

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah langkah-langkah sistematis untuk menyelesaikan masalah penelitian, dapat dianggap sebagai disiplin yang mempelajari proses penyelidikan ilmiah (Patel & Patel, 2019). Pada sub bab ini akan dibahas metode penelitian kuantitatif korelasional, di antaranya adalah: 1) Desain Penelitian, 2) Metode dan Pendekatan Penelitian, 3) Tempat, Waktu, dan Partisipan Penelitian, 4) Objek dan Subjek Penelitian, 5) Populasi dan Sampel, 6) Instrumen Penelitian, 7) Skala Pengukuran, 8) Operasionalisasi Variabel, 9) Uji Instrumen Penelitian, 10) Prosedur Penelitian, 11) Teknik Pengumpulan Data, 12) Teknik Pengolahan Data, 13) Teknik Analisis Data, 10) Uji Asumsi Klasik, dan 11) Uji Hipotesis. Lebih lanjut, metode yang digunakan dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

3.1 Desain Penelitian

Menurut Gulo (2002), desain penelitian merupakan kerangka kerja utama yang menjelaskan objek yang diteliti, alasan penelitian dilakukan, serta cara pelaksanaannya. Desain penelitian menjadi dasar dalam merancang dan menjalankan penelitian secara sistematis, sehingga peneliti memiliki pedoman yang jelas dalam proses pengumpulan dan pengolahan data guna mencapai tujuan penelitian. Proses pengumpulan serta analisis data diperlukan untuk menguji hipotesis, yang akan dibahas lebih rinci pada sub-bab berikutnya.

3.2 Metode dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif guna membantu dalam menjawab permasalahan penelitian, karena penelitian ini membutuhkan pengukuran yang tepat mengenai variabel yang diteliti untuk menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dijalankan secara sistematis dengan memanfaatkan data numerik untuk menganalisis fenomena beserta keterkaitannya, serta bertujuan merancang dan menggunakan model matematis, teori, atau hipotesis untuk

memahami fenomena alam (Darmawan, 2016). Patel & Patel (2019) mengatakan bahwa penelitian kuantitatif berkaitan dengan pengukuran fenomena dalam hal kuantitas. Contoh penelitian kuantitatif adalah melakukan pengumpulan statistik kependudukan, sosial, atau ekonomi suatu wilayah tertentu, dimana hal tersebut menjadi sasaran analisis statistik. Penelitian kuantitatif juga sering digunakan untuk mengamati saling ketergantungan antarvariabel. Mengacu pada latar belakang dan rumusan masalah dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur pengaruh paparan pesan ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank terhadap pemenuhan kebutuhan informasi produk *fashion and beauty* pengikut.

Sehubungan dengan rumusan masalah penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti menggunakan metode korelasional guna menilai seberapa besar pengaruh variabel independen (X), yaitu paparan pesan ulasan daring, terhadap variabel dependen (Y) pemenuhan kebutuhan informasi produk *fashion and beauty* pengikut akun X @ohmy_beautybank.

Menurut McCombes (2019) metode korelasional merupakan metode yang dipakai untuk menilai keterkaitan antara dua variabel tanpa peneliti mengendalikan salah satunya. Karena pertimbangan ini, peneliti memilih untuk menerapkan metode korelasional karena dinilai cocok untuk mengukur atau membuktikan hubungan antara variabel paparan pesan ulasan daring dengan pemenuhan kebutuhan informasi produk *fashion and beauty* pengikut akun X @ohmy_beautybank. Selain itu, metode ini diterapkan untuk membuktikan penerapan Teori *Uses and Gratifications* yang menjadi dasar utama penelitian ini.

Pelaksanaan penelitian ini memakai rancangan survei karena penulis bertujuan untuk memperoleh informasi dari populasi yang besar melalui sampel kecil yang mewakili. Rancangan survei adalah cara untuk mengumpulkan informasi dari sejumlah individu yang mewakili sampel melalui respons mereka terhadap serangkaian pertanyaan (Check & Schutt, 2012). Penggunaan

rancangan survei memungkinkan adanya berbagai metode untuk merekrut partisipan, mengumpulkan data, dan memanfaatkan berbagai metode instrumentasi (Ponto, 2015). Karena sering dimanfaatkan untuk menggambarkan dan menyelidiki perilaku manusia, survei menjadi instrumen yang sering dipakai dalam penelitian di bidang sosial dan psikologis (Singleton & Straits, 2009). Berdasarkan hasil survei, peneliti menarik kesimpulan mengenai pola atau kecenderungan yang terdapat dalam populasi.

3.3 Tempat, Waktu, dan Partisipan Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui platform media sosial X dan berlangsung mulai Februari 2024. Dalam penelitian ini, partisipan berperan sebagai responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel dimana peneliti menentukan karakteristik khusus yang selaras dengan tujuan penelitian, agar mampu memberikan jawaban yang tepat terkait kasus yang sedang dikaji (Lenaini, 2021). Berdasarkan penjelasan sebelumnya mengenai definisi dan teknik pengambilan sampel, penulis akan menetapkan kriteria untuk mengumpulkan sampel. Kriteria sampel yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup:

1. Mengikuti akun X @ohmy_beautybank
2. Mengakses ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank dalam tiga bulan terakhir

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan 400 sampel yang akan digunakan sebagai data primer. Data ini didapatkan dengan menyebarkan kuesioner secara daring melalui fitur pesan langsung di media sosial X kepada pengikut akun X @ohmy_beautybank yang sesuai dengan kriteria sampel di atas.

3.4 Objek dan Subjek Penelitian

Menurut KBBI, objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi fokus kajian. Dalam konteks penelitian ini, objeknya adalah ulasan yang diunggah

pada akun X @ohmy_beautybank. Adapun subjek penelitian, sebagaimana didefinisikan KBBI, ialah orang, benda, atau tempat yang menjadi pusat pengamatan. Pada penelitian ini, subjeknya adalah para pengikut akun X @ohmy_beautybank.

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Sekelompok individu yang menjadi fokus penelitian disebut populasi (Hossan, Mansor, & Jaharuddin, 2023). Untuk melakukan suatu penelitian diperlukan informasi yang tepat mengenai populasi penelitian agar dapat memperoleh kesimpulan yang valid dari sampel yang diteliti terhadap populasi yang sedang dipertimbangkan. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 208.800 pengikut akun X @ohmy_beautybank (data 28 April 2025 oleh penulis melalui pencarian di X). Peneliti memilih populasi ini karena mereka merupakan pihak yang terpapar oleh ulasan daring yang ada di akun @ohmy_beautybank.

Sampel merupakan kelompok orang atau individu tertentu yang akan diminta untuk berpartisipasi dalam penelitian, dan merupakan representasi operasional dari populasi (Hossan, Mansor, & Jaharuddin, 2023). Tentu saja dalam penelitian ini peneliti tidak bisa melakukan penelitian kepada seluruh pengikut akun @ohmy_beautybank yang berjumlah 208.800 akun. Oleh sebab itu penelitian ini menerapkan metode *purposive sampling* serta rumus slovin untuk mengambil sampel sampel, yaitu:

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

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N: Ukuran Populasi

1 : Konstanta

e : Batas toleransi kesalahan

Perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada rumus tersebut, yaitu sebagai berikut:

Alya Sasmi Lukmana, 2025

PENGARUH PAPARAN PESAN ULASAN DARING TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI
PRODUK FASHION AND BEAUTY

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

$$n = \frac{208.800}{1 + 208.800 (0.05)^2}$$

$$n = 399,235182 \approx 400$$

Dari perhitungan di atas dapat ditetapkan bahwa ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah $e = 0,05$ (derajat kepercayaan 95%) dan ukuran sampel (n) pada penelitian ini minimal berjumlah 400 (dibulatkan dari 399,23). Maka dari itu, penelitian ini akan melibatkan 400 responden yang memenuhi kriteria penelitian dan merupakan pengikut akun X @ohmy_beautybank.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berfungsi sebagai alat bagi peneliti untuk memperoleh data (Sathiyaseelan, 2015). Format instrumen penelitian dapat terdiri dari kuesioner, survei, wawancara, daftar cek, atau tes sederhana. Pilihan alat instrumen diputuskan oleh peneliti. Pada penelitian kali ini digunakan kuesioner dan studi pustaka sebagai instrumen penelitian.

3.6.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan alat penelitian yang terdiri dari sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang wajib dijawab oleh responden (Suryadi, Darmawan, & Mulyadi, 2019). Pertanyaan merupakan bentuk terjemahan dari apa yang peneliti butuhkan untuk penelitiannya yang dapat dijawab dengan menggunakan jawaban responden. Kuesioner membantu untuk mengumpulkan data mengenai pengetahuan, sikap, pendapat, fakta, dan lain-lain (Sathiyaseelan, 2015). Kuesioner, sebagai metode utama dalam pengumpulan data primer dan kuantitatif, menjadikan proses pengumpulan data terstandarisasi dan dapat dibandingkan. Dengan demikian, dapat menjamin proses pengumpulan data yang lebih cepat dan akurat, serta memudahkan pengolahan datanya (Krosnick, 2018).

Kuesioner bisa berupa pertanyaan terbuka atau tertutup (Sathiyaseelan, 2015). Pertanyaan terbuka memungkinkan subjek memberikan pendapat secara spontan. Pada tipe ini, peneliti kurang mempunyai kendali atas jawaban subjek. Pertanyaan tertutup memungkinkan subjek untuk memilih jawaban dari beberapa pilihan. Pertanyaan-pertanyaan tersebut harus disusun dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan harus mewakili satu gagasan. Pada penelitian ini digunakan kuesioner dengan pertanyaan tertutup.

3.6.2 Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan secara umum dapat dijelaskan sebagai tinjauan sistematis yang bertujuan untuk mengumpulkan dan merangkum penelitian terdahulu (Tranfield, Denyer, & Smart, 2003). Tinjauan yang dilakukan secara efektif dan menyeluruh sebagai metode penelitian dapat menjadi dasar yang kuat dalam membangun pemahaman serta mendorong perkembangan teori (Webster & Watson, 2002). Peneliti menyadari bahwa studi pustaka merupakan bagian penting dalam proses penelitian karena berisi teori dan konsep yang dipakai untuk menggali serta menganalisis rumusan masalah yang dikaji.

3.7 Skala Pengukuran

Penelitian ini menerapkan Skala Likert sebagai alat untuk menilai bobot dalam pernyataan penelitian. Skala Likert dipakai untuk menilai sikap subjek terhadap suatu objek dengan rentang jawaban dari setuju hingga tidak setuju (Suryadi, Darmawan, & Mulyadi, 2019). Skala ini memiliki satu titik netral, dimana pernyataan di sebelah kiri menunjukkan sikap negatif, sedangkan pernyataan di sebelah kanan menunjukkan sikap positif. Namun, arah ini dapat dibalik sesuai dengan isi pernyataan yang digunakan. Pengukurannya dilakukan dengan memberikan nilai pada setiap pernyataan yang diberikan kepada responden, sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Pengukuran

Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju
1	2	3	4	5

Sumber: (Suryadi, Darmawan, & Mulyadi, 2019)

Karena skor tidak mengikuti pola linear berdasarkan pilihan, nilainya akan bervariasi tergantung pada apakah pernyataan yang diberikan positif atau negatif. Responden yang sangat setuju dengan pernyataan positif akan memperoleh skor tertinggi, sedangkan mereka yang sangat setuju dengan pernyataan negatif akan mendapatkan skor rendah. Sebaliknya, jika responden tidak setuju dengan pernyataan positif, skornya akan lebih rendah, dan jika tidak setuju dengan pernyataan negatif, skornya akan lebih tinggi.

3.8 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini mengkaji dua variabel. Pertama, variabel independen (X) yakni pengaruh paparan pesan ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank yang terdiri dari ketepatan waktu ulasan daring (X₁), kuantitas ulasan daring (X₂), dan valensi ulasan daring (X₃) (Cheong, dkk., 2020). Sedangkan, pemenuhan kebutuhan informasi produk *fashion and beauty* menjadi variabel dependen (Y) dengan dimensi pendekatan kebutuhan informasi mutakhir, pendekatan kebutuhan informasi rutin, pendekatan kebutuhan informasi mendalam, dan pendekatan kebutuhan informasi sekilas (Puspitadewi, dkk., 2016).

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Variabel Independen (X): Paparan pesan	Ulasan daring adalah evaluasi dan opini konsumen tentang suatu produk atau layanan yang telah mereka beli atau gunakan (Zhang, dkk., 2014). Konsumen pada zaman sekarang cenderung menggunakan internet untuk			

ulasan daring	mencari informasi mengenai produk dan jasa yang mereka ingin beli, dan membagikan ulasannya mengenai produk atau jasa yang sudah mereka gunakan kepada konsumen lainnya melalui platform daring (Beneke, dkk., 2015).			
	Ketepatan Waktu Ulasan Daring	Ulasan Instan	1. Ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank diunggah sesegera mungkin setelah penulis menggunakan produk <i>fashion and beauty</i> 2. Ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank tersedia segera setelah produk <i>fashion and beauty</i> diluncurkan di pasaran	Likert
		Ulasan Terkini	1. Ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank tersedia dengan tepat waktu 2. Ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank merupakan ulasan yang aktual	
		Ulasan yang Diperbarui	1. Ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank diperbarui jika terdapat perubahan formulasi, desain, atau fitur pada produk <i>fashion and beauty</i>	
	Kuantitas Ulasan Daring	Kualitas Ulasan Baik	1. Banyaknya ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank meningkatkan peluang mendapatkan informasi yang detail, jelas, dan mudah dipahami 2. Banyaknya ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank memungkinkan saya menemukan ulasan yang	Likert

			disertai bukti pendukung, seperti foto atau video	
		Memuaskan Kebutuhan	<p>1. Saya merasa jumlah ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank cukup banyak untuk menyesuaikan dengan kebutuhan saya</p> <p>2. Ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank sesuai dengan ulasan yang saya harapkan</p>	
	Valensi Ulasan Daring	Ulasan Negatif	1. Ulasan daring negatif di akun X @ohmy_beautybank membuat saya lebih percaya dengan kejujuran penulis	Likert
		Komparatif	<p>1. Ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank memberikan komparasi dari beberapa produk yang serupa</p> <p>2. Ulasan di akun X @ohmy_beautybank membantu saya memahami perbedaan antara merek atau varian produk <i>fashion and beauty</i> yang tersedia di pasaran</p>	
		Ulasan Positif	<p>1. Terdapat ulasan daring positif di akun X @ohmy_beautybank</p> <p>2. Ulasan daring positif di akun X @ohmy_beautybank membantu saya memahami produk <i>fashion and beauty</i></p>	
		Rekomendasi	1. Ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank memberikan saran produk <i>fashion and beauty</i> yang sesuai dengan berbagai	

			kebutuhan saya	
			2. Ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank membantu saya dalam memilih produk <i>fashion and beauty</i> yang paling sesuai dengan preferensi saya	
Variabel Dependen (Y): Pemenuhan kebutuhan informasi produk <i>fashion and beauty</i>	Kebutuhan adalah hal yang seharusnya dimiliki seseorang, untuk pekerjaannya, penelitiannya, pembangunannya, hiburannya, dan sebagainya, serta sesuatu yang manusia tidak dapat lakukan tanpanya (Shenton, 2004). Kebutuhan informasi merujuk pada kurangnya pengetahuan atau informasi tentang fenomena, objek, peristiwa, tindakan, atau fakta yang dialami oleh individu akibat faktor internal atau eksternal (González, 2021). Kekurangan ini menciptakan ketidakpuasan yang mendorong individu untuk mencari dan memperoleh informasi guna memenuhi kebutuhan tersebut. Kebutuhan ini sangat terkait dengan perilaku manusia dan muncul dari dorongan untuk memahami, melestarikan, dan menyampaikan pengetahuan.			
	Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir	Terkini	1. Saya mendapatkan informasi terkini mengenai produk <i>fashion and beauty</i> melalui ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank 2. Saya mengakses akun X @ohmy_beautybank karena informasi produk <i>fashion and beauty</i> terus diperbaharui	Likert
		Pembaharuan Informasi	1. Informasi terkait produk <i>fashion and beauty</i> di akun X @ohmy_beautybank terbaru dan <i>up to date</i> 2. Saya mengaktifkan notifikasi dari akun X @ohmy_beautybank untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai produk <i>fashion and beauty</i>	

	Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin	Intensitas	<p>1. Saya melihat akun X @ohmy_beautybank setiap hari untuk mencari informasi terkait produk <i>fashion and beauty</i></p> <p>2. Saya mengecek akun X @ohmy_beautybank beberapa kali dalam sehari untuk mendapatkan informasi terbaru tentang produk <i>fashion and beauty</i></p> <p>3. Saya mengakses akun X @ohmy_beautybank hampir setiap jam ketika sedang mencari informasi mengenai produk <i>fashion and beauty</i></p>	Likert
		Kesesuaian	<p>1. Ulasan yang dibagikan di akun X @ohmy_beautybank relevan dengan preferensi saya dalam memilih produk <i>fashion and beauty</i></p> <p>2. Informasi yang tersedia di akun X @ohmy_beautybank membantu saya untuk menemukan produk <i>fashion and beauty</i> yang tepat dengan kebutuhan saya</p>	
	Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam	Mendalam	<p>1. Saya mendapatkan informasi terkait produk <i>fashion and beauty</i> yang spesifik pada akun X @ohmy_beautybank</p> <p>2. Ulasan yang tersedia di akun X @ohmy_beautybank memberikan informasi yang rinci tentang produk <i>fashion and beauty</i> yang saya cari</p> <p>3. Informasi yang saya peroleh dari akun X</p>	Likert

			@ohmy_beautybank mencakup semua aspek penting yang saya butuhkan dalam memutuskan untuk membeli produk <i>fashion and beauty</i>	
		Beragam	<p>1. Saya merasa informasi yang diberikan oleh akun X @ohmy_beautybank mencakup berbagai kategori produk <i>fashion</i>, mulai dari pakaian hingga aksesoris</p> <p>2. Ulasan produk rambut yang ada di akun X @ohmy_beautybank sangat bervariasi, mulai dari sampo, <i>conditioner</i>, hingga produk <i>styling</i> rambut</p> <p>3. Akun X @ohmy_beautybank memberikan berbagai ulasan mengenai produk <i>body care</i>, termasuk perawatan kulit, <i>body lotion</i>, hingga produk anti-penuaan</p> <p>4. Informasi tentang produk kecantikan di akun X @ohmy_beautybank mencakup berbagai jenis produk, seperti <i>makeup</i>, <i>skincare</i>, dan perawatan kulit khusus</p> <p>5. Saya merasa akun X @ohmy_beautybank memberikan informasi yang beragam mengenai berbagai merek dan jenis produk <i>fashion</i>, kecantikan, dan perawatan tubuh</p>	

	Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas	Berulang	<p>1. Saya mengakses ulang akun X @ohmy_beautybank beberapa kali dalam sehari untuk melihat ulasan produk <i>fashion dan beauty</i></p> <p>2. Saya mengakses ulang akun X @ohmy_beautybank beberapa kali dalam satu jam untuk melihat ulasan produk <i>fashion and beauty</i></p>	Likert
--	---	----------	---	--------

3.9 Uji Instrumen Penelitian

Sebelum membagikan instrumen kepada partisipan, penting untuk melakukan uji kelayakan terhadap instrumen penelitian tersebut. Instrumen akan diuji untuk validitas dan reliabilitas. Pengujian ini diperlukan guna memastikan instrumen penelitian valid dan andal. Berikut merupakan uraian tentang uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Validitas berkaitan dengan ketepatan dan akurasi hasil penelitian (Rustam, Sari, & Yunita, 2018). Pengujian validitas dilakukan untuk menjamin bahwa instrumen secara akurat mengukur konsep atau konstruk yang dimaksud (Suryadi, Darmawan, & Mulyadi, 2019). Berikut adalah rumus yang digunakan dalam uji validitas.

$$r_{xy} = \frac{\sum ((X - \bar{X}) (Y - \bar{Y}))}{\sqrt{(\sum (X - \bar{X})^2) (\sum (Y - \bar{Y})^2)}}$$

Keterangan rumus:

r_{xy} = Nilai Korelasi *Product Moment*

X = Skor total variabel

\bar{X} = Rerata skor butir

\bar{Y} = Rerata skor total

Nilai rhitung dari tiap item instrumen menjadi acuan untuk mengevaluasi kevalidan suatu pernyataan. Ghozali (2011) menyebutkan bahwa kevalidan instrumen dilihat melalui dua kriteria berikut::

1. Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid.
2. Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

Dalam tahap pengujian tersebut, validitas diuji berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner dan diolah menggunakan perangkat lunak SPSS. Instrumen tes terdiri dari 35 pernyataan dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X

Variabel	Item	Pearson Correlation	r tabel (n=30)	Keterangan
Paparan Pesan Ulasan Daring (Variabel X)	X1	0.534	0.361	Valid
	X2	0.484	0.361	Valid
	X3	0.404	0.361	Valid
	X4	0.697	0.361	Valid
	X5	0.509	0.361	Valid
	X6	0.604	0.361	Valid
	X7	0.738	0.361	Valid
	X8	0.597	0.361	Valid
	X9	0.711	0.361	Valid
	X10	0.454	0.361	Valid
	X11	0.386	0.361	Valid

	X12	0.573	0.361	Valid
	X13	0.617	0.361	Valid
	X14	0.557	0.361	Valid
	X15	0.624	0.361	Valid
	X16	0.434	0.361	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Merujuk pada Tabel 3.3, hasil pengujian instrumen penelitian untuk variabel X yang terdiri dari 16 butir pertanyaan mengindikasikan bahwa seluruh pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi dari nilai r tabel, yaitu di atas 0,361. Dengan demikian, seluruh item dianggap memenuhi kriteria validitas dan layak digunakan sebagai instrumen pengukuran dalam penelitian ini.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Item	Pearson Correlation	r tabel (n=30)	Keterangan
Pemenuhan kebutuhan informasi produk <i>fashion and beauty</i> (Variabel Y)	Y1	0.683	0.361	Valid
	Y2	0.660	0.361	Valid
	Y3	0.646	0.361	Valid
	Y4	0.422	0.361	Valid
	Y5	0.639	0.361	Valid
	Y6	0.591	0.361	Valid
	Y7	0.395	0.361	Valid

	Y8	0.585	0.361	Valid
	Y9	0.640	0.361	Valid
	Y10	0.518	0.361	Valid
	Y11	0.420	0.361	Valid
	X12	0.416	0.361	Valid
	Y13	0.576	0.361	Valid
	Y14	0.481	0.361	Valid
	Y15	0.653	0.361	Valid
	Y16	0.758	0.361	Valid
	Y17	0.463	0.361	Valid
	Y18	0.664	0.361	Valid
	Y19	0.541	0.361	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Merujuk pada Tabel 3.4, hasil pengujian instrumen penelitian untuk variabel Y yang terdiri dari 19 butir pertanyaan menunjukkan bahwa seluruh pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi dari nilai r tabel, yaitu di atas 0,361. Dengan demikian, seluruh item dianggap memenuhi kriteria validitas dan layak digunakan sebagai instrumen pengukuran dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen dapat menghasilkan hasil yang konsisten dalam mengukur konsep atau konstruk

yang ditetapkan (Suryadi, Darmawan, & Mulyadi, 2019). Dalam menciptakan sebuah tes yang dapat dipercaya, hasil tes tersebut harus konsisten atau memberikan hasil yang sama jika dilakukan berulang kali (Susetyo, 2015). Teknik Cronbach's Alpha digunakan untuk menilai reliabilitas suatu instrumen (Riduwan, 2004), yang dirumuskan sebagai berikut.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya pernyataan

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah variansi butir pernyataan

σ^2 = Total variansi

Teknik Cronbach's Alpha diukur dalam skala 0 hingga 1, dengan skala tersebut dikategorikan ke dalam enam tingkat untuk menentukan tingkat reliabilitas suatu instrumen. Adapun klasifikasi reliabilitas instrumen tersebut dijelaskan sebagai berikut.

1. Skor Cronbach's Alpha < 0.5 berarti tidak dapat digunakan
2. Skor Cronbach's Alpha $0.5 - 0.6$ berarti jelek (*poor*)
3. Skor Cronbach's Alpha $0.6 - 0.7$ berarti cukup (*fair*)
4. Skor Cronbach's Alpha $0.7 - 0.9$ berarti bagus (*good*)
5. Skor Cronbach's Alpha > 0.9 berarti luar biasa bagus (*excellent*)

Apabila koefisien reliabilitas yang diperoleh lebih dari 0.6, pernyataan dianggap reliabel secara keseluruhan. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas penelitian ini.

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

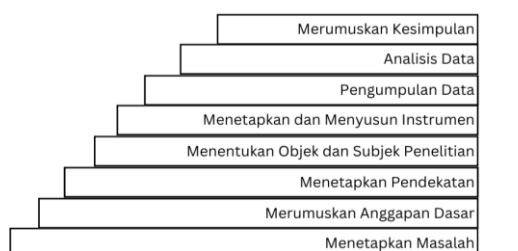
Variabel	Cronbach's Alpha	Kategorisasi
Paparan Pesan Ulasan Daring (Variabel X)	0.877	Reliabel
Pemenuhan kebutuhan informasi produk <i>fashion and beauty</i> (Variabel Y)	0.876	Reliabel

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 3.5, hasil uji reliabilitas pada kedua variabel dengan Nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,6 mengindikasikan bahwa instrumen ini telah terbukti reliabel dan valid sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

3.10 Prosedur Penelitian

Agar tujuan penelitian dapat tercapai, prosedur penelitian berperan sebagai panduan atau langkah-langkah umum yang dapat diikuti. Prosedur ini tidak hanya mendukung pencapaian tujuan tertentu, tetapi efektivitasnya juga bergantung pada kualitas pelaksanaannya. Langkah-langkah tersebut ditampilkan pada gambar berikut.



Gambar 3.1 Langkah-Langkah Umum Penelitian (Purwanza, dkk., 2022).

3.11 Teknik Pengumpulan Data

Syahrum dan Salim (2012) menyatakan bahwa setiap penelitian memerlukan metode yang tepat untuk memperoleh data secara objektif, sehingga informasi yang didapat mampu menjawab rumusan masalah tanpa bias. Pada penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner kepada pengikut aktif akun X @ohmy_beautybank. Proses pengumpulan data dilakukan dengan mengirimkan pesan langsung (*direct message/DM*) secara personal kepada para pengikut. Dalam pesan tersebut, peneliti menyertakan tautan kuesioner beserta penjelasan singkat mengenai tujuan penelitian, jaminan kerahasiaan data, serta instruksi pengisian agar responden memahami konteks sebelum mengisi formulir. Setelah responden mengirimkan jawaban, peneliti melakukan pengecekan kelengkapan dan kesesuaian data, lalu menyaring tanggapan yang memenuhi syarat untuk dianalisis. Seluruh data yang lolos tahap seleksi kemudian diolah dan dianalisis secara sistematis agar hasilnya dapat memberikan jawaban yang akurat dan mendukung tujuan penelitian.

3.12 Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data merupakan tahapan penting untuk menyiapkan data dari setiap variabel penelitian agar siap dianalisis. Heryana (2020) menjelaskan bahwa proses ini meliputi beberapa langkah, antara lain pengeditan data, transformasi data, dan penyajian data. Pengeditan data dilakukan untuk memperbaiki kekurangan atau kesalahan pada data mentah, misalnya dengan melengkapi informasi yang kurang atau memperbaiki kesalahan setelah memeriksa kuesioner yang telah diisi responden. Transformasi data adalah proses mengubah data ke dalam format yang sesuai dengan kebutuhan analisis. Selanjutnya, data ditabulasi, yakni diatur dalam bentuk tabel sesuai dengan kebutuhan analisis, sehingga memudahkan peneliti dalam membaca dan menginterpretasikan hasil.

Untuk penyajian data, peneliti menggunakan tabel distribusi frekuensi dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Program ini membantu peneliti dalam mengakses dan mengolah data dari berbagai format, serta memfasilitasi pelaksanaan beragam uji statistik yang diperlukan. Penggunaan SPSS memungkinkan data dianalisis secara lebih efisien dan akurat, karena perangkat lunak tersebut dapat mendeteksi data yang hilang atau tidak lengkap sekaligus menyajikan hasil analisis dengan cara yang lebih mudah dipahami.

3.13 Teknik Analisis Data

Penelitian ini memanfaatkan analisis data deskriptif, dimana pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden berdasarkan variabel-variabel penelitian yang dipakai dalam pengujian hipotesis, dengan hasil yang disajikan dalam bentuk frekuensi (Handayani, 2020). Untuk menjawab rumusan masalah, peneliti menggunakan analisis deskriptif guna mengetahui pengaruh paparan pesan ulasan daring di akun X @ohmy_beautybank terhadap pemenuhan kebutuhan informasi produk *fashion and beauty* pengikut. Oleh karena itu, analisis ini penting dilakukan. Tahapan dalam analisis data deskriptif meliputi pengkategorian kriteria tinggi, moderat, dan rendah, menghitung distribusi frekuensi, serta memaparkan hasil analisis data.

1. Kriteria Kategorisasi

Tabel 3.6 Kriteria Kategorisasi

Kategori	Rumus
Tinggi	$m + 1SD < X$
Moderat/Sedang	$m + 1SD < X < m + SD$
Rendah	$X < m - 1SD$

Keterangan rumus:

X = Skor

m = Mean

SD = Standar Deviasi

2. Distribusi Frekuensi

Setelah melakukan perhitungan untuk mengklasifikasikan kriteria kategorisasi, hasilnya dikelompokkan menjadi tiga tingkat, yaitu tinggi, moderat/sedang, dan rendah (Kusnendi, 2017). Pengelompokan data ini direpresentasikan dalam tabel berikut.

Tabel 3.7 Distribusi Frekuensi

Kategori	Nilai
Tinggi	3
Moderat/Sedang	2
Rendah	1

Sumber: Kusnendi, 2017

3.14 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menilai apakah data yang terkumpul memiliki distribusi normal atau tidak (Rustam, Sari, & Yunita, 2018). Uji ini dapat dilakukan menggunakan analisis Kolmogorov-Smirnov, dengan ketentuan pengujian sebagai berikut:

1. Jika probabilitas lebih besar ($>$) dari 0,05, berarti data berdistribusi normal.

2. Jika probabilitas lebih kecil ($<$) dari 0,05, berarti data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan kondisi ketika terdapat hubungan linear yang sangat kuat, bahkan mendekati sempurna, di antara variabel independen dalam suatu model regresi. Suatu model dikatakan mengalami multikolinearitas apabila sebagian atau seluruh variabel independennya saling berkorelasi tinggi dalam persamaan regresi (Mardiatmoko, 2020). Dalam SPSS, multikolinearitas bisa diidentifikasi dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Pada penelitian ini, nilai VIF tidak boleh melebihi 10, karena nilai di atas batas tersebut menunjukkan regresi yang kurang optimal. Sebaliknya, jika nilai VIF berada di bawah 10 menandakan regresi memiliki kualitas yang baik.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi ketika varians residual tidak seragam untuk setiap pengamatan dalam model regresi (Mardiatmoko, 2020). Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan Uji Glejser, yaitu meregresikan variabel independen terhadap nilai absolut residual. Residual adalah selisih antara nilai variabel Y dengan nilai prediksinya, sedangkan absolut berarti nilai mutlak yang selalu positif. Apabila nilai signifikansi antara variabel independen dan absolut residual melebihi 0,05 dapat disimpulkan bahwa model tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

3.15 Uji Hipotesis

1. Uji Korelasi

Uji korelasi dipakai untuk mengukur kekuatan dan bentuk hubungan antara dua variabel secara kuantitatif (Rustam, Sari, & Yunita, 2018). Kekuatan hubungan ini dapat bervariasi dari sangat lemah, lemah, hingga kuat. Selain itu, bentuk hubungan yang dianalisis mencakup apakah korelasi

tersebut bersifat linear positif atau linear negatif. Uji korelasi dapat diukur dengan menggunakan rumus berikut.

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{[N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2][N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}$$

Keterangan rumus:

R_{xy} = Koefisien korelasi pearson

N = Jumlah responden

X = Skor pernyataan

Y = Skor total

Menurut Darmawan (2016), tingkatan koefisiensi korelasi diinterpretasikan sebagai berikut.

Tabel 3.8 Derajat Hubungan

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 - 1,00	Korelasi Sangat Tinggi
0,60 - 0,79	Korelasi Tinggi
0,40 - 0,59	Korelasi Moderat
0,20 - 0,39	Korelasi Rendah
0,01 - 0,19	Korelasi Sangat Rendah

Sumber: (Darmawan, 2016)

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dimanfaatkan untuk mengevaluasi validitas hipotesis yang diajukan, baik dalam membuktikan keakuratannya maupun mendeteksi ketidaktepatannya. Tujuan dari uji ini adalah untuk menentukan apakah setiap variabel independen dalam model regresi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara parsial (Mardiatmoko, 2020). Adapun kriteria hipotesis pada penelitian ini ditetapkan sebagai berikut.

- a. Apabila t hitung lebih besar dari nilai t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel bersifat signifikan.
 - b. Apabila t hitung lebih kecil dari nilai t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Ini menunjukkan bahwa variabel tidak memiliki signifikansi.
3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F, atau uji simultan, digunakan untuk menguji koefisien regresi guna menilai apakah variabel independen secara keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Mardiatmoko, 2020). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Rumus untuk menghitung F hitung adalah sebagai berikut.

$$F \text{ tabel} = f(K : n - K)$$

Keterangan rumus:

N = Jumlah responden

K = Jumlah variabel X

Nilai F tabel diperoleh dengan melihat ketentuan *degree of freedom*. Setelah hasilnya diketahui, nilai F hitung dapat dibandingkan dengan nilai F tabel. Keputusan diambil berdasarkan perbandingan dua nilai F tersebut. Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka hipotesis diterima dan variabel yang diuji memiliki pengaruh. Namun, jika sebaliknya maka hipotesis ditolak dan variabel yang diuji tidak memiliki pengaruh.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2) dan Adjusted R^2

Koefisien determinasi (R^2) merupakan metode yang digunakan untuk mengukur sejauh mana hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Pengujian ini bertujuan untuk menilai efektivitas dan mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Huang & Che, 2008). Untuk mengetahui persentase pengaruh variabel X

terhadap variabel Y, koefisien determinasi yang diperoleh dikalikan dengan 100%. Selain itu, adjusted R square memberikan estimasi yang lebih akurat tentang pengaruh antara variabel independen dan dependen. Ketentuan untuk menentukan besaran Koefisien Determinasi (R^2) dan Adjusted R^2 adalah sebagai berikut:

1. Korelasi antara variabel kuat jika nilai R^2 mendekati 1
2. Korelasi antara variabel lemah jika nilai R^2 menjauh dari 1

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berfokus pada penggunaan hubungan antarvariabel untuk melakukan prediksi (Rustam, Sari, & Yunita, 2018). Prediksi ini berarti bahwa jika dua variabel berkorelasi sempurna, mengetahui nilai satu skor memungkinkan prediksi yang sempurna untuk skor pada variabel kedua. Secara umum, jika dua variabel memiliki korelasi yang signifikan, peneliti dapat menggunakan skor pada satu variabel untuk memprediksi skor pada variabel lainnya. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengevaluasi hubungan linear antara dua atau lebih variabel, yaitu variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). Metode ini digunakan untuk menentukan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah hubungan tersebut bersifat positif atau negatif, serta untuk memperkirakan nilai variabel dependen berdasarkan perubahan yang terjadi pada variabel independen.

Pedoman untuk melakukan analisis regresi linear berganda berdasarkan Kusnendi (2017) yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Dari rumus tersebut, kita mengetahui bahwa β_0 adalah nilai konstan yang diperoleh, β_nX_n adalah nilai beta berdasarkan masing-masing variabel, dan e merupakan *standard error*. Penentuan keputusan dilakukan dengan mengamati arah hubungan pada setiap variabel dependen. Apabila

hubungan bersifat positif, variabel dependen dan independen bergerak searah. Sebaliknya, jika hubungan bersifat negatif, kedua variabel bergerak dalam arah yang berlawanan.