

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Menurut Creswell (2014) dan Sukardi (2009), penelitian kuantitatif korelasional merupakan jenis penelitian yang menggunakan metode statistik untuk mengukur sejauh mana pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan dari penelitian ini untuk mengumpulkan data yang dapat menunjukkan ada tidaknya hubungan serta seberapa kuat hubungan antar variabel tersebut. Dalam pendekatan korelasional, minimal terdapat dua variabel yang digunakan, yaitu variabel X sebagai variabel bebas dan variabel Y sebagai variabel terikat. Berdasarkan permasalahan dalam penelitian ini, variabel bebas yang digunakan yaitu, terpaan konten promosi, sedangkan variabel terikatnya, minat berlangganan aplikasi Netflix (Dwi Zulpani T, 2023, hlm. 11).

Penelitian korelasional adalah studi yang mengidentifikasi dan mengkaji perbedaan aspek atau karakter antara dua atau lebih variabel yang terjadi dalam sebuah kelompok tertentu. Penelitian ini akan memberikan pandangan baru dalam memahami hubungan antar variabel tersebut dan menawarkan alat analisis untuk mengukur dan memperkirakan hubungan sebab-akibat. Ini bukan termasuk ke dalam penelitian eksperimental, melainkan mengarah pada analisis statistik mengenai bagaimana variabel-variabel tersebut berkaitan dalam sebuah kelompok yang sama. Tujuan jenis penelitian ini, yaitu untuk menggambarkan atau mendeskripsikan seberapa kuat hubungan antar variabel serta dapat memprediksi seberapa jauh perubahan satu variabel dapat menjelaskan perubahan pada variabel lainnya dalam sebuah kelompok yang sama (Pratama dkk., 2023, hlm. 1755). Maka dari itu, penggunaan metode penelitian korelasional ini cocok dan sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu untuk menentukan apakah ada korelasi antara variabel X yaitu, terpaan konten promosi dan variabel Y, yaitu minat berlangganan aplikasi Netflix. Korelasi dalam penelitian ini perlu untuk dicari dan diketahui karena berguna untuk memastikan adanya hubungan antara terpaan konten promosi dengan

minat berlangganan sebelum melihat adanya pengaruh antara kedua variabel tersebut. Maka dari itu, korelasi dibutuhkan sebagai langkah awal sebelum melihat adanya pengaruh dan seberapa besar pengaruh melalui regresi.

Cara pengumpulan data yang didapat pada penelitian ini yaitu dengan cara membuat dan menyebarkan angket/kuesioner kepada responden atau disebut juga sebagai metode survei. Kuesioner ini berisi pernyataan-pernyataan yang sudah dibuat sebelumnya dan kemudian ditujukan kepada responden yang telah ditentukan berdasarkan populasi dan sampel. Pernyataan-pernyataan ini bersifat tetap dan tidak berbeda antar satu responden dan responden lainnya.

## **3.2 Populasi dan Sampel**

### **3.2.1 Populasi**

Populasi ialah keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik khusus yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti lebih jauh yang kemudian akan ditarik kesimpulannya dari hasil penelitiannya. Selain itu, populasi tidak hanya merujuk pada jumlah individu atau objek yang menjadi fokus penelitian, tetapi juga mencakup seluruh ciri dan karakteristik yang subjek atau objek tersebut miliki (Sugiyono, 2007, hlm. 80).

Pada penelitian ini, populasi yang dipilih yaitu kalangan Generasi Z dan merupakan pengikut akun Instagram @netflixid dengan kisaran usia 12-27 tahun. Generasi Z dipilih sebagai populasi penelitian ini karena Instagram merupakan media sosial favorit bagi Generasi Z dan mereka merupakan mayoritas pengguna Instagram di Indonesia (Sikumbang dkk., 2024, hlm. 11031). Akun Instagram @netflixid sendiri memiliki jumlah pengikut sebanyak 2,9 juta pengikut per 28 April 2025.

### **3.2.2 Sampel**

Sampel merupakan sebagian dari populasi. Artinya, tidak akan ada sampel jika tidak ada populasi. Sampel ditentukan oleh peneliti berdasarkan pertimbangan masalah, tujuan, hipotesis, metode, dan instrumen penelitian, di samping pertimbangan waktu, tenaga dan pembiayaan. Sampel terdiri atas subjek penelitian

(responden) yang menjadi sumber data yang terpilih dari hasil pekerjaan teknik penyampelan (teknik sampling) (Darmawan, 2013, hlm. 138).

Pengambilan sampel memerlukan teknik *sampling* untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditentukan. Terdapat dua kelompok dalam teknik pengambilan sampel. Dua kelompok tersebut yaitu, teknik *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. *Probability sampling* yaitu, sebuah teknik yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama pada semua individu dalam sebuah populasi untuk menjadi bagian dari sampel penelitian (Fachreza, K. A dkk., 2024, hlm. 110). Maka dari itu, penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel probabilitas, yaitu dengan menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel secara sederhana dan acak.

*Simple random sampling* banyak dipergunakan dalam studi kuantitatif. Berdasarkan pengertian yang diberikan oleh Singh (2003, hlm. 71), *simple random sampling* (pengambilan sampel secara sederhana dan acak) merupakan metode yang paling umum digunakan untuk menentukan sampel karena sifatnya yang sederhana dimana setiap individu dalam sebuah populasi memiliki kemungkinan yang sama untuk dipilih menjadi sampel dari sebuah populasi. *Simple random sampling* digunakan dalam penelitian ini sebagai metode untuk menentukan sampel dari populasi yang ada karena, setiap individu dalam populasi punya peluang yang sama untuk terpilih menjadi responden dalam penelitian ini. Selain itu, agar objektivitas penelitian ini tetap terjaga dan setiap sampel dapat mewakili dengan baik populasi secara keseluruhan.

Dikarenakan dalam sebuah populasi memiliki banyak sekali karakteristik yang sangat berbeda-beda, contohnya seperti, ada yang tinggi dan pendek, ada yang bekerja dan tidak bekerja, ada yang masih remaja dan dewasa, dan berbagai karakteristik lainnya yang juga memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Oleh karena itu, diperlukan karakteristik umum dari individu-individu dalam populasi tersebut yang cocok dan sesuai untuk menjadi responden dalam penelitian (Noor dkk., 2022, hlm. 79). Maka peneliti memutuskan untuk

menggunakan metode *simple random sampling* dengan kriteria umum yang telah ditentukan, sebagai berikut.

- 1) Generasi Z (usia 13-28 tahun)
- 2) Pengguna media sosial Instagram
- 3) Pengikut akun Instagram @netflixid

Menentukan jumlah sampel adalah bagian yang tidak dapat dilewatkan dalam sebuah penelitian. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan rumus Cochran untuk menentukan jumlah sampel minimal. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini jumlah populasi belum ketahui secara pasti, maka dari itu menggunakan rumus Cochran untuk mendapatkan jumlah sampel (Ahmed, S. K., 2024, hlm. 5). Peneliti membutuhkan sampel dengan kriteria yang telah disebutkan di atas, yaitu Generasi Z yang menggunakan Instagram dan mengikuti akun Instagram @netflixid.

$$n_o = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

Keterangan:

- $N_o$  = Ukuran sampel  
 $Z^2$  = 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*)

Dengan menggunakan jumlah populasi diatas, maka jumlah perhitungan untuk sampel dalam penelitian ini menjadi:

$$n_o = \frac{1.96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2}$$

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

$$n_o = 384,16$$

Dari perhitungan tersebut, terkait jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 384,16. Namun, untuk mempermudah pengambilan sampel, peneliti membulatkan sampel menjadi sebanyak 400 responden.

### 3.3 Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan responden sebanyak 400 orang yang telah mengisi kuesioner sesuai dengan kriteria responden yang telah ditentukan sebelumnya. Fokus utama penelitian ini, yaitu pada pengikut akun Instagram @netflixid yang selanjutnya akan dijelaskan lebih rinci berdasarkan karakteristik responden seperti jenis kelamin, usia, dan status pekerjaannya.

#### 3.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Peneliti menetapkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan. Pemilihan klasifikasi ini didasarkan pada jenis kelamin yang diakui secara resmi di Indonesia (Philippa dkk., 2021, hlm. 613. Pengklasifikasian ini berguna untuk membantu peneliti dalam mengidentifikasi kelompok pengikut akun Instagram @netflixid berdasarkan jenis kelaminnya. Berikut ini merupakan hasil kuesioner yang dikategorikan menurut jenis kelamin responden.

**Tabel 3. 1 Data Kuesioner Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Jumlah     | Presentase  |
|---------------|------------|-------------|
| Laki Laki     | 120        | 30%         |
| Perempuan     | 280        | 70%         |
| <b>Total</b>  | <b>400</b> | <b>100%</b> |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025

Berdasarkan data dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa pengikut Instagram @netflixid berjenis kelamin perempuan diperoleh sebanyak 280 responden atau 70% dalam bentuk persentase dari total 400 responden. Disisi lain, jenis kelamin laki-laki diperoleh sebanyak 120 responden atau 30% dalam bentuk persentase dari total 400 responden.

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa pengikut akun Instagram @netflixid lebih banyak didominasi oleh perempuan dibandingkan dengan laki-laki. Hal ini selaras dengan beberapa penelitian terdahulu yang juga meneliti akun Instagram @netflixid. Penelitian tersebut mengatakan bahwa responden penelitian mereka yang merupakan pengikut akun Instagram @netflixid didominasi oleh perempuan (Banowo, 2023, hlm. 104; Joshua & Junaidi, 2022, hlm. 75; Nurman, 2022, hlm. 217).

### 3.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Peneliti melakukan klasifikasi data berdasarkan rentang usia untuk mengetahui sebaran usia dan juga usia dominan di kalangan kriteria responden pada penelitian ini, yaitu Gen Z yang mengikuti akun Instagram Netflix Indonesia. Rentang usia Gen Z ini dibagi ke dalam tiga kelas interval agar mempermudah proses penjelasan dan analisis mengenai kelompok usia mana yang dominan menjadi pengikut akun Instagram Netflix Indonesia dalam penelitian ini. Tiga interval usia Gen Z yang digunakan, yaitu usia 13-17 tahun, 18-22 tahun, 23-28 tahun. Berikut ini hasil kuesioner yang dikategorikan berdasarkan berdasarkan usia responden.

**Tabel 3. 2 Data Kuesioner Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| Usia         | Jumlah     | Presentase  |
|--------------|------------|-------------|
| 13-17 Tahun  | 37         | 9,3%        |
| 18-22 Tahun  | 267        | 66,8%       |
| 23-28 Tahun  | 96         | 24%         |
| <b>Total</b> | <b>400</b> | <b>100%</b> |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025

Berdasarkan data dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa pengikut akun Instagram Netflix Indonesia yang berusia 13-17 tahun sebanyak 37 responden dengan persentase 9,3% dari total 400 responden. Selanjutnya, usia 18-22 tahun diperoleh sebanyak 267 responden dengan persentase 66,8% dari total 400

responden. Terakhir, usia 23-28 tahun diperoleh sebanyak 96 responden dengan persentase 24% dari total 400 responden.

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa pengikut akun Instagram Netflix Indonesia dalam penelitian ini lebih banyak didominasi oleh Gen Z dengan rentang usia 18-22 tahun. Hal ini selaras dengan data dari GoodStats yang bersumber dari Indonesia Millennial & Gen Z Report 2024, yang mengatakan bahwa pengguna aplikasi Netflix didominasi oleh Gen Z berusia 16-20 tahun. Selain itu, hal tersebut juga selaras dengan penelitian terdahulu yang juga meneliti akun Instagram Netflix Indonesia. Penelitian tersebut mengatakan bahwa responden penelitiannya yang merupakan pengikut akun Instagram @netflixid didominasi oleh Gen Z yang berusia 21-24 tahun (Banowo, 2023, hlm. 104).

### 3.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Pada bagian ini, peneliti akan menjelaskan karakteristik responden pengikut akun Instagram Netflix Indonesia berdasarkan status pekerjaan responden. Analisis dan penjelasan ini bertujuan untuk mengetahui jenis status pekerjaan yang paling banyak atau dominan diantara responden penelitian ini. Berikut ini data disajikan dalam bentuk tabel.

**Tabel 3. 3 Data Kuesioner Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan**

| Status Pekerjaan  | Jumlah     | Presentase  |
|-------------------|------------|-------------|
| Pelajar/Mahasiswa | 304        | 76%         |
| Bekerja           | 94         | 23,5%       |
| Tidak Bekerja     | 2          | 0,5%        |
| <b>Total</b>      | <b>400</b> | <b>100%</b> |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025

Berdasarkan data dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa pengikut akun Instagram Netflix Indonesia yang berstatus pekerjaannya sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 304 responden atau dengan persentase sebesar 76% dari total 400 responden. Kemudian, yang berstatus pekerjaan dengan kategori bekerja sebanyak 94 responden atau dengan persentase sebesar 23,5% dari total 400

responden. Terakhir, yang berstatus pekerjaan dengan kategori tidak bekerja sebanyak 2 responden atau dengan persentase sebesar 0,5% dari total 400 responden.

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa pengikut akun Instagram Netflix Indonesia dalam penelitian ini lebih banyak didominasi oleh responden yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa. Hal ini selaras dengan beberapa penelitian terdahulu yang juga meneliti akun Instagram @netflixid. Penelitian tersebut mengatakan bahwa responden penelitian mereka yang merupakan pengikut akun Instagram @netflixid didominasi oleh responden yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa (Banowo, 2023, hlm. 104; Joshua & Junaidi, 2022, hlm. 75; Nurman, 2022, hlm. 217)

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Kuesioner**

Kuesioner/angket merupakan salah satu teknik atau cara untuk mengumpulkan data. Kuesioner/angket dilakukan dengan cara memberi beberapa pernyataan atau pernyataan dan kemudian pernyataan tersebut diberikan kepada responden untuk dijawab sesuai keadaan responden apa adanya pada saat mengisi kuesioner. Salah satu teknik atau cara untuk mengumpulkan data atau informasi dengan efektif dan efisien dapat dilakukan dengan menggunakan kuesioner jika peneliti sangat mengetahui dan memahami variabel yang akan diukur serta mengetahui apa yang bisa diharapkan dari responden (Prawiyogi dkk., 2021, hlm. 449).

Sejalan dengan pernyataan diatas, maka penelitian ini akan menggunakan kuesioner secara *online* dengan bantuan *Google Form* untuk memudahkan peneliti ketika menyebar dan memberikan kuesioner kepada responden. Bentuk kuesioner ini memuat pernyataan dengan pilihan jawaban (terukur) untuk dipilih oleh responden. Peneliti memberikan kuesioner kepada responden Gen Z dengan kisaran usia 12-27 tahun yang mengikuti akun Instagram @netflixid.

Sebelum mengambil data, peneliti melakukan uji terhadap pernyataan-pernyataan kuesioner ini, yakni uji validitas dan uji reliabilitas. Tujuannya agar kuesioner ini dapat menjadi alat ukur yang sah dan dapat menjamin kualitas serta keakuratan data pada penelitian ini. Pada pengujian validitas dan reliabilitas, penulis membuat 60 butir pernyataan yang terdiri dari 30 butir pernyataan pada variabel terpaan konten promosi dan 30 butir pernyataan pada variabel minat berlangganan, yang kemudian disebarakan kepada sebanyak 30 responden. Kemudian, dari hasil kedua uji tersebut, peneliti mendapatkan total 42 butir pernyataan yang valid dan reliabel yang terdiri dari 21 butir pernyataan pada variabel terpaan konten promosi dan 21 butir pernyataan pada variabel minat berlangganan.

Setelah kuesioner valid dan reliabel, peneliti mulai menyebarkan kuesioner, dengan menggunakan tautan Google Form kuesioner secara online melalui media sosial WhatsApp, Instagram, dan X untuk menjangkau responden. Peneliti memanfaatkan berbagai fitur media sosial seperti Status WhatsApp, Instagram *Story*, dan *Direct Message* untuk mempermudah proses penyebaran kuesioner.

Sebelum mengisi kuesioner, pada halaman pertama, peneliti memberikan informasi singkat mengenai maksud dan tujuan peneliti ingin mengumpulkan data dari responden, kemudian terdapat izin dan kesediaan responden untuk mengisi kuesioner ini, juga peneliti menjamin kerahasiaan data pribadi responden. Terdapat panduan atau petunjuk singkat untuk pengisian kuesioner yang ditujukan kepada responden agar dapat dipahami dengan baik tata cara pengisian kuesioner penelitian ini.

Peneliti berhasil mengumpulkan sebanyak 400 responden dalam kurun waktu kurang lebih 1 bulan dari pertengahan bulan Mei hingga pertengahan bulan Juni. Setelahnya, peneliti langsung mengolah data-data tersebut dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 25 untuk mempermudah peneliti dalam melakukan uji asumsi klasik dan uji hipotesis di bab IV.

### 3.4.2 Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data lainnya untuk mendukung dan memperkuat data penelitian pada penelitian ini, peneliti juga menggunakan studi pustaka. Studi pustaka merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang bersumber dari buku, jurnal, dan berbagai literatur lainnya yang relevan dengan permasalahan dalam sebuah penelitian (Warnita dkk., 2021, hlm. 49). Dengan demikian, peneliti menggunakan studi pustaka sebagai teknik pengumpulan data untuk mengkaji landasan teori dalam penelitian ini dari berbagai literatur dan untuk memperkuat data penelitian, serta digunakan untuk memperjelas definisi operasional variabel penelitian. Selain itu, studi pustaka diperlukan untuk membandingkan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini.

Untuk mempermudah peneliti dalam pencarian sumber literatur, peneliti merumuskan kata kunci yang relevan dengan topik dan konsep penelitian ini, contohnya seperti, terpaan media, terpaan konten promosi, minat berlangganan, teori S-O-R, media sosial, komunikasi pemasaran, dan lain sebagainya. Peneliti mencari jurnal relevan melalui beberapa *website* yang dapat diakses seperti, Google Scholar, ResearchGate, JSTOR, dan lain-lain. Selain menggunakan jurnal, peneliti juga menggunakan buku sebagai rujukan literatur, contohnya seperti buku mengenai Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D karya prof Sugiyono, *Encyclopedia of communication theory* oleh Littlejohn dan buku-buku lainnya. Buku-buku tersebut digunakan sebagai acuan teori dasar, terutama mengenai konsep-konsep operasional variabel dalam penelitian ini.

### 3.5 Skala Pengukuran Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert sebagai alat ukur variabel penelitian. Skala likert merupakan metode pengukuran yang digunakan untuk menilai pendapat, sikap, perilaku, dan persepsi individu terhadap suatu hal. Skala ini umum dipakai dalam pengumpulan data melalui kuesioner (Pranatawijaya dkk., 2019, hlm. 129). Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang dimana terdapat pilihan jawaban untuk menjawab setiap pernyataan yang tersedia di kuesioner. Pilihan jawaban yang tersedia dalam pengukuran skala likert ada

empat, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pada umumnya, terdapat dua macam pernyataan dalam pengukuran menggunakan skala likert, yaitu pernyataan positif dan negatif. Pertama, pengukuran skala positif dipergunakan untuk pernyataan positif. Kemudian yang kedua, pengukuran skala negatif dipergunakan untuk pernyataan negatif. Skala yang diberikan untuk pernyataan positif dimulai dari angka 5, 4, 3, 2, dan 1. Sebaliknya, skala yang dimulai dari angka 1, 2, 3, 4, dan 5 diberikan untuk pernyataan negatif (Nazhifatin Khair & Soleh, 2021, hlm. 317).

Adanya variasi tingkatan pada pilihan jawaban tersebut, peneliti dapat memahami kecenderungan sikap responden lebih lanjut daripada hanya menerima jawaban “ya” atau “tidak”. Selain itu, skala ini juga mempermudah proses kuantifikasi data karena setiap pilihan jawaban dapat diberi skor angka/numerik dari 1 sampai 5, sehingga dapat dianalisis secara statistik. Penggunaan skala Likert sangat berguna dalam penelitian sosial yang menilai pengaruh atau hubungan antar variabel karena mampu menunjukkan tingkat intensitas responden terhadap suatu fenomena dalam konteks penelitian ini, terpaan konten promosi dan minat berlangganan aplikasi Netflix.

**Tabel 3. 4 Skala Penilaian Skala Likert**

| Pilihan Jawaban     | Bobot Penilaian |
|---------------------|-----------------|
| Sangat Setuju       | 5               |
| Setuju              | 4               |
| Netral              | 3               |
| Tidak Setuju        | 2               |
| Sangat Tidak Setuju | 1               |

### 3.6 Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu terpaan konten promosi (X) dan minat berlangganan aplikasi Netflix (Y). Variabel terpaan konten promosi dengan sub variabel durasi, frekuensi, dan atensi. Sedangkan variabel minat

berlangganan aplikasi Netflix dengan sub variabel minat berlangganan terdapat sub variabel minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, minat eksploratif.

### 3.6.1 Variabel X

Variabel X atau variabel bebas atau disebut juga variabel independen pada penelitian ini yaitu terpaan konten promosi. Dalam variabel daya tarik iklan terdapat sub variabel durasi, frekuensi, dan atensi. Jika dituliskan dalam tabel, maka variabel X (terpaan konten promosi) pada penelitian ini adalah seperti berikut ini.

**Tabel 3. 5 Operasionalisasi Variabel (X) Terpaan Konten Promosi**

| Variabel Penelitian        | Sub Variabel | Indikator                                                                                                                                               | Pernyataan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Skala  |
|----------------------------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Terpaan Konten Promosi (X) | Durasi       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Waktu yang dihabiskan</li> <li>Lamanya paparan konten promosi</li> <li>Durasi menonton konten promosi</li> </ul> | <ol style="list-style-type: none"> <li>Saya menghabiskan waktu lebih dari 2,5 jam untuk mengakses Instagram dalam sehari.</li> <li>Saya memerlukan waktu yang lama untuk mencermati informasi atau detail dalam konten promosi film/serial @netflixid di Instagram.</li> <li>Saya menonton keseluruhan durasi video konten promosi film/serial @netflixid di Instagram.</li> <li>Saya menonton konten video promosi</li> </ol> | Likert |

| Variabel Penelitian | Sub Variabel | Indikator | Pernyataan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Skala |
|---------------------|--------------|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|                     |              |           | <p>film/serial @netflixid di Instagram berulang kali.</p> <p>5. Saya merasa durasi waktu yang saya habiskan untuk melihat konten promosi film/serial @netflixid di Instagram lebih lama dibandingkan dengan konten promosi film/serial dari akun lain yang serupa.</p> <p>6. Saya meluangkan waktu untuk memperhatikan, membaca, dan menggeser hingga akhir postingan carousel konten promosi film/serial @netflixid di Instagram.</p> <p>7. Saya meluangkan waktu untuk melihat beberapa konten promosi film/serial @netflixid di</p> |       |

| Variabel Penelitian | Sub Variabel | Indikator                                                                                                                                                        | Pernyataan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Skala |
|---------------------|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|                     |              |                                                                                                                                                                  | Instagram dalam satu waktu.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |       |
|                     | Frekuensi    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frekuensi mengakses</li> <li>• Frekuensi melihat konten promosi</li> <li>• Intensitas paparan konten promosi</li> </ul> | <p>8. Saya mengakses akun Instagram @netflixid setiap hari.</p> <p>9. Saya mengakses Instagram @netflixid untuk melihat konten promosi film/serial terbaru.</p> <p>10. Saya melihat konten promosi film/serial @netflixid yang muncul di beranda Instagram saya setiap hari.</p> <p>11. Saya melihat konten promosi film/serial @netflixid setiap kali membuka aplikasi Instagram.</p> <p>12. Saya lebih banyak melihat konten promosi film/serial @netflixid dibandingkan dengan konten-konten lain di Instagram.</p> |       |

| Variabel Penelitian | Sub Variabel | Indikator                                                                                                                                                                  | Pernyataan                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Skala |
|---------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|                     |              |                                                                                                                                                                            | <p>13. Dalam sehari, saya melihat lebih dari satu konten promosi film/serial dalam bentuk reels yang dibagikan oleh @netflixid di Instagram.</p> <p>14. Dalam sehari, saya melihat lebih dari satu konten promosi film/serial dalam bentuk <i>carousel</i> dari @netflixid di Instagram.</p> |       |
|                     | Atensi       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fokus terhadap konten promosi</li> <li>• Ketertarikan pada konten promosi</li> <li>• Keterlibatan dalam konten promosi</li> </ul> | <p>15. Saya memberikan perhatian penuh ketika melihat konten promosi film/serial @netflixid di Instagram.</p> <p>16. Saya membaca dan memperhatikan keseluruhan tulisan/teks pada postingan konten promosi film/serial</p>                                                                   |       |

| Variabel Penelitian | Sub Variabel | Indikator | Pernyataan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Skala |
|---------------------|--------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|                     |              |           | <p>@netflixid di Instagram.</p> <p>17. Saya memperhatikan detail informasi yang disampaikan dalam <i>caption</i> postingan konten promosi film/serial @netflixid di Instagram.</p> <p>18. Saya memberikan <i>like</i> pada konten promosi film/serial @netflixid di Instagram.</p> <p>19. Saya memberikan komentar pada konten promosi film/serial @netflixid di Instagram.</p> <p>20. Saya menyimpan konten promosi film/serial @netflixid di Instagram yang menarik bagi saya.</p> <p>21. Saya suka membagikan konten promosi film/serial Instagram @netflixid melalui Instagram pribadi saya karena</p> |       |

| Variabel Penelitian | Sub Variabel | Indikator | Pernyataan                                         | Skala |
|---------------------|--------------|-----------|----------------------------------------------------|-------|
|                     |              |           | kontennya menghibur dan relevan dengan minat saya. |       |

### 3.6.2 Variabel Y

Variabel Y atau variabel terikat atau disebut juga variabel dependen pada penelitian ini adalah minat berlangganan aplikasi Netflix. Dalam variabel minat berlangganan terdapat sub variabel minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, minat eksploratif. Jika digambarkan dalam tabel, maka variabel Y (minat berlangganan aplikasi Netflix) pada penelitian ini, yaitu seperti berikut ini.

**Tabel 3. 6 Operasionalisasi Variabel (Y) Minat Berlangganan Aplikasi Netflix**

| Variabel Penelitian                     | Sub Variabel        | Indikator                                                                                                                     | Pernyataan                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Skala  |
|-----------------------------------------|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Minat Berlangganan Aplikasi Netflix (Y) | Minat transaksional | <ul style="list-style-type: none"> <li>Keinginan untuk berlangganan</li> <li>Kesediaan membayar untuk berlangganan</li> </ul> | <ol style="list-style-type: none"> <li>Setelah melihat konten promosi film/serial @netflixid di Instagram, saya mempertimbangkan untuk memperoleh langganan aplikasi Netflix agar dapat menonton film/serial tersebut.</li> <li>Informasi tentang film/serial yang dipromosikan di Instagram @netflixid</li> </ol> | Likert |

| Variabel Penelitian | Sub Variabel | Indikator | Pernyataan                                                                                                                                                                 | Skala |
|---------------------|--------------|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|                     |              |           | meningkatkan keinginan saya untuk memiliki akses ke aplikasi Netflix.                                                                                                      |       |
|                     |              |           | 3. Setelah melihat konten promosi film/serial @netflixid di Instagram membuat saya ingin mengetahui lebih lanjut cara berlangganan aplikasi Netflix.                       |       |
|                     |              |           | 4. Saya mencari informasi mengenai biaya berlangganan aplikasi Netflix setelah melihat konten promosi film/serial @netflixid di Instagram.                                 |       |
|                     |              |           | 5. Saya berencana untuk berlangganan aplikasi Netflix dalam waktu dekat setelah beberapa kali melihat konten promosi film/serial yang ditampilkan @netflixid di Instagram. |       |

| Variabel Penelitian | Sub Variabel      | Indikator                                                                                                                               | Pernyataan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Skala |
|---------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|                     | Minat referensial | <ul style="list-style-type: none"> <li>Keinginan merekomendasikan</li> <li>Berbagi informasi</li> <li>Memengaruhi orang lain</li> </ul> | <p>6. Saya ingin merekomendasikan aplikasi Netflix kepada teman-teman setelah melihat konten promosi film/serial @netflixid di Instagram.</p> <p>7. Saya ingin merekomendasikan aplikasi Netflix kepada keluarga setelah melihat konten promosi film/serial @netflixid di Instagram.</p> <p>8. Setelah banyak melihat konten @netflixid di Instagram, saya ingin memengaruhi orang lain untuk berlangganan Netflix.</p> <p>9. Cuplikan film/serial Netflix dalam konten promosi film/serial @netflixid di Instagram membantu saya untuk</p> |       |

| Variabel Penelitian | Sub Variabel       | Indikator                                                                                                                                          | Pernyataan                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Skala |
|---------------------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|                     |                    |                                                                                                                                                    | <p>merekomendasikannya kepada orang lain.</p> <p>10. Saya membagikan ulasan tentang film/serial yang saya sukai dengan <i>repost</i> konten promosi film/serial tersebut dari @netflixid di Instagram, agar para pengikut saya tertarik untuk menontonnya juga.</p>                                                      |       |
|                     | Minat preferensial | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preferensi terhadap Netflix</li> <li>• Prioritas penggunaan</li> <li>• Keyakinan pada kualitas</li> </ul> | <p>11. Dibandingkan layanan <i>streaming</i> film/serial lain, saya lebih tertarik untuk berlangganan aplikasi Netflix setelah melihat konten promosi film/serial @netflixid di Instagram.</p> <p>12. Konten promosi film/serial di Instagram @netflixid membuat saya yakin bahwa aplikasi Netflix memiliki kualitas</p> |       |

| Variabel Penelitian | Sub Variabel | Indikator | Pernyataan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Skala |
|---------------------|--------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|                     |              |           | <p>yang lebih baik dibandingkan layanan <i>streaming</i> film/serial lainnya.</p> <p>13. Saya merasa bahwa aplikasi Netflix adalah aplikasi yang paling sesuai untuk menonton film/serial yang saya suka berdasarkan konten promosi film/serial yang saya lihat di Instagram @netflixid.</p> <p>14. Setelah melihat konten promosi film/serial @netflixid di Instagram, saya lebih menyukai film/serial yang ditawarkan aplikasi Netflix dibandingkan aplikasi lain.</p> <p>15. Saya memiliki kecenderungan yang lebih kuat untuk berlangganan aplikasi Netflix dibandingkan aplikasi lain setelah</p> |       |

| Variabel Penelitian | Sub Variabel      | Indikator                                                                             | Pernyataan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Skala |
|---------------------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|                     |                   |                                                                                       | melihat promosi film/serial @netflixid di Instagram.<br>16. Setelah melihat konten promosi film/serial @netflixid di Instagram, saya merasa bahwa waktu luang saya lebih baik dihabiskan untuk menonton film/serial di aplikasi Netflix dibandingkan aplikasi lain.<br>17. Setelah melihat konten promosi film/serial @netflixid di Instagram, Saya memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap pengalaman menonton film/serial di aplikasi Netflix. |       |
|                     | Minat eksploratif | <ul style="list-style-type: none"> <li>Keinginan mencari tahu lebih lanjut</li> </ul> | 18. Setelah melihat konten promosi film/serial di Instagram @netflixid, saya tertarik untuk                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |       |

| Variabel Penelitian | Sub Variabel | Indikator                                                             | Pernyataan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Skala |
|---------------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|                     |              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Eksplorasi tayangan</li> </ul> | <p>mencari informasi lebih detail mengenai film/serial tersebut.</p> <p>19. Setelah melihat konten promosi film/serial di Instagram @netflixid, saya ingin mencari tahu lebih banyak tentang film/serial lain yang tersedia di aplikasi Netflix.</p> <p>20. Informasi tentang genre film/serial yang sebelumnya tidak pernah saya coba tonton, yang saya temukan melalui konten promosi film/serial @netflixid di Instagram, membuat saya tertarik untuk menonton film/serial tersebut di aplikasi Netflix.</p> <p>21. Saya memiliki keinginan untuk melihat rekomendasi film lain di aplikasi</p> |       |

| Variabel Penelitian | Sub Variabel | Indikator | Pernyataan                                                                           | Skala |
|---------------------|--------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|                     |              |           | Netflix setelah melihat konten promosi film/serial tertentu di Instagram @netflixid. |       |

### 3.7 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian meliputi rangkaian proses penelitian yang dimulai dari perancangan penelitian, pelaksanaan penelitian, menganalisis data yang didapat dari hasil penelitian, hingga menyusun laporan dan mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diperoleh. Berikut merupakan susunan dari prosedur penelitian kuantitatif menurut Arikunto (2007) dalam (Irfan Syahroni dkk., 2022, hlm. 46).

- 1) Mencari dan menentukan masalah penelitian.
- 2) Mengkaji penelitian terdahulu.
- 3) Membuat rumusan masalah penelitian.
- 4) Membuat dugaan sementara atau hipotesis penelitian.
- 5) Menentukan pendekatan yang sesuai untuk digunakan dalam penelitian.
- 6) Membuat variabel dan sumber data penelitian.
- 7) Membuat atau merangkai instrumen penelitian.
- 8) Mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian.
- 9) Menganalisis data yang diperoleh.
- 10) Menarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh.
- 11) Menulis dan menyusun laporan penelitian.

### 3.8 Pengujian Instrumen Penelitian

Terdapat uji validitas dan reliabilitas dalam pengujian instrumen penelitian pada penelitian ini. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian yang tujuannya untuk menilai kualitas penelitian yang menunjukkan seberapa baik

dan sesuaiya suatu metode atau teknik pengukuran tersebut (Slamet, R., & Wahyuningsih, S., 2022, hlm. 52).

### 3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu alat ukur untuk menguji keabsahan suatu variabel pada instrumen penelitian berupa angket atau kuesioner. Kuesioner atau angket dapat dikatakan benar atau valid apabila kuesioner tersebut telah tepat dalam mengukur apa yang ingin atau yang seharusnya diukur. Fungsi dari uji validitas instrumen penelitian ini, yaitu untuk mencegah dan memperbaiki pernyataan-pernyataan yang tidak jelas serta memiliki penafsiran ganda atau rancu. Selain itu, menambah pernyataan jika diperlukan atau mengurangi pernyataan yang tidak relevan, dan yang paling utama adalah untuk mengetahui keabsahan atau validitas instrumen tersebut. Untuk mendapatkan data penelitian yang benar dan valid, maka membutuhkan instrumen penelitian yang valid pula (Hertiwi Khasanah dkk., 2021, hlm. 404). Maka dari itu, diperlukan uji validitas untuk mengukur dan mengetahui keabsahan instrumen penelitian.

Pengujian validitas instrumen pada penelitian ini akan menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Science*) sebagai alat bantu untuk menghitung dan menganalisis data statistik. Berikut merupakan rumus yang digunakan untuk menguji kuesioner atau angket pernyataan, yaitu rumus *product moment* atau korelasi *pearson* (Slamet, R., & Wahyuningsih, S., 2022, hlm. 52).

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

#### Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi variabel X dan Y

N = banyaknya responden

$\sum X$  = jumlah skor butir soal

$\sum Y$  = jumlah skor total soal

$\sum X^2$  = jumlah skor kuadrat butir soal

$\Sigma Y^2$  = jumlah skor total kuadrat butir soal

### Ketentuan Uji Validitas:

Jika  $\text{Sig} < 0.05$ , maka butir pernyataan instrumen valid

Jika  $\text{Sig} > 0.05$ , maka butir pernyataan instrumen tidak valid

Selain ditentukan oleh nilai signifikansi, uji validitas juga dapat ditentukan oleh nilai rhitung. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan instrumen dapat dinyatakan valid. Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 0,05 atau 5% dan menggunakan sebanyak 30 responden untuk pengujian ini. Sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Selanjutnya untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner penelitian ini dilakukan perbandingan antara nilai rhitung dan  $r_{tabel}$  serta nilai signifikansi yang diperoleh.

Terdapat 30 responden yang telah mengisi kuesioner dengan pernyataan variabel terpaan konten promosi (X) sebanyak 21 butir dan pernyataan variabel minat berlangganan aplikasi Netflix (Y) sebanyak 21 butir. Sehingga, jika ditotalkan menjadi sebanyak 42 butir pernyataan. Berikut ini hasil pengujian validitas dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS 25.

**Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas**

| Variabel                   | Butir Item | rhitung | Pengujian            | Sig-(2 tailed) | Kesimpulan |
|----------------------------|------------|---------|----------------------|----------------|------------|
| Terpaan Konten Promosi (X) | X1         | 0,677   | $r_{hitung} > 0,361$ | $0,000 < 0,05$ | Valid      |
|                            | X2         | 0,564   | $r_{hitung} > 0,361$ | $0,001 < 0,05$ |            |
|                            | X3         | 0,520   | $r_{hitung} > 0,361$ | $0,003 < 0,05$ |            |
|                            | X4         | 0,686   | $r_{hitung} > 0,361$ | $0,000 < 0,05$ |            |
|                            | X5         | 0,506   | $r_{hitung} > 0,361$ | $0,004 < 0,05$ |            |
|                            | X6         | 0,622   | $r_{hitung} > 0,361$ | $0,000 < 0,05$ |            |
|                            | X7         | 0,498   | $r_{hitung} > 0,361$ | $0,005 < 0,05$ |            |
|                            | X8         | 0,492   | $r_{hitung} > 0,361$ | $0,006 < 0,05$ |            |
|                            | X9         | 0,650   | $r_{hitung} > 0,361$ | $0,000 < 0,05$ |            |

| Variabel                                | Butir Item | rhitung | Pengujian       | Sig-(2 tailed) | Kesimpulan |
|-----------------------------------------|------------|---------|-----------------|----------------|------------|
|                                         | X10        | 0,585   | rhitung > 0,361 | 0,001 < 0,05   |            |
|                                         | X11        | 0,671   | rhitung > 0,361 | 0,000 < 0,05   |            |
|                                         | X12        | 0,746   | rhitung > 0,361 | 0,000 < 0,05   |            |
|                                         | X13        | 0,542   | rhitung > 0,361 | 0,002 < 0,05   |            |
|                                         | X14        | 0,682   | rhitung > 0,361 | 0,000 < 0,05   |            |
|                                         | X15        | 0,517   | rhitung > 0,361 | 0,003 < 0,05   |            |
|                                         | X16        | 0,657   | rhitung > 0,361 | 0,000 < 0,05   |            |
|                                         | X17        | 0,598   | rhitung > 0,361 | 0,000 < 0,05   |            |
|                                         | X18        | 0,629   | rhitung > 0,361 | 0,000 < 0,05   |            |
|                                         | X19        | 0,598   | rhitung > 0,361 | 0,000 < 0,05   |            |
|                                         | X20        | 0,543   | rhitung > 0,361 | 0,002 < 0,05   |            |
|                                         | X21        | 0,698   | rhitung > 0,361 | 0,000 < 0,05   |            |
| Minat Berlangganan Aplikasi Netflix (Y) | Y1         | 0,449   | rhitung > 0,361 | 0,013 < 0,05   | Valid      |
|                                         | Y2         | 0,408   | rhitung > 0,361 | 0,025 < 0,05   |            |
|                                         | Y3         | 0,466   | rhitung > 0,361 | 0,009 < 0,05   |            |
|                                         | Y4         | 0,454   | rhitung > 0,361 | 0,012 < 0,05   |            |
|                                         | Y5         | 0,552   | rhitung > 0,361 | 0,002 < 0,05   |            |
|                                         | Y6         | 0,467   | rhitung > 0,361 | 0,009 < 0,05   |            |
|                                         | Y7         | 0,457   | rhitung > 0,361 | 0,011 < 0,05   |            |
|                                         | Y8         | 0,393   | rhitung > 0,361 | 0,032 < 0,05   |            |
|                                         | Y9         | 0,570   | rhitung > 0,361 | 0,001 < 0,05   |            |
|                                         | Y10        | 0,424   | rhitung > 0,361 | 0,019 < 0,05   |            |
|                                         | Y11        | 0,526   | rhitung > 0,361 | 0,003 < 0,05   |            |
|                                         | Y12        | 0,573   | rhitung > 0,361 | 0,001 < 0,05   |            |
|                                         | Y13        | 0,673   | rhitung > 0,361 | 0,000 < 0,05   |            |
|                                         | Y14        | 0,537   | rhitung > 0,361 | 0,002 < 0,05   |            |
|                                         | Y15        | 0,636   | rhitung > 0,361 | 0,000 < 0,05   |            |
|                                         | Y16        | 0,594   | rhitung > 0,361 | 0,001 < 0,05   |            |

| Variabel | Butir Item | rhitung | Pengujian       | Sig-(2 tailed) | Kesimpulan |
|----------|------------|---------|-----------------|----------------|------------|
|          | Y17        | 0,367   | rhitung > 0,361 | 0,046 < 0,05   |            |
|          | Y18        | 0,600   | rhitung > 0,361 | 0,000 < 0,05   |            |
|          | Y19        | 0,461   | rhitung > 0,361 | 0,010 < 0,05   |            |
|          | Y20        | 0,501   | rhitung > 0,361 | 0,005 < 0,05   |            |
|          | Y21        | 0,461   | rhitung > 0,361 | 0,010 < 0,05   |            |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel hasil pengujian di atas, dapat disimpulkan bahwa uji validitas terhadap 42 butir pernyataan variabel terpaan konten promosi (X) dan variabel minat berlangganan aplikasi Netflix (Y) yang ditujukan kepada 30 responden diperoleh sebanyak 42 butir atau seluruh butir pernyataan instrumen tersebut dinyatakan valid. Dengan demikian, instrumen penelitian dapat dikatakan valid dan bisa dijadikan alat ukur untuk penelitian ini.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Melalui pengujian ini dapat diketahui konsistensi dari suatu metode pengukuran dalam waktu yang berbeda-beda. Suatu penelitian bisa dikatakan reliabel yaitu jika hasil yang didapat adalah konsisten dengan menggunakan metode yang sama serta dalam kondisi yang sama. Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa uji reliabilitas merupakan uji atau tes untuk mengukur konsistensi suatu alat ukur atau instrumen penelitian. Jika mendapatkan hasil yang relatif sama atau konsisten, maka alat ukur tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi. Uji reliabilitas instrumen penelitian kuesioner pada penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dengan melihat hasil dari *Cronbach's Alpha* yang didapat, serta menggunakan alat bantu SPSS untuk mengolah dan menganalisis data (Slamet, R., & Wahyuningsih, S., 2022, hlm. 53).

#### Ketentuan Uji Reliabilitas:

Jika *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka instrumen penelitian reliabel dan cukup/dapat diterima sebagai instrumen final.

Jika *Cronbach's Alpha*  $< 0,60$  maka instrumen penelitian tidak reliabel dan tidak cukup/tidak dapat diterima sebagai instrumen final.

Berikut ini merupakan panduan untuk menentukan tinggi rendahnya reliabilitas berdasarkan nilai koefisien alpha yang diperoleh (Sanaky dkk., 2021, hlm. 343).

- a.  $> 0,90$  = Reliabilitas sempurna
- b.  $0,70 - 0,90$  = Reliabilitas baik/tinggi
- c.  $0,50 - 0,70$  = Reliabilitas moderat/sedang
- d.  $< 0,50$  = Tidak reliabilitas

**Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel                                | Cronbach Alpha | Kesimpulan  |
|-----------------------------------------|----------------|-------------|
| Terpaan Konten Promosi (X)              | 0,911          | Baik/tinggi |
| Minat Berlangganan Aplikasi Netflix (Y) | 0,861          | Baik/tinggi |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel hasil pengujian di atas, dapat dilihat bahwa variabel terpaan konten promosi (X) diperoleh nilai reliabilitas sebesar 0,911 ( $> 0,60$ ) dan variabel minat berlangganan aplikasi Netflix (Y) diperoleh nilai reliabilitas sebesar 0,861 ( $> 0,60$ ). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa variabel X dan Y dalam instrumen penelitian ini reliabel dan termasuk ke dalam kategori reliabilitas baik/tinggi. Sehingga peneliti dapat melanjutkan penelitian ke tahap berikutnya, yaitu mengumpulkan data dengan menyebarkan instrumen yang telah di uji kepada pengikut akun Instagram @netlixid.

### 3.9 Teknik Analisis Data

#### 3.9.1 Analisis Statistika Deskriptif

Analisis statistika deskriptif merupakan teknik analisis data yang berfungsi untuk memberikan gambaran atau deskripsi yang jelas mengenai variabel-variabel yang diteliti. Teknik analisis data ini memanfaatkan angka-angka dan berbagai

bentuk visual, seperti tabel dan grafik agar lebih mudah dipahami. Dengan demikian, data yang disajikan dapat terorganisir dan tervisualisasi dengan baik sehingga memudahkan peneliti untuk membaca data yang ada (Fitriani dkk., 2023, hlm. 47).

Pada penelitian ini, menggunakan analisis statistika deskriptif untuk dapat memberikan gambaran secara umum tentang data yang sudah terkumpul dari responden, sebelum dilakukannya analisis data seperti uji korelasi, regresi, dan uji hipotesis. Analisis ini memiliki tujuan untuk membantu peneliti dalam memahami karakteristik data dan melihat kecenderungan pilihan jawaban responden, distribusi data, serta nilai rata-rata yang merepresentasikan setiap variabel penelitian.

Langkah awal setelah mengumpulkan data sebanyak 400 responden, data tersebut diolah secara statistik dengan alat bantu aplikasi IBM SPSS 25. Data yang diolah adalah data yang berisi jawaban responden yang telah dikonversi dari jawaban “sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju” menjadi numerik/angka “1” sampai dengan “5”. Hal ini dilakukan agar data dapat diolah secara statistik dan dapat dianalisa lebih lanjut.

Selanjutnya, data-data tersebut dihitung dengan hitungan statistik sederhana seperti mencari nilai mean, untuk mengetahui rata-rata jawaban responden. Median, untuk mengetahui nilai tengah jawaban responden. Modus, untuk mengetahui nilai yang paling sering muncul atau jawaban yang paling banyak dipilih pada setiap butir pernyataan. Tidak hanya itu, perlu diketahui untuk melihat seberapa besar penyebaran data responden terhadap nilai rata-rata. Dengan hasil tersebut dapat diketahui variasi dari jawaban responden.

Terakhir, perhitungan frekuensi atau persentase jawaban responden. Perhitungan ini diperlukan untuk melihat berapa persen responden menjawab “sangat tidak setuju”, “tidak setuju”, “netral”, “setuju”, dan “sangat setuju” pada setiap pernyataan pervariabel. Data ini disajikan dalam bentuk tabel agar lebih mudah dibaca dan dipahami, serta dapat langsung terlihat jawaban mayoritas responden terhadap variabel-variabel penelitian ini.

### 3.10 Teknik Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk mengecek apakah model regresi linear berganda memenuhi asumsi-asumsi yang diperlukan. Terdapat uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas dalam pengujian ini. Semua uji tersebut diperlukan karena penelitian ini menggunakan analisis regresi untuk melihat pengaruh terpaan konten promosi terhadap minat berlangganan. Maka, analisis regresi dapat dilakukan dan sah apabila uji asumsi klasik telah terpenuhi. (Moha dkk., 2023, hlm. 555).

#### 3.10.1 Uji Normalitas

Berdasarkan pengujian ini, dapat diketahui apakah data yang akan dianalisis normal atau tidak persebarannya. Jika nilai yang dihasilkan atau signifikansinya lebih dari 0.05, artinya persebaran data normal (Sitanggang & Damiyana, 2022, hlm. 113).

Dilakukan uji normalitas dalam penelitian ini untuk memastikan bahwa residual dari model regresi berdistribusi normal, sehingga peneliti dapat melanjutkan untuk melakukan rangkaian uji hipotesis. Apabila asumsi uji normalitas dilanggar atau dalam artian nilai residual tidak normal, maka uji t dan uji f dalam uji hipotesis bisa menjadi tidak valid atau tidak akurat. Jika residual terdistribusi normal, maka hasil analisis dapat dipercaya untuk menggambarkan hubungan variabel yang diteliti (Schmidt, A. F., & Finan, C., 2018, hlm. 146).

Hasil uji normalitas diharapkan menghasilkan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05, karena itu artinya data residual berdistribusi normal. Apabila asumsi ini tidak terpenuhi maka dapat dapat memeriksa adanya outlier ataupun dapat melakukan metode analisis lain seperti uji non parametrik (Iacobucci, D., 2025, hlm. 1411). Maka dengan demikian, uji normalitas memiliki fungsi dan peran sebagai kualitas kontrol data penelitian agar temuan dan hasil penelitian tidak bias dan benar-benar sesuai dengan keadaan sebenarnya dan dapat membuktikan teori yang digunakan dalam penelitian.

### 3.10.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna untuk melihat apakah terdapat hubungan yang mendekati linear atau sempurna antara variabel bebas dalam model regresi. Model regresi dapat dikatakan multikolinearitas jika semua atau sebagian variabel bebasnya memiliki hubungan linear yang sempurna. Indikasi adanya multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai toleransi (Sitanggang & Damiyana, 2022, hlm. 113).

Berdasarkan pernyataan diatas, maka uji multikolinearitas ini perlu dilakukan untuk penelitian ini karena penelitian ini terdapat lebih dari satu variabel bebas atau variabel independen yakni durasi, frekuensi, dan atensi dalam terpaaan konten promosi. Fungsinya, untuk memastikan bahwa antar variabel tidak saling berkorelasi tinggi, karena apabila hal ini terjadi, dapat mengakibatkan masalah seperti koefisien regresi yang tidak stabil, meningkatkan standar error dari koefisien regresi, hingga hasil analisis yang tidak objektif atau menjadi bias karena dapat membuat beberapa variabel yang seharusnya signifikan secara statistik menjadi tidak signifikan (Daoud, J. I., 2017, hlm. 1).

### 3.10.3 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pengujian ini, dapat diketahui apakah ada atau tidaknya ketidaksamaan varian model regresi dari residual pengamatan. Jika varian tidak tetap atau berubah, maka disebut heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika menunjukkan varian yang tetap, maka disebut homoskedastisitas. Nilai signifikansi yang dipakai, yaitu sebesar 5% atau jika didesimalkan menjadi 0,05, sehingga jika hasil uji melebihi 5%, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada indikasi heteroskedastisitas (Moha dkk., 2023, hlm. 556).

Pada penelitian ini diperlukan melakukan uji heteroskedastisitas untuk memenuhi salah satu syarat utama model regresi linear, yakni terpenuhinya situasi di mana varians error atau selisih antara nilai sebenarnya dengan nilai prediksi bersifat konstan atau sama di semua nilai variabel bebas/independen. Harapannya, dengan terpenuhinya situasi tersebut (tidak terdapat gejala heteroskedastisitas), model regresi menghasilkan estimasi yang efisien, yakni standar error dapat akurat

dan saat melakukan uji t juga uji f dapat dimaknai dengan jelas dan benar. (Onifade, O.C. & Olanrewaju, S.O., 2020, hlm 454)

Jika asumsi dilanggar atau terjadi gejala heteroskedastisitas, maka standar error tidak akurat dan dapat condong terlalu kecil atau besar, yang hal itu dapat mengakibatkan salah penilaian, contohnya seperti, variabel yang seharusnya tidak signifikan malah menjadi signifikan, begitu pula sebaliknya (Astivia, O. L. O., & Zumbo, B. D., 2019, hlm. 3).

### 3.11 Uji Hipotesis

#### 3.11.1 Uji Korelasi

Sugiyono (2013, hlm. 224) menyampaikan bahwa uji korelasi bertujuan untuk membahas dan mengetahui mengenai derajat hubungan variabel-variabel yang diteliti. Dalam mengukur kuat atau lemahnya hubungan antar variabel tersebut dilihat dari nilai koefisien korelasi yang diperoleh. Selain itu, untuk melihat arah hubungan dapat diketahui melalui positif atau negatif nilai koefisien korelasi yang diperoleh (Mustafa, 2023, hlm. 572). Menentukan kuat atau lemahnya nilai koefisien korelasi, dapat dilihat melalui tabel kategorisasi berikut ini.

**Tabel 3. 9 Pedoman Interpretasi Uji Korelasi**

| Interval Nilai Koefisien Korelasi | Kategori       |
|-----------------------------------|----------------|
| 0,00 – 0,199                      | Sangat Rendah  |
| 0,20 – 0,399                      | Rendah         |
| 0,40 – 0,599                      | Sedang/Moderat |
| 0,60 – 0,799                      | Kuat           |
| 0,80 – 1,000                      | Sangat Kuat    |

Sumber: Sugiyono (2013, hlm. 231)

#### 3.11.2 Uji F (Simultan)

Uji F berguna untuk mengukur apakah variabel independen (X) secara bersamaan memengaruhi variabel dependen (Y). Ketentuan dalam uji F, yaitu (1)  $\text{sig} \leq 5\%$ , maka  $H_0$  ditolak; (2) jika  $\text{sig} > 5\%$ , maka  $H_0$  diterima (Moha dkk., 2023, hlm. 560).

### 3.11.3 Uji T (Parsial)

*T-test* berguna untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individu memengaruhi variabel dependen (Y). Ketentuan dalam uji T, yaitu (1) jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak; (2) jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (Sitanggang & Damiyana, 2022, hlm. 114).

### 3.11.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian ini memberikan gambaran untuk melihat seberapa besar kontribusi pengaruh secara keseluruhan dari variabel (X) terhadap variabel (Y). Melalui analisis ini, dapat diketahui sejauh mana model dapat menjabarkan variasi dalam variabel dependen. Jika hasil yang diperoleh mendekati angka 1, itu memiliki arti bahwa variabel independen (X) hampir seluruhnya memberikan informasi yang dibutuhkan untuk menduga variasi pada variabel dependen (Y) (Fitriani dkk., 2023, hlm. 51).

### 3.11.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan analisis ini, dapat diketahui apakah secara simultan dan parsial variabel independen (X) secara individu memengaruhi variabel dependen (Y). Berikut ini merupakan rumus regresi linear berganda (Sitanggang & Damiyana, 2022, hlm. 114).

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

#### Keterangan:

|                 |                      |
|-----------------|----------------------|
| X1              | = Durasi             |
| X2              | = Frekuensi          |
| X3              | = Atensi             |
| Y               | = Minat berlangganan |
| $\alpha$        | = Bilangan konstanta |
| $b_1, b_2, b_3$ | = Koefisien regresi  |

### 3.12 Etika Penelitian

Etika penelitian menjadi salah satu bagian terpenting yang diperhatikan peneliti dalam proses penelitian ini dari awal hingga akhir penyusunan penelitian. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, sehingga peneliti perlu untuk meminta izin atau persetujuan dari responden. Maka, langkah pertama yang peneliti lakukan yaitu, pada halaman awal google form, peneliti memberikan penjelasan maksud dan tujuan serta pernyataan bahwa responden menyetujui untuk mengisi kuesioner penelitian ini sebelum mengisi kuesioner. Jika responden menyetujui, maka responden dapat melanjutkan untuk mengisi kuesioner penelitian ini hingga selesai.

Kedua, peneliti menjamin kerahasiaan identitas responden dengan tidak memberikan akses kepada siapapun mengenai identitas responden secara terbuka. Kemudian untuk kenyamanan responden, peneliti memberikan opsi untuk tidak menyebutkan nama asli secara lengkap, melainkan diperbolehkan hanya dengan menuliskan inisial nama. Jawaban yang diberikan responden hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian saja dan tidak digunakan di luar dari konteks penelitian.

Ketiga, dalam penyusunan penelitian ini, peneliti mematuhi pedoman penulisan karya ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia dengan mencantumkan sitasi ketika mengutip dari sumber literatur untuk kemudian dimasukkan ke dalam penelitian ini untuk menghindari adanya indikasi plagiarisme.

Terakhir, penelitian ini, tidak luput dari penggunaan AI (*Artificial Intelligence*) yang berguna untuk mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi ini. Tentu saja dalam penggunaannya, peneliti memperhatikan etika dan aturan yang tertulis di dalam pedoman penulisan karya ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia, yakni tidak melebihi batas maksimal penggunaan AI sebanyak 20% untuk menjaga orisinalitas karya yang dapat dibuktikan pada lampiran penelitian ini. Adapun jenis-jenis AI yang peneliti gunakan, sebagai berikut.

1. ChatGPT untuk membantu penulis memberikan konsep atau kerangka juga masukan dan saran mengenai penelitian ini, namun setelahnya penulis mencari sumber rujukan dari jurnal atau buku.
2. Perplexity membantu penulis untuk mencari jurnal-jurnal yang relevan dengan penelitian ini ataupun relevan dengan yang ingin penulis cari.
3. Consensus sama halnya dengan perplexity, AI ini digunakan untuk membantu dan mempermudah penulis dalam mencari jurnal yang dibutuhkan.

### 3.13 Lini Masa Penelitian

**Tabel 3. 10 Lini Masa Penyusunan, Sidang, & Revisi Proposal Skripsi**

| No. | Kegiatan                            | 2024 |     |     |      | 2025 |
|-----|-------------------------------------|------|-----|-----|------|------|
|     |                                     | Mar  | Apr | Mei | Juni | Jan  |
| 1.  | Menyusun Proposal Skripsi           |      |     |     |      |      |
| 2.  | Pelaksanaan Sidang Proposal Skripsi |      |     |     |      |      |
| 3.  | Revisi Proposal Skripsi             |      |     |     |      |      |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025

**Tabel 3. 11 Lini Masa Penyusunan Skripsi**

| No. | Kegiatan                                                       | 2025 |     |     |      |      |     |
|-----|----------------------------------------------------------------|------|-----|-----|------|------|-----|
|     |                                                                | Mar  | Apr | Mei | Juni | Juli | Agt |
| 1.  | Merevisi Bab I Pendahuluan                                     |      |     |     |      |      |     |
| 2.  | Merevisi Bab II Kajian Pustaka                                 |      |     |     |      |      |     |
| 3.  | Merevisi Bab III Metodologi Penelitian                         |      |     |     |      |      |     |
| 4.  | Menyebarkan kuesioner untuk uji validitas dan uji reliabilitas |      |     |     |      |      |     |
| 5.  | Melakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner             |      |     |     |      |      |     |
| 6.  | Mengambil data penelitian dengan menyebar kuesioner            |      |     |     |      |      |     |

|     |                                                   |  |  |  |  |  |  |
|-----|---------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| 7.  | Melakukan uji asumsi klasik dan uji hipotesis     |  |  |  |  |  |  |
| 8.  | Menyusun Bab IV Hasil dan Pembahasan              |  |  |  |  |  |  |
| 9.  | Menyusun Bab V Simpulan dan Saran                 |  |  |  |  |  |  |
| 10. | Melengkapi syarat sidang dan mengumpulkan skripsi |  |  |  |  |  |  |
| 11. | Sidang Skripsi                                    |  |  |  |  |  |  |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025