menentukan sampel dari populasi penelitian. Dalam menentukan sampel yang akan digunakan, maka dalam penelitian digunakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2018, hlm. 133). Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *probability sampling*, yaitu teknik sampling yang memberi kesempatan atau peluang yang sama untuk seluruh populasi yang akan dipilih untuk menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling* dimana pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa melihat strata yang ada di populasi. Dalam penelitian ini, sampel merupakan pelanggan kanal YouTube Bestindotech yang diambil dengan mengirimkan pesan kepada pelanggan kanal YouTube Bestindotech. 400 jawaban pertama yang masuk akan menjadi sampel dalam penelitian ini.

Setelah menentukan dan mendapatkan sampel, partisipan akan dikirimkan tautan Google Form yang merupakan kuesioner berupa pertanyaan konfirmasi dan pertanyaan-pertanyaan yang dibuat berdasarkan instrumen penelitian. Partisipan dalam penelitian ini merupakan pengguna aktif media sosial YouTube yang telah berlangganan kanal YouTube Bestindotech dan memiliki pemahaman yang baik mengenai konten video yang diunggah oleh kanal YouTube Bestindotech. Selanjutnya. Setelah mendapatkan data, peneliti melakukan analisis data yang selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan berupa paparan data dari hasil yang ada dengan menggunakan teknik analisis data yang relevan.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Pengujian pertama setelah peneliti mendapatkan data lapangan adalah uji asumsi klasik, pengujian ini dilakukan peneliti untuk menghindari bias dalam

Muhammad Vickry Affryansyah, 2024

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI SEPUTAR PERANGKAT TEKNOLOGI (STUDI KORELASI PADA PELANGGAN KANAL YOUTUBE BESTINDOTECH)

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

analisis data, selain itu pengujian ini diperlukan untuk menghindari kesalahan spesifikasi (*misspecification*) pada model regresi yang digunakan (Latan dan Temalagi, 2013, hlm. 56). Pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Jika data lapangan yang didapat peneliti belum memenuhi kriteria dari salah satu uji tersebut, maka data lapangan yang didapat peneliti berkemungkinan besar terjadi kesalahan pada saat proses pengambilan data.

3.7.1 Uji Normalitas

Uji asumsi klasik pertama adalah uji normalitas yang bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dari regresi linier berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang data residualnya berdistribusi normal. (Latan dan Temalagi, 2013, hal. 56). Uji normalitas dapat membantu peneliti untuk mengetahui apakah sebaran data pada penelitian tergolong normal atau tidak.

Untuk menguji normalitas, peneliti akan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yang dipaparkan oleh Latan dan Temalagi (2013, hlm. 61–63). Mereka menjelaskan kriteria dari uji normalitas pada metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $>0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi $<0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi tidak normal.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah sebuah pengujian untuk mendeteksi ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi (Gujarati & Porter, 2009; Wooldridge, 2020). Multikolinearitas terjadi ketika terdapat hubungan linear yang kuat di antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi (Gujarati & Porter, 2009). Wooldridge (2020) juga menyatakan bahwa multikolinearitas dapat menyebabkan hasil estimasi menjadi tidak stabil dan sulit diinterpretasikan. Oleh karena itu, uji multikolinearitas perlu dilakukan sebelum melakukan

analisis regresi untuk memastikan bahwa asumsi tidak adanya multikolinearitas terpenuhi.

Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas memiliki tujuan dalam menjelaskan apakah terdapat korelasi sempurna antara pengaruh penggunaan media sosial Youtube (variabel independen) terhadap kebutuhan informasi seputar perangkat teknologi (variabel dependen). Uji multikolinearitas sendiri dapat diukur melalui nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*), apabila nilai *VIF* < 10 , Semua nilai *VIF* tersebut berada di bawah 10, yang mengindikasikan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas di antara variabel independen (Hartono, dkk., 2022).

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan pada data untuk mengetahui apakah ada kesalahan atau ketidaksamaan dari variabel, menurut Aprianto dkk., (2020, hlm. 99) biasanya dilakukan melalui uji glejser yang menentukan apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan pada Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kebutuhan Informasi Seputar Perangkat Teknologi. Dua model regresi merupakan hal penting yang digunakan dalam penelitian untuk menunjukkan bentuk model yang ada antara variabel bebas dan intervening.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian adalah proses setelah data didapatkan dari responden, kegiatan tersebut meliputi, pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, pentabulasian data disusun ke dalam bentuk tabel berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari variabel yang diteliti, menghitung untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis (Sugiyono, 2018, hlm. 226).

3.8.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif adalah proses menggambarkan, merangkum, dan menganalisis data secara statistik dengan menggunakan metode dan

teknik yang tepat. Tujuan utama dari analisis data deskriptif adalah untuk memberikan gambaran yang jelas dan komprehensif tentang karakteristik dasar dari kumpulan data yang diamati. Pada tahap ini, peneliti akan mendeskripsikan objek atau kegiatan yang ditelitinya (Darmawan, 2013, hlm. 49).

3.8.2 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari permasalahan penelitian (Sugiyono, 2018, hlm. 224). Berdasarkan hasil uji statistik, peneliti dapat mengambil keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis nol, yang kemudian digunakan untuk membuat kesimpulan (Gravetter & Wallnau, 2020, hlm. 279).

3.8.2.1 Uji Korelasi

Uji korelasi merupakan salah satu teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel (Gravetter & Wallnau, 2020). Tujuan dari uji korelasi adalah untuk mengukur seberapa kuat hubungan antara dua variabel, apakah positif atau negatif, serta seberapa besar variasi yang terjadi pada satu variabel dapat dijelaskan oleh variabel lainnya (Creswell & Creswell, 2018).

Pada penelitian ini, uji korelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat atau tidaknya hubungan antara dua variabel, yaitu variabel independen (penggunaan media sosial Youtube) dan variabel dependen (pemenuhan kebutuhan informasi seputar perangkat teknologi).

Pada uji korelasi, terdapat dua hal yang perlu diperhatikan dalam pengambilan keputusannya, menurut Thorfiani & Sakti (2019, hlm. 56).

Antara lain:

- 1) Jika nilai sig F $change \leq 0,05$, maka terdapat korelasi.
- 2) Jika nilai sig F $change \geq 0,05$, maka tidak terdapat korelasi.

Uji korelasi sendiri dapat dianalisis dengan menggunakan rumus *Pearson's Product Moment* seperti berikut:

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

(Arikunto, 2016, hlm. 313)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi.

n = Jumlah responden.

x = Skor pernyataan.

y = Skor total.

3.8.2.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji F atau pengujian secara simultan bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel yang bebas yang dimasukkan dalam regresi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel yang terikat atau tidak (Latan & Temalagi, 2013, hlm. 81). Kemudian Kusnendi (2017, hlm. 4) menjelaskan bahwa uji F ini digunakan untuk menguji hipotesis yang mencakup keseluruhan variabel, dalam penelitian ini H₄ mencakup ketiga variabel yang mana variabel mediator memediasi pengaruh antara variabel independen dan dependen.

Dalam mengambil keputusan, F hitung dibandingkan dengan F tabel. Berikut formula untuk mendapatkan nilai F hitung yang dipaparkan oleh Kusnendi (2017, hlm. 4):

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0 ; H_1 : \text{paling tidak terdapat } b \neq 0$$

$$F = \frac{RJK_{Reg}}{RJK_{Res}}$$

3.8.2.3 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan menjelaskan variasi variabel independen (Ghozali, 2017, hlm. 62). Jika nilai R^2 yang dihasilkan kecil, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Namun, jika nilai R^2 tinggi dan mendekati satu itu menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan atau memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan variabel dependen.

3.8.2.4 Regresi Linear Berganda

Regresi linier adalah suatu metode yang digunakan untuk menyatakan pola hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Bila variabel prediktor berjumlah lebih dari satu sehingga digunakan analisis regresi linier berganda. Pengamatan sebanyak n dengan variabel prediktor (x) sebanyak p maka model regresi dituliskan sebagai berikut (Walpole & Myers, 1995) :

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + \dots + B_kX_k$$

Keterangan :

Y : Variabel dependen

X_i : Variabel bebas ($i=1,2,3,4\dots k$)

B_0 : Intersep

B_i : Koefisien Regresi ($i=1,2,3,4\dots k$)