

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Instagram use* terhadap *visit intention* melalui perilaku *fear of missing out* pada Generasi Z. Penelitian ini menggunakan tiga variabel, objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* dan dalam penelitian ini merupakan *Instagram use* (X). Variabel *intervening* adalah *fear of missing out* (Y) dan variabel terikat atau *dependent variable* (Z) adalah *Visit intention*. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) variabel penelitian adalah suatu nilai yang berbeda atau bervariasi. Nilai-nilai dapat berbeda pada waktu untuk objek yang sama atau pada waktu yang sama untuk objek yang berbeda.

Konteks penelitian ini berfokus pada generasi Z di Kota Bandung, kelompok usia yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, yang saat ini berada pada fase usia produktif dan memiliki daya beli yang cukup untuk mengakses berbagai bentuk hiburan. Kota Bandung sebagai pusat tren gaya hidup urban di Jawa Barat menawarkan beragam pilihan hiburan malam, termasuk klub malam yang mengusung konsep *lifestyle entertainment* dengan atmosfer modern, musik live, dan agenda acara tematik. Bagi sebagian besar Gen Z di kota ini, mengunjungi klub malam bukan hanya sekadar aktivitas rekreasi, tetapi juga bagian dari pembentukan identitas sosial dan ajang memperluas jejaring pertemanan.

Fenomena ini diperkuat oleh tingginya keterlibatan Gen Z Bandung dalam interaksi digital terkait klub malam melalui media sosial, khususnya Instagram. Konten promosi acara, dokumentasi *highlight* malam sebelumnya, hingga *user-generated content* dari pengunjung menjadi pemicu yang efektif dalam menumbuhkan minat untuk hadir. Dorongan psikologis seperti *Fear of Missing Out* (FoMO) semakin memperkuat kecenderungan ini, di mana individu merasa perlu mengikuti tren atau hadir di momen tertentu demi mempertahankan relevansi sosial di lingkungannya. Dengan demikian, Kota Bandung menjadi lokasi yang strategis untuk meneliti hubungan antara penggunaan media sosia

FoMO, dan *visit intention* pada segmen konsumen Gen Z yang aktif secara digital sekaligus responsif terhadap tren hiburan malam.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Dan Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian verifikatif.. Menurut Sekaran dan Bougie (2016) penelitian verifikatif adalah sebuah penelitian yang dilakukan untuk membangun hubungan sebab dan akibat antar variabel. Penelitian verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis di lapangan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh *Instagram use* pada *visit intention* melalui *fear of missing out*.

Berdasarkan jenis penelitian verifikatif yang dilaksanakan dalam pengumpulan data di lapangan, metode penelitian yang akan digunakan menggunakan metode yaitu eksplanatori untuk menjawab rumusan masalah 1, 2, 3 dan 4. Metode eksplanatori survei, di sisi lain, digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan pada penelitian ini (Sugeng, 2020). Peneliti memiliki kerangka kerja teoritis yang jelas dan tujuan utama adalah mengkonfirmasi atau menguji hubungan yang telah diantisipasi. Ini sering melibatkan pengujian model dengan menggunakan analisis statistik yang relevan untuk mengukur sejauh mana data mendukung hipotesis yang diajukan.

Responden dalam penelitian ini adalah Generasi Z Sebagai Pengunjung Destinasi hiburan malam di Kota Bandung. Metode penelitian ini menggunakan *cross sectional study*, karena membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) *cross sectional study* adalah sebuah studi yang dapat dilakukan dimana data dikumpulkan hanya sekali, dalam periode beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian.

3.2.2 Operasional Variabel

Operasional variabel dilakukan dengan melihat dimensi dari perilaku, aspek atas properti yang dilambangkan dengan suatu konsep tertentu. Kemudian diterjemahkan ke dalam unsur-unsur yang dapat diukur dan diamati, sehingga dapat dikembangkan ke dalam indeks pengukuran konsep tersebut (Sekaran &

Jovan Abdul Asyraf, 2025

Pengaruh Instagram use Terhadap Visit intention melalui Perilaku Fear of missing out Pada Generasi Z (Survey Pada Generasi Z Sebagai Pengunjung Destinasi Hiburan Malam di Kota Bandung)

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

Bougie, 2016). Penelitian ini terdapat variabel yang diteliti yang diantaranya *Instagram use* dan *Fear of missing out* sebagai variabel bebas serta *Visit intention* sebagai variabel terikat. Pada metode SEM-PLS dapat menggunakan skala pengukuran ordinal dan non parametrik (J. F. Hair et al., 2021). Secara lengkap dalam penelitian ini, disajikan pada Tabel 3.1 di bawah ini.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Pernyataan	No. Item	Skala
Instagram use (X) (Balta et al., 2020)	Lower Self-Liking	Saya merasa diri saya kurang menarik jika membandingkan diri saya dengan foto teman-teman di Instagram.	1	Likert 1–5
		Saya merasa minder jika melihat postingan teman tentang destinasi hiburan malam yang lebih seru dari pengalaman saya.	2	Likert 1–5
		Saya merasa tidak cukup keren untuk tampil di event destinasi hiburan malam setelah melihat unggahan di Instagram.	3	Likert 1–5
	Agreeableness & Conscientiousness	Saya sering memberikan komentar atau like pada postingan teman tentang event destinasi hiburan malam.	4	Likert 1–5
		Saya merasa penting untuk menjaga hubungan baik dengan teman-teman destinasi hiburan malam melalui interaksi di Instagram.	5	Likert 1–5
		Saya merasa bertanggung jawab untuk membagikan informasi event destinasi hiburan malam kepada komunitas saya di Instagram.	6	Likert 1–5
	Perceived Feeling of Presence	Saya merasa tetap menjadi bagian dari destinasi hiburan malam meskipun hanya melihat update-nya di Instagram.	7	Likert 1–5

Jovan Abdul Asyraf, 2025

Pengaruh Instagram use Terhadap Visit intention melalui Perilaku Fear of missing out Pada Generasi Z (Survey Pada Generasi Z Sebagai Pengunjung Destinasi Hiburan Malam di Kota Bandung)

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

Variabel	Dimensi	Pernyataan	No. Item	Skala
		Melalui Instagram, saya merasa seolah-olah saya ikut hadir dalam event destinasi hiburan malam yang sedang berlangsung.	8	Likert 1–5
		Saya merasa tetap terhubung dengan suasana destinasi hiburan malam walaupun saya tidak dapat hadir langsung di acara tersebut.	9	Likert 1–5
	<i>Escapism</i>	Saya menggunakan Instagram untuk melupakan masalah sehari-hari dengan melihat konten tentang destinasi hiburan malam.	10	Likert 1–5
		Melihat foto dan video destinasi hiburan malam di Instagram membuat saya merasa lebih rileks.	11	Likert 1–5
		Saya merasa terhibur dengan konten destinasi hiburan malam di Instagram ketika sedang merasa bosan atau stres.	12	Likert 1–5
<i>Fear of missing out (Z)</i> (Cybaier, 2023)	<i>Trait FoMO</i>	Saya takut teman-teman saya mengalami pengalaman destinasi hiburan malam yang lebih seru daripada saya.	13	Likert 1–5
		Saya khawatir jika melewatkan event atau party yang dihadiri teman-teman saya.	14	Likert 1–5
		Saya merasa sedih saat mengetahui teman saya bersenang-senang tanpa saya.	15	Likert 1–5
		Saya merasa gelisah jika tidak tahu kegiatan malam apa yang sedang dilakukan teman saya.	16	Likert 1–5
		Saya merasa tidak nyaman saat	17	Likert

Jovan Abdul Asyraf, 2025

Pengaruh Instagram use Terhadap Visit intention melalui Perilaku Fear of missing out Pada Generasi Z (Survey Pada Generasi Z Sebagai Pengunjung Destinasi Hiburan Malam di Kota Bandung)

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

Variabel	Dimensi	Pernyataan	No. Item	Skala
		melewatkan acara kumpul malam yang sudah direncanakan.		1–5
		Saya ingin selalu menjadi bagian dari kegiatan komunitas atau geng destinasi hiburan malam saya.	18	Likert 1–5
	<i>State FoMO</i>	Saya terus online agar tidak ketinggalan informasi tentang event, party, atau tempat nongkrong baru.	19	Likert 1–5
		Saya merasa penting untuk ikut berkomentar di story atau postingan teman tentang acara malam.	20	Likert 1–5
		Saya merasa khawatir jika profil Instagram saya tidak terlihat update dengan aktivitas malam saya.	21	Likert 1–5
		Saya sering membuka Instagram agar tidak ketinggalan tren destinasi hiburan malam terbaru.	22	Likert 1–5
		Ketika sedang berada di tempat seru, saya merasa penting untuk membagikannya di Instagram.	23	Likert 1–5
		Saat liburan atau akhir pekan, saya tetap mengikuti update aktivitas malam teman-teman saya lewat Instagram.	24	Likert 1–5
<i>Visit intention</i> (Y) (Alboji et al., 2024)	—	Saya berminat untuk mengunjungi klub malam yang saya lihat melalui Instagram.	25	Likert 1–5
		Saya berminat untuk memasukkan klub malam sebagai pilihan saya untuk berkunjung di masa depan.	26	Likert 1–5

Jovan Abdul Asyraf, 2025

Pengaruh Instagram use Terhadap Visit intention melalui Perilaku Fear of missing out Pada Generasi Z (Survey Pada Generasi Z Sebagai Pengunjung Destinasi Hiburan Malam di Kota Bandung)

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

Variabel	Dimensi	Pernyataan	No. Item	Skala
		Saya berminat untuk memilih klub malam sebagai pilihan utama untuk berkunjung di masa depan.	27	Likert 1–5

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2025

3.3 Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Berdasarkan sumbernya data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan minat untuk tujuan spesifik studi (Sekaran & Bougie, 2016a). Data primer dalam penelitian ini adalah data yang akan diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada Pengguna media sosial Instagram yang merupakan Generasi Z. Sementara itu, data sekunder merupakan data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada (Sekaran & Bougie, 2016a).

Untuk penjelasan yang lebih rinci akan dijelaskan dalam Tabel 3.2 yang menjelaskan mengenai sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

TABEL 3. 2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data perilaku Gen Z dan dampak positif negatif dalam penggunaan media sosial	Sekunder	Mckinsey Health Institute
2.	Tanggapan responden mengenai <i>Instagram use</i>	Primer	Survey pada Generasi Z Sebagai Pengunjung Destinasi hiburan malam di Kota Bandung
3.	Tanggapan responden mengenai <i>fear of missing out</i>	Primer	Survey pada Generasi Z Sebagai Pengunjung Destinasi hiburan malam di Kota Bandung
4.	Tanggapan responden mengenai <i>Visit intention</i>	Primer	Survey pada Generasi Z Sebagai Pengunjung Destinasi hiburan malam di Kota Bandung

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2024

Jovan Abdul Asyraf, 2025

Pengaruh Instagram use Terhadap Visit intention melalui Perilaku Fear of missing out Pada Generasi Z (Survey Pada Generasi Z Sebagai Pengunjung Destinasi Hiburan Malam di Kota Bandung)

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

3.3.1 Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling

3.3.1.1 Populasi

Menurut Creswell (2023) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada suatu penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi untuk diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu yang tersedia. Peneliti mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut dapat mewakili yang lainnya. Dalam penelitian ini, seluruh pengguna aktif instagram. Namun, jumlah populasi pengguna aktif instagram tidak diketahui secara pasti, sehingga peneliti perlu menggunakan teknik sampling yang tepat untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

Adapun populasi pada penelitian ini adalah seluruh Generasi Z kota Bandung yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012 dan merupakan penggiat wisata hiburan malam yang secara spesifik menyukai mengunjungi klub malam di kota Bandung.

3.3.1.2 Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Menurut (Sugiyono, 2014) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sekaran & Bougie, 2016) sampel adalah bagian dari populasi. Sampel demikian sub kelompok atau bagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti harus mampu menarik kesimpulan yang digeneralisasikan. Untuk menentukan besarnya sampel tersebut bisa dilakukan secara statistik maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus *representative* artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih.

Dalam penelitian ini, penentuan ukuran sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow yang secara umum dirancang untuk memperkirakan ukuran sampel minimum dalam studi populasi berdasarkan proporsi. Pemilihan rumus

Lemeshow dibandingkan pendekatan lain seperti Hair et al. yang biasa digunakan dalam konteks *Structural Equation Modeling* (SEM), didasarkan pada beberapa pertimbangan metodologis.

Pertama, kondisi populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti atau bersifat terbuka, sehingga pendekatan Hair et al. yang mensyaratkan jumlah minimum sampel berdasarkan jumlah indikator atau variabel laten tidak dapat diterapkan secara tepat. Rumus Hair lebih tepat digunakan dalam konteks penelitian dengan populasi terukur dan terkontrol, serta dengan rancangan pengukuran yang sudah final dalam struktur model SEM eksplanatori.

Kedua, rumus Lemeshow lebih fleksibel karena tidak mensyaratkan informasi mengenai total populasi, dan lebih menekankan pada tingkat kepercayaan (Z), proporsi dugaan (p), serta margin of error (d) yang dapat disesuaikan dengan konteks dan tingkat presisi yang diinginkan peneliti. Meskipun penelitian ini akan menggunakan analisis Partial Least Square *Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), penggunaan Lemeshow tetap relevan karena model SEM-PLS yang digunakan bersifat eksploratori, dan tidak mengandalkan asumsi distribusi normal serta ukuran sampel besar secara mutlak.

Ketiga, pendekatan Lemeshow dinilai lebih konservatif dan dapat menjamin kecukupan sampel minimum secara statistik, yang penting dalam rangka memperoleh hasil estimasi parameter yang stabil dan dapat diandalkan, khususnya ketika penelitian melibatkan populasi dengan karakteristik heterogen. Oleh karena itu, penggunaan rumus Lemeshow dalam penelitian ini merupakan pilihan metodologis yang dapat dipertanggungjawabkan, mengingat keterbatasan informasi populasi serta kebutuhan akan pendekatan yang fleksibel namun tetap memenuhi standar akurasi dalam pengujian model menggunakan SEM-PLS.

Melihat pengertian sampel di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian. Untuk menentukan sampel dari populasi yang tidak diketahui secara pasti perlu melakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah. Menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan pengukuran sampel dari (Lemeshow, 2013), yaitu sebagai berikut

$$n = \frac{z^2_{1-\alpha/2} \times P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi

d = Tingkat kesalahan

Maka dari itu :

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}{(0.05)^2} = \frac{3.8416 \cdot 0.25}{0.0025} = \frac{0.9604}{0.0025} = 384.16$$

dalam penelitian ini ukuran sampel minimal dalam penelitian adalah 386,16 dan dibulatkan menjadi 386 responden

3.3.1.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Sekaran & Bougie, 2016). Terdapat tipe teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

Probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang atau kemungkinan yang diketahui untuk dipilih sebagai sampel. *Probability sampling* terdiri dari *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratified random sampling*, *cluster sampling groups*, *area sampling*, *double sampling*. Sedangkan *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota dalam populasi tidak memiliki peluang yang diketahui atau

Jovan Abdul Asyraf, 2025

Pengaruh Instagram use Terhadap Visit intention melalui Perilaku Fear of missing out Pada Generasi Z (Survey Pada Generasi Z Sebagai Pengunjung Destinasi Hiburan Malam di Kota Bandung)

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

telah ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai sampel. *Nonprobability sampling* terdiri dari *systematic sampling*, *quota sampling*, *convenience sampling*, *accidental sampling*, *purposive sampling*, *snowball sampling* (Sekaran & Bougie, 2016).

Karena populasi pengguna Instagram yang aktif sangat besar dan tidak diketahui secara pasti, peneliti memutuskan untuk menggunakan teknik sampling non probabilitas dengan *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive sampling* Teknik *purposive sampling* memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan sampel data yang mewakili populasi secara acak dan objektif. Dengan menggunakan metode ini, setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi bagian dari sampel. Hal ini membantu meminimalkan bias dalam pengumpulan data dan memungkinkan peneliti untuk membuat generalisasi yang lebih kuat tentang populasi secara keseluruhan. Teknik ini sering digunakan dalam penelitian ilmiah dan survei untuk memastikan representasi yang adil dari populasi yang diteliti.

Pertama, peneliti memulai dengan menggunakan akun pribadi di media sosial. Peneliti kemudian membuat link kuesioner yang relevan dengan tujuan penelitian. Setelah itu, peneliti membagikan link tersebut kepada akun Instagram *Influencer* Generasi Z kota Bandung yang memiliki *followers* diatas 10.000 dan merupakan penggiat destinasi hiburan malam di Kota Bandung serta meminta mereka untuk berpartisipasi dalam penelitian dengan mengisi kuesioner. Peneliti juga meminta teman-teman tersebut untuk menyebarkan link kuesioner kepada orang lain yang mereka kenal dalam jaringan mereka melalui fitur instastories mereka.

Dengan memanfaatkan *Purposive sampling*, peneliti berharap dapat mencapai lebih banyak responden dengan cakupan yang lebih luas melalui jaringan sosial mereka. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh variasi dalam karakteristik responden, seperti usia, jenis kelamin, dan latar belakang pendidikan, yang dapat memberikan wawasan yang lebih kaya dan representatif.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan objek yang sedang diteliti dan diharapkan dapat menunjang penelitian, penulis melakukan pengumpulan data dengan cara :

1. Kuesioner *online* merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden. Kuesioner ini dibuat menggunakan google formulir yaitu aplikasi administrasi yang terhubung dengan google *drive*. Kuesioner ini berisi pertanyaan mengenai demografis serta karakteristik responden, lalu dilanjutkan dengan pertanyaan terkait penelitian seputar *Instagram use*, *fear of missing out* dan *Visit intention* yang akan disebar via online dari beberapa platform media sosial Instagram,

3.5 Pengujian Validitas Dan Reabilitas Instrumen

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan penting. Benar tidaknya data merupakan penggambaran dari variabel yang diteliti dan mempunyai fungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel Pengaruh *Instagram use* (*X*) terhadap *Visit intention* (*Z*) melalui *fear of missing out* (*Y*) Sebelum melakukan analisis data dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebar ke responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Realibilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

3.5.1 Validitas

Menurut (J. Hair & Alamer, 2022) validitas adalah suatu metode yang mengukur keabsahan dari item yang seharusnya diukur. Suatu penelitian dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan yang dimaksud pengukuran tersebut. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan

Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian bahwa data valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Creswell, 2023).

Rumus yang digunakan validitas untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* 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 sampel

$\sum$ = Kuadrat faktor variabel X

$\sum X^2$ = Kuadrat faktor variabel X

$\sum Y^2$ = Kuadrat faktor variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variable X dan Y

Dimana: r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika

r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).

Jovan Abdul Asyraf, 2025

Pengaruh Instagram use Terhadap Visit intention melalui Perilaku Fear of missing out Pada Generasi Z (Survey Pada Generasi Z Sebagai Pengunjung Destinasi Hiburan Malam di Kota Bandung)

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

2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$).

3.5.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah ketepatan atau akurasi instrumen pengukur (Ulber Silalahi, 2010). Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Sumber : (Sugiyono, 2010)

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai $\sum \sigma^2$ varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ($\sum \sigma^2$) sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Sumber : (Sugiyono, 2010)

Keterangan:

n = jumlah sampel

σ^2 = nilai varians

$\sum x^2$ = jumlah skor

Koefisien *Alpha Cronbach* (α) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian.

1. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,70.

2. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas tidak memadai jika koefisien *Cronbach Alpha* lebih kecil dari 0,70.
3. Apabila angka *Cronbach Alpha* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reabilitasnya.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam pelaksanaan penelitian ini menggunakan jenis penelitian verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data melalui *online* survei Google Form. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan. Untuk memperoleh data penelitian maka ada alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Variabel tersebut yaitu mengenai *Instagram use*, *fear of missing out* dan *Visit intention*.

Penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun data, kelengkapan identitas reponden serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden,
2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul,
3. Tabulasi Data, tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada setiap item,
4. Pengujian, untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur.

3.6.1 Teknik Analisis Data

Analisis kedua yakni dengan menggunakan *SEM PLS (Analysis of Moment Structure)*. Analisis ini merupakan teknik analisis yang memungkingkan pengujian sebuah rangkaian hubungan secara simultan (Siswoyo, 2016) Hubungan ini dibangun antara satu atau beberapa variabel independen dengan satu atau beberapa variabel dependen serta variable intervening. Masing-masing

Jovan Abdul Asyraf, 2025

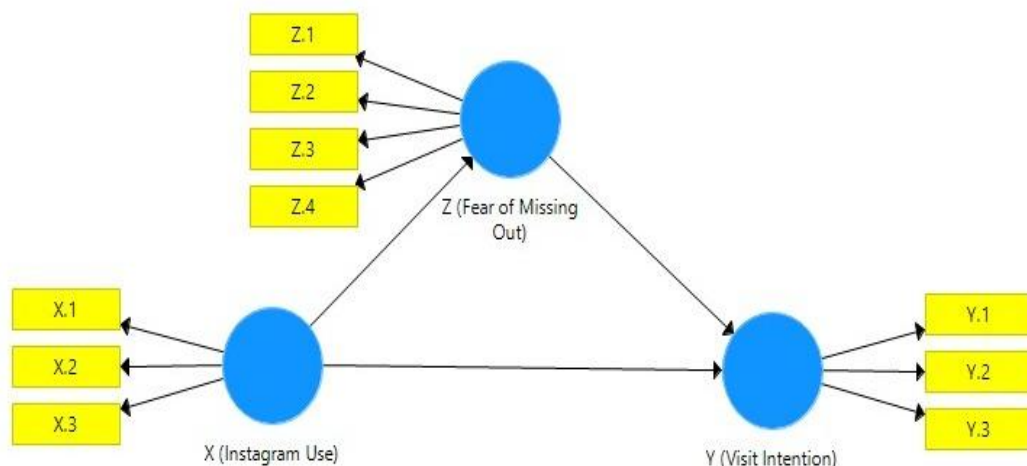
Pengaruh Instagram use Terhadap Visit intention melalui Perilaku Fear of missing out Pada Generasi Z (Survey Pada Generasi Z Sebagai Pengunjung Destinasi Hiburan Malam di Kota Bandung)

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

variabel dapat berbentuk faktor atau konstruk yang dibangun dari beberapa indikator. *SEM PLS* juga merupakan teknik statistik multivariat yang dikombinasikan antara analisis faktor dan analisis regresi linear (korelasi). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *software SMARTPLS 3.0* untuk membantu pengolahan data dalam menjawab analisis data verifikatif.

1. Membuat sebuah model *SEM* (*model specification*)

Pada tahap ini, sebuah model dengan berdasar teori tertentu dibuat, baik dalam bentuk *equation* (persamaan-persamaan matematis) maupun dalam bentuk diagram (gambar). Diagram akan memasukkan measurement model dan structural model. Adapun model konstruk yang sudah dibuat oleh peneliti menggunakan *software SMARTPLS 3.0* dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 3. 1 Model Konstruk Penelitian(Sumber: Peneliti 2024)

2. Menyiapkan desain penelitian dan pengumpulan data

Setelah model dibuat, sebelum model diuji, akan dilakukan pengujian asumsi-asumsi yang seharusnya dipenuhi dalam *SEM*, perlakuan missing data, mengumpulkan data dan sebagainya. Pada umumnya dikatakan bahwa penggunaan *SEM* membutuhkan jumlah sample yang besar agar hasil yang didapat mempunyai kredibilitas yang cukup (*trustworthy result*).

3. Model identification

Jovan Abdul Asyraf, 2025

Pengaruh Instagram use Terhadap Visit intention melalui Perilaku Fear of missing out Pada Generasi Z (Survey Pada Generasi Z Sebagai Pengunjung Destinasi Hiburan Malam di Kota Bandung)

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

Setelah sebuah model dibuat dan desain sudah ditentukan, pada model dilakukan uji identifikasi, apakah model dapat dianalisis lebih lanjut. Perhitungan besar *degree of freedom* menjadi bagian penting dalam hal ini. Dalam *SEM*, model dikatakan *over identified* jika *degree of freedom* positif. Persamaan dapat diselesaikan dengan kombinasi, karena dapat teridentifikasi walaupun tidak diketahui solusi yang terbaik. Estimasi dan penilaian model bisa dilakukan.

4. Menguji model (*model testing* dan *model estimation*)

Setelah model dibuat dan dapat diidentifikasi, tahapan dilanjutkan dengan menguji *measurement model* dan kemudian menguji *structural model*. Dari pengujian *measurement model* akan didapat keeratan hubungan antara indikator dengan konstraknya. Jika *measurement model* dapat dianggap valid, pengujian dilanjutkan pada *structural model* untuk memperoleh sejumlah korelasi yang menunjukkan hubungan antar konstruk.

3.7 Etis penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip-prinsip etis yang berlaku dalam riset sosial dan perilaku, khususnya yang melibatkan partisipasi manusia. Dalam konteks ini, penelitian dilakukan terhadap responden dari kalangan Generasi Z yang menjadi pengunjung destinasi hiburan malam di Kota Bandung, dengan fokus pada perilaku penggunaan Instagram, kecenderungan *Fear of Missing Out* (FoMO), serta niat kunjungan mereka ke tempat hiburan malam.

Peneliti memastikan bahwa seluruh data yang diperoleh dari responden bersifat rahasia dan tidak akan dibuka kepada pihak mana pun. Informasi yang dikumpulkan melalui kuesioner hanya digunakan untuk keperluan akademik dan analisis ilmiah dalam konteks penelitian ini. Peneliti menjamin bahwa identitas pribadi responden tidak akan dicantumkan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga tidak memungkinkan untuk mengidentifikasi individu tertentu dari hasil penelitian.

Seluruh proses pengumpulan data dilakukan secara sukarela, dan partisipasi responden tidak disertai dengan paksaan atau tekanan. Responden diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian secara lisan atau tertulis di awal pengisian kuesioner, dan partisipasi mereka dianggap sebagai bentuk persetujuan implisit untuk terlibat dalam penelitian ini.

Penelitian ini tidak mengandung unsur eksploitasi, diskriminasi, atau potensi membahayakan fisik maupun psikologis partisipan. Selain itu, tidak ada eksperimen atau manipulasi perilaku yang dilakukan, karena data diperoleh melalui metode survei kuesioner secara mandiri dan anonim.

Dengan menjunjung tinggi etika dan integritas ilmiah, peneliti berkomitmen menjaga kepercayaan responden serta memastikan bahwa seluruh tahapan penelitian dilakukan secara transparan, bertanggung jawab, dan sesuai dengan kode etik penelitian sosial.