

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

Untuk memperoleh penelitian yang baik dan dapat dipertanggungjawabkan, maka diperlukan metodologi penelitian yang terkait dan relevan dengan penelitian ini serta diperlukan suatu analisis data yang bisa digunakan serta dengan populasi dan sampel tepat, sehingga bisa menyelesaikan permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Maka dari itu, pada bab ini akan dijelaskan terkait tentang objek penelitian, metode penelitian, operasionalisasi variabel, populasi, sampel yang digunakan serta analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

#### 3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek yang ditetapkan penulis dalam penelitian ini adalah teori UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) yang terdiri dari berbagai variabel, dengan variabel independen (X) yakni: *performance expectancy* (ekspektasi kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi usaha), serta *social influence* (faktor sosial) dan variabel dependen (Y) yakni *behavioral intention* Instagram.

Subjek penelitian ini adalah pengguna akun Instagram. Pengguna akun Instagram yang dimaksud adalah pengguna Instagram yang menjadi *followers* akun @infobdgcom yang dijadikan suatu pendukung informasi yang akan diperoleh untuk dimensi-dimensi dari UTAUT. Akun Instagram @infobdgcom dijadikan sebagai subjek penelitian karena dalam akun ini berisi informasi-informasi tentang Bandung baik itu sejarah tentang Bandung, *event* yang ada di Bandung, penjual (*seller*) yang ada di Bandung serta informasi lainnya yang dibagikan oleh *admin* akun @infobdgcom tersebut.

Informasi yang dibagikan oleh *admin* @infobdgcom sangat berguna bagi para *followers* akun tersebut. Dimana didalamnya terdapat *followers* yang terdiri dari orang-orang yang memang hanya menggunakan Instagram sebagai bagian dari keseharian mereka untuk berbagi foto dan video, para penjual (*seller*), serta para *promoter* kegiatan-kegiatan yang ada di Bandung.

Maka dari itu, akun Instagram yang menjadi *followers* @infobdgcom mem-follow @infobdgcom untuk mengetahui segala informasi tentang Bandung atau

bahkan membagikan foto, video, barang yang akan dijual, *event-event* yang ada di Bandung dengan memanfaatkan fasilitas yang dimiliki Instagram.

## 3.2 Metode dan Desain Penelitian

Terdapat metode penelitian serta desain penelitian yang telah dikaji dari berbagai sumber dan kemudian digunakan dalam penelitian ini oleh penulis. Metode dan desain penelitian ini harus berkaitan erat, sehingga beberapa hal yang diperlukan dalam penelitian ini bisa tersusun rapi dan sesuai dengan tujuan dari penelitian ini.

### 3.2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif dan metode verifikatif. Hal ini dikarenakan sesuai tujuan dari penelitian ini, yakni untuk mendeskripsikan sesuatu, kondisi, dan peristiwa pada masa sekarang serta untuk menyelidiki suatu fakta-fakta ataupun gejala-gejala yang terjadi dalam suatu daerah tertentu. Maka dari itu, metode tersebut digunakan oleh penulis dalam penelitian ini.

Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari metode penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. (Nazir, 2011, hlm. 54). Melalui metode deskriptif ini, maka akan diperoleh penjelasan mengenai deskripsi tingkat penggunaan Instagram dari sisi *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Social Influence*, menurut para pengguna Instagram yang menjadi *followers* Instagram @infobdgcom.

Sedangkan metode penelitian verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran hipotesis yang dicocokkan melalui pengumpulan data di lapangan guna memprediksi dan menjelaskan hubungan variabel satu dengan yang lain. (Arikunto, 2010). Melalui metode verifikatif ini, maka akan diuji mengenai seberapa besar pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* Instagram.

### 3.2.2 Desain Penelitian

Menurut Nazir (2011, hlm. 86), “desain dari penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.”

Maka dari itu, desain penelitian yang akan dibuat mencakup uraian penjelasan pada operasional variabel, instrumen penelitian, populasi dan sampel yang diambil, teknik uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data serta rancangan uji hipotesis.

Desain yang digunakan dalam penelitian ini yaitu desain penelitian kausal yang menjelaskan bahwa seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen karena hubungan antara variabel yang diteliti lebih bersifat “sebab akibat”.

### 3.3 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 38), “variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 (dua), yakni variabel bebas atau variabel independen dan variabel terikat atau variabel dependen. Sugiyono (2014, hlm. 39) mengemukakan bahwa, “variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbul dari variabel dependen (terikat), sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.”

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) variabel, yakni: *Performance Expectancy* ( $X_1$ ), *Effort Expectancy* ( $X_2$ ), dan *Social Influence* ( $X_3$ ). Sedangkan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah *Behavioral Intention* Instagram.

#### 3.3.1 Operasionalisasi Variabel

Untuk keperluan pengujian, variabel-variabel independen dan variabel dependen yang sudah dijelaskan sebelumnya perlu dijabarkan ke dalam operasional variabel yang bersangkutan agar dapat diukur dan dianalisis. Adapun operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel Penelitian**

| <b>Variabel</b>   | <b>Dimensi</b>   | <b>Indikator</b>   | <b>Ukuran</b>                         | <b>Skala</b> |
|---|--|--|---------------------------------------|--------------|
| <i>Performance Expectancy</i><br>(Ekspektasi Kinerja)<br><b>(X<sub>1</sub>)</b> | 1. Persepsi terhadap kegunaan<br>( <i>Perceived Usefulness</i> ) | 1) Penggunaan Instagram meningkatkan produktifitas bisnis.             | Tingkat Produktifitas                 | Interval     |
|   |  | 2) Instagram memberikan manfaat untuk bekerja.                         | Tingkat Kebermanfaatan                |              |
|   | 2. Kesesuaian Pekerjaan ( <i>Job Fit</i> )                       | 1) Instagram membuat pekerjaan dapat terselesaikan.                    | Tingkat Penyelesaian Pekerjaan        |              |
|   |  | 2) Instagram dapat menyebarluaskan produk barang, jasa atau informasi. | Tingkat Kesesuaian Membantu Pekerjaan |              |
|   |  | 3) Penggunaan Instagram berguna untuk pekerjaan.                       | Tingkat Kegunaan                      |              |
|   | 3. Keuntungan Relatif<br>( <i>Relative Advantage</i> )           | 1) Penggunaan Instagram meningkatkan kualitas pada hasil pekerjaan.    | Tingkat Kualitas                      |              |

|   |  |   |                                  |          |
|---|--|---|----------------------------------|----------|
|   |  | 2) Penggunaan Instagram meningkatkan efektifitas pada pekerjaan.          | Tingkat Efektifitas              |          |
|   | 4. Ekspektasi-ekspektasi Hasil ( <i>Outcome Expectations</i> ) | 1) Instagram membuat pekerjaan selesai dengan baik.                       | Tingkat Hasil Pekerjaan          | Interval |
|   |  | 2) Instagram membuat pekerjaan selesai tepat waktu.                       | Tingkat Penyelesaian             |          |
| <i>Effort Expectancy</i> (Ekspektasi Usaha) ( $X_2$ ) | 1. Tingkat kemudahan penggunaan SI                             | 1) Dapat menggunakan Instagram tanpa tutorial terlebih dahulu.            | Tingkat Kemudahan Mengoperasikan | Interval |
|   |  | 2) Tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan Instagram.                 | Tingkat Kesulitan                |          |
|   |  | 3) Dapat dengan mudah melakukan interaksi dengan pengguna Instagram lain. | Tingkat Kemudahan Berinteraksi   |          |

|  |                         |  |  |          |
|--|-------------------------|--|--|----------|
| <i>Social Influence</i><br>(Faktor Sosial)<br><b>(X<sub>3</sub>)</b>       | 1. Faktor-faktor sosial | 1) Menggunakan Instagram karena banyaknya orang yang menjadi pengguna Instagram.           | Tingkat Popularitas Pengguna Instagram   | Interval |
|  |                         | 2) Menggunakan Instagram karena pengaruh lingkungan sekitar.                               | Tingkat Pengaruh Lingkungan              |          |
|  |                         | 3) Menggunakan Instagram karena saran dari orang-orang untuk bisa menyelesaikan pekerjaan. | Tingkat Eksternal                        |          |
| <i>Behavioral Intention</i><br>(Minat Pemanfaatan Instagram)<br><b>(Y)</b> | 1. Minat Pemanfaatan SI | 1) Tingkat Keinginan menggunakan Instagram.  | Tingkat Keinginan                        | Interval |
|  |                         | 2) Selalu mencoba menggunakan Instagram.   | Tingkat Intensitas Menggunakan Instagram |          |
|  |                         | 3) Berlanjut di masa yang akan datang  | Tingkat Kelanjutan                       |          |

### 3.4 Instrumen Penelitian

Dalam bagian ini, menjelaskan mengenai hal-hal yang mencakup instrumen dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, seperti sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini, serta teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berupa kuesioner.

#### 3.4.1 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 137), sumber data terdiri dari 2, yakni sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Dalam penelitian ini, terdapat sumber data primer yakni berupa data yang didapatkan langsung dari responden melalui kuesioner yang akan disebar. Sedangkan data sekunder ditunjukkan dalam tabel 3.2 berikut ini.

**Tabel 3.2**  
**Sumber Data Sekunder**

| No | Data  | Sumber Data  |
|----|---|--|
| 1  | Perkembangan pengguna <i>Internet</i> dari tahun 2010-2013.   | <a href="http://www.marketeers.com">www.marketeers.com</a><br>Copyright © 2013. Marketeers.              |
| 2  | Aktivitas yang dilakukan <i>netizen</i> Indonesia tahun 2012. | <a href="http://www.marketeers.com">www.marketeers.com</a><br>Copyright © 2013. Marketeers.              |
| 3  | Jumlah responden yang mengakses media sosial pada tahun 2012. | <a href="http://www.marketeers.com">www.marketeers.com</a><br>Copyright © 2013. Marketeers.              |
| 4  | <i>Top 20 Social Platform-Changes in Active Usage.</i>        | <a href="http://www.globalwebindex.net">www.globalwebindex.net</a><br>Copyright © 2014. Global Web Index |
| 5  | Aplikasi Instagram pada <i>Smartphone</i> Android.            | Instagram. Copyright © 2014.   |
| 6  | Pengaruh faktor-faktor UTAUT terhadap media sosial LINE.      | Diadaptasi dari penelitian Listyo & Lisandy (2014).  |

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2014).

### 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode mengumpulkan data dengan masalah yang ingin dipecahkan. Data yang dikumpulkan harus cukup valid untuk digunakan. Validasi data dapat ditingkatkan jika alat pengukur serta kualitas dari pengambil datanya sendiri cukup valid. (Nazir, 2011, hlm. 174)

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 137), bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### 1. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pernyataan/pertanyaan tertutup atau terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. (Sugiyono, 2014, hlm.142)

Adapun langkah-langkah dalam pembuatan dan penyebaran kuesioner diantaranya:

1. Menyusun kisi-kisi kuesioner/angket atau pertanyaan.
2. Merumuskan item pertanyaan dan alternatif jawaban. Jenis instrumen yang digunakan dalam kuesioner ini bersifat terbuka dan tertutup, bahwa responden hanya perlu mengisi kuesioner pada jawaban yang sudah disediakan dengan dalam bentuk pilihan.
3. Menetapkan jumlah nilai/skor untuk bagi setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini setiap jawaban/pendapat responden atas pertanyaan maka dihitung menggunakan skala interval dengan semantic defferensial.
4. Kuesioner disebar melalui media *online*, yakni melalui Google Form. Kemudian disebar langsung kepada pengguna Instagram yang menjadi *followers* akun Instagram @infobdgcom dengan berupa *link* dari Google Form yang telah dibuat sebelumnya.

5. Kuesioner berupa *link* dari Google Form ini dikirimkan kepada pengguna Instagram melalui berbagai cara, yakni dikirim melalui aplikasi media sosial bernama LINE serta dikirimkan pada alamat *e-mail* yang tertera pada profil dari pengguna Instagram yang menjadi *followers* @infobdgcom.

## 2. Penelitian Kepustakaan

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan referensi dari buku-buku, jurnal, *internet*, yang memiliki hubungan yang relevan dengan masalah yang akan dipecahkan.

### 3.5 Populasi dan Sampel

Dalam bagian ini, penulis menjelaskan mengenai seberapa luas populasi yang akan diteliti, sampel yang akan diambil atau dibutuhkan serta teknik penarikan sampel yang bisa digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini.

#### 3.5.1 Populasi

Menurut Nazir (2011, hlm. 273), kumpulan dari unit-unit elementer disebut populasi. Populasi adalah kumpulan dari ukuran-ukuran tentang sesuatu yang ingin kita buat referensi. Populasi ini berkenaan dengan data, bukan dengan orangnya ataupun bendanya dalam suatu wilayah tertentu. Misalnya dalam luas sawah tertentu, jumlah mahasiswa dalam daerah tertentu, berat kerbau, dan sebagainya.

Dari pengertian tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna Instagram dalam cakupan wilayah tertentu, khususnya pengguna Instagram di Bandung. Pengguna Instagram dalam penelitian ini dilakukan pada pengguna akun Instagram yang menjadi *followers* akun @infobdgcom yang berjumlah 109.809 akun per tanggal 25 April 2015, pukul 22.54 WIB. Di dalam akun Instagram @infobdgcom tersebut, terdapat pengguna Instagram yang terdiri dari perorangan atau individu, organisasi, serta perusahaan seperti restoran/*cafe*, *clothing line*, serta akun Instagram yang dikelola oleh pihak tertentu.

#### 3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, maka

peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang diambil pun harus betul-betul representatif (mewakili).

Dalam penelitian ini, tidak mungkin semua populasi dapat diteliti oleh penulis, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia. Dengan demikian, peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan pada bagian yang diambil tersebut mewakili bagian lain yang tidak diteliti. Dalam rangka mempermudah melakukan penelitian yang diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar seperti populasi pengguna akun Instagram yang menjadi *followers* akun @infobdgcom, dalam artian sampel tersebut harus representatif atau mewakili dari populasi tersebut.

Dalam menentukan jumlah sampel, digunakan pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan menggunakan teknik rumus slovin, yaitu:

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

Keterangan:

$n$  :Ukuran Sampel

$N$  : Ukuran Populasi

1 : Konstanta

$e$  : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

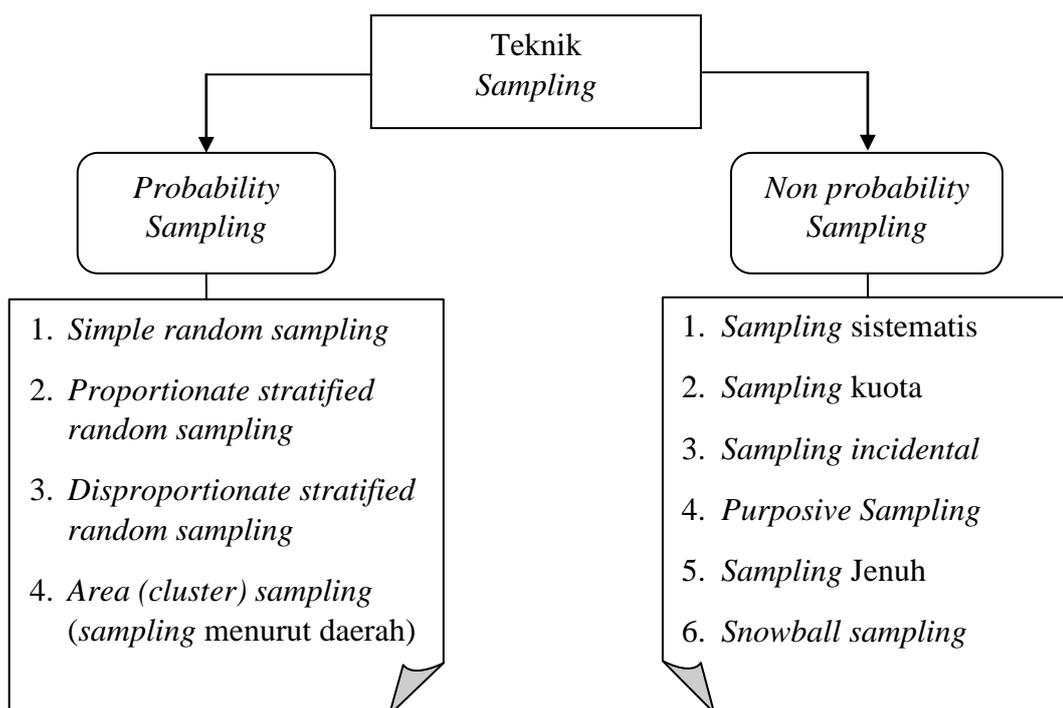
$$n = \frac{109.809}{1 + 109.809 (0,1)^2} = 99,9 \approx 100$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan dengan  $e = 0,1$  (derajat kepercayaan 90%) dan diperoleh ukuran sampel ( $n$ ) minimal sebesar 100 (dibulatkan dari 99,9).

### 3.5.3 Teknik Penarikan Sampel

Survei sampel adalah suatu prosedur dimana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi. (Nazir, 2011 hlm. 271)

Terdapat beberapa teknik dalam penarikan sampel menurut Sugiyono (2014, hlm. 81), yakni dalam skema yang ditunjukkan dalam gambar 3.1 berikut ini.



**Gambar 3.1**  
**Teknik Penarikan Sampel**

Sumber: Sugiyono (2014).

Berdasarkan skema tersebut, dalam penelitian ini penulis akan menggunakan teknik penarikan sampel dalam *non probability sampling*, yakni teknik *purposive sampling*.

*Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *purposive sampling* adalah penentuan anggota sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2014, hlm. 85)

Pertimbangan yang digunakan untuk menjadi sampel dalam penelitian ini adalah subjek yang memiliki pekerjaan tertentu, yakni menggunakan media sosial Instagram, serta menjadi *followers* akun Instagram @infobdgcom.

### 3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Suatu penelitian perlu diketahui apakah instrumennya telah sesuai atau tidak. Untuk itu, pada bagian ini penulis menjelaskan mengenai bagaimana kesahihan atau kevalidan suatu instrumen penelitian serta apakah instrumen tersebut reliabel atau tidak. Hal tersebut dilakukan melalui uji validitas dan uji reliabilitas.

#### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. (Arikunto, 2010, hlm. 211)

Pengujian validitas dalam penelitian ini akan menggunakan uji validitas *factor analysis* (analisis faktor), kegunaan utama analisis faktor adalah untuk melakukan pengurangan data atau dengan kata lain melakukan peringkasan sejumlah variabel menjadi lebih kecil jumlahnya. (Narimawati, Umi, 2008, 12).

Analisis faktor ini berkaitan dengan uji validitas, yakni untuk mengetahui tingkat validitas sampai data yang digunakan benar-benar valid. Validitas analisis faktor memiliki ketentuan sebagai berikut:

- Angka MSA pada KMO and Barlett's Test secara keseluruhan  $\geq 0,5$ , maka variabel dikatakan valid dan bisa dianalisis lebih lanjut.
- Angka MSA pada KMO and Barlett's Test secara keseluruhan  $< 0,5$ , maka variabel dikatakan tidak valid.
- Angka Signifikansi pada KMO and Barlett's Test  $< 0,05$  maka data yang diteliti dapat dianalisis lebih lanjut.
- Angka Signifikansi pada KMO and Barlett's Test  $> 0,05$  maka data yang diteliti tidak dapat dianalisis lebih lanjut.
- Angka MSA pada KMO and Barlett's Test pada masing-masing butir pertanyaan  $\geq 0,5$ , maka variabel dikatakan valid dan bisa dianalisis lebih lanjut.

- Angka MSA pada KMO and Barlett's Test pada masing-masing butir pertanyaan  $< 0,5$ , maka variabel dikatakan tidak valid dan bisa dianalisis lebih lanjut atau dikeluarkan dari variabel lainnya.
- Apabila nilai koefisien gamma (*factor loading*) setelah di rotasi  $\geq 0,5$ , maka item pertanyaan dikatakan valid.
- Apabila nilai koefisien gamma (*factor loading*) setelah di rotasi  $\leq 0,5$ , maka item pertanyaan dikatakan valid.

Berdasarkan ketentuan tersebut, ketika tidak tercapai ketentuan untuk melakukan analisis lebih lanjut maka dilakukan uji ulang. Hal tersebut memiliki arti akan ada faktor atau bagian dari variabel yang tereduksi, hingga ketentuan tersebut benar-benar terpenuhi.

Hasil uji validitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Angka MSA pada KMO secara keseluruhan

**Tabel 3.3**  
**Uji Validitas KMO and Barlett's Test**

| KMO and Bartlett's Test                          |                    |         |
|--|--------------------|---------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. |                    | .767    |
| Bartlett's Test of Sphericity                    | Approx. Chi-Square | 829.639 |
|  | df                 | 171     |
|  | Sig.               | .000    |

Angka MSA pada KMO and Barlett's Test menunjukkan angka lebih besar dari 0,5, yakni 0,767. Hal tersebut menunjukkan bahwa Angka MSA pada KMO and Barlett's Test secara keseluruhan  $\geq 0,5$ , maka variabel dikatakan valid dan bisa dianalisis lebih lanjut

b. Nilai Signifikansi

Nilai signifikansi pada Angka Signifikansi pada KMO and Barlett's Test menunjukkan angka  $< 0,05$  maka data yang diteliti dapat dianalisis lebih lanjut.

- c. Angka MSA pada KMO pada masing-masing butir pertanyaan dalam kuesioner. Semua angka MSA pada masing-masing butir pertanyaan melebihi angka 0,5. Artinya, semua butir pertanyaan dinyatakan valid.

Berikut Tabel 3.4 yang memaparkan mengenai nilai MSA pada masing-masing butir pertanyaan.

**Tabel 3.4**  
**Nilai MSA pada masing-masing butir pertanyaan**

| No | Butir Pertanyaan | Nilai MSA | Keterangan |
|----|------------------|-----------|------------|
| 1  | Pertanyaan 1     | 0,529     | Valid      |
| 2  | Pertanyaan 2     | 0,810     | Valid      |
| 3  | Pertanyaan 3     | 0,672     | Valid      |
| 4  | Pertanyaan 4     | 0,873     | Valid      |
| 5  | Pertanyaan 5     | 0,774     | Valid      |
| 6  | Pertanyaan 6     | 0,805     | Valid      |
| 7  | Pertanyaan 7     | 0,762     | Valid      |
| 8  | Pertanyaan 8     | 0,761     | Valid      |
| 9  | Pertanyaan 9     | 0,896     | Valid      |
| 10 | Pertanyaan 10    | 0,859     | Valid      |
| 11 | Pertanyaan 11    | 0,762     | Valid      |
| 12 | Pertanyaan 12    | 0,809     | Valid      |
| 13 | Pertanyaan 13    | 0,821     | Valid      |
| 14 | Pertanyaan 14    | 0,627     | Valid      |
| 15 | Pertanyaan 15    | 0,788     | Valid      |
| 16 | Pertanyaan 16    | 0,795     | Valid      |
| 17 | Pertanyaan 17    | 0,756     | Valid      |
| 18 | Pertanyaan 18    | 0,573     | Valid      |
| 19 | Pertanyaan 19    | 0,664     | Valid      |

- d. Nilai koefisien gamma (*factor loading*) setelah dilakukan rotasi

**Tabel 3.5**  
**Nilai *Factor Loading* pada masing-masing butir pertanyaan**

| No | Butir Pertanyaan | Nilai <i>Factor Loading</i> | Keterangan |
|----|------------------|-----------------------------|------------|
| 1  | Pertanyaan 1     | 0,820                       | Valid      |
| 2  | Pertanyaan 2     | 0,826                       | Valid      |
| 3  | Pertanyaan 3     | 0,870                       | Valid      |
| 4  | Pertanyaan 4     | 0,827                       | Valid      |
| 5  | Pertanyaan 5     | 0,801                       | Valid      |
| 6  | Pertanyaan 6     | 0,835                       | Valid      |
| 7  | Pertanyaan 7     | 0,679                       | Valid      |
| 8  | Pertanyaan 8     | 0,798                       | Valid      |
| 9  | Pertanyaan 9     | 0,789                       | Valid      |
| 10 | Pertanyaan 10    | 0,760                       | Valid      |
| 11 | Pertanyaan 11    | 0,728                       | Valid      |

|    |               |       |       |
|----|---------------|-------|-------|
| 12 | Pertanyaan 12 | 0,699 | Valid |
| 13 | Pertanyaan 13 | 0,669 | Valid |
| 14 | Pertanyaan 14 | 0,866 | Valid |
| 15 | Pertanyaan 15 | 0,822 | Valid |
| 16 | Pertanyaan 16 | 0,820 | Valid |
| 17 | Pertanyaan 17 | 0,826 | Valid |
| 18 | Pertanyaan 18 | 0,865 | Valid |
| 19 | Pertanyaan 19 | 0,730 | Valid |

Semua angka MSA pada masing-masing *factor loading* melebihi angka 0,5. Artinya, semua butir pertanyaan dinyatakan valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2010, hlm. 221). Setelah melakukan uji validitas, langkah selanjutnya yaitu uji reliabilitas. Pada dasarnya uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data tersebut menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan atau konsistensi dalam mengungkap gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada waktu yang berbeda.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yaitu sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{kh^2}{1 + (k - 1)h^2}$$

(Kim dan Mueller, 1995)

Keterangan:

$\alpha$  = *alpha cronbach* (koefisien reliabilitas)

$k$  = jumlah variabel

$h^2$  = rata-rata komunalitas

Keputusan yang diambil dari uji reliabilitas ini diambil dengan ketentuan memiliki tingkat reliabilitas *alpha cronbach* sebagai berikut:

- Jika  $r$  hitung  $\geq 0,70$  maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
- Jika  $r$  hitung  $\leq 0,70$  maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini, semua nilai alpha cronbach pada tiap variabel telah memenuhi ketentuan reliabilitas tersebut, yakni berada pada angka  $\geq 0,70$ . Tabel 3.6 berikut ini memaparkan mengenai nilai tersebut.

**Tabel 3.6**  
**Uji Reliabilitas**

| Variabel | Nilai Alpha | Keterangan |
|----------|-------------|------------|
| X1       | 0,965       | Reliabel   |
| X2       | 0,942       | Reliabel   |
| X3       | 0,825       | Reliabel   |
| Y        | 0,811       | Reliabel   |

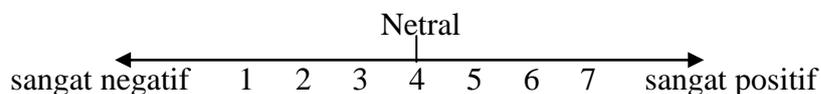
### 3.7 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data merupakan bagian yang amat penting dalam metode ilmiah, karena dengan analisis-lah, data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. (Nazir, 2011, hlm. 346)

Dalam memecahkan masalah dalam penelitian ini, diperlukan langkah-langkah yang harus dilakukan peneliti untuk mengolah data setelah data primer terkumpul, yakni sebagai berikut:

1. *Editing*, yaitu pemeriksaan kuesioner yang terkumpul kembali setelah diisi oleh responden seperti mengecek kelengkapan data artinya memeriksa isi instrumen pengumpulan data melalui Google Form, dan kelengkapan pengisian data oleh responden.
2. *Coding*, yaitu pemberian skor atau kode untuk setiap pilihan dari item berdasarkan ketentuan yang ada dimana untuk menghitung bobot nilai dari setiap pertanyaan dalam angket menggunakan skala interval dengan menggunakan semantic defferensial atau skala perbedaan semantik. Skala ini menunjukkan suatu keadaan yang saling bertentangan (Riduwan dan Kuncoro, 2008, hlm. 25). Data yang diperoleh adalah data interval, dan biasanya skala ini digunakan untuk mengukur sikap/karakteristik tertentu yang dimiliki oleh seseorang. (Sugiyono, 2014, hlm.97). Penggunaan skala semantic defferensial ini dikarenakan skala ini telah memenuhi syarat dari penggunaan analisis data

regresi linier berganda yakni berupa data interval. Kemudian, jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala semantic defferensial mempunyai gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif yang berupa angka-angka antara lain sebagai berikut:



**Gambar 3.2**  
**Skala Semantic Defferensial**

Sumber: Diadaptasi dari Riduwan dan Kuncoro (2014, hlm. 26)

Adapun batas penelitiannya yaitu:

**Tabel 3.7**  
**Tabel Batas Penelitian**

| Skala | Keterangan     |
|-------|----------------|
| 7     | Sangat Positif |
| 6     |                |
| 5     |                |
| 4     |                |
| 3     |                |
| 2     |                |
| 1     | Sangat Negatif |

3. *Tabulating*, maksudnya adalah menghitung hasil skoring dan dituangkan dalam tabel rekapitulasi secara lengkap. Berikut contoh tabulating dalam Tabel 3.5.

**Tabel 3.8**  
**Tabel Rekapitulasi Pengolahan Data**

| Responden | Skor Item |   |   |   |   |
|-----------|-----------|---|---|---|---|
|           | 1         | 2 | 3 | 4 | N |
| 1         |           |   |   |   |   |
| 2         |           |   |   |   |   |
| 3         |           |   |   |   |   |
| N         |           |   |   |   |   |

### 3.7.1 Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data dalam penelitian perlu digunakan analisis data yang tepat agar sesuai dengan metode penelitian yang digunakan dan bisa mencapai tujuan dari penelitian tersebut. Maka dari itu, pada bagian ini akan dijelaskan mengenai analisis data yang digunakan dalam penelitian sesuai dengan metode penelitiannya ini yakni analisis deskriptif dan analisis verifikatif.

#### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. (Sugiyono, 2014, hlm. 147)

Analisis deskriptif dalam penelitian melakukan tinjauan kontinum untuk menggambarkan skor serta kedudukan variabel X dan variabel Y, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan jumlah skor kriterium (SK), dengan menggunakan rumus:

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan:

SK = Skor kriterium

ST = Skor tertinggi

JB = Jumlah bulir

JR = Jumlah responden

2. Membandingkan jumlah skor hasil kuesioner dengan jumlah skor kriterium, untuk mencari jumlah skor hasil kuesioner digunakan rumus :

$$\sum x_i = x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n$$

Keterangan:

$x_i$  = Jumlah skor hasil kuesioner variabel X atau Y

$x_1 + x_2$  = Jumlah skor kuesioner masing masing responden

3. Membuat daerah kategori kontinum, untuk melihat bagaimana gambaran tentang variabel secara keseluruhan dari responden maka peneliti

membagi daerah kategori menjadi tiga tingkatan yaitu rendah, sedang dan tinggi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah.

- Kontinum tinggi, dihitung dengan rumus:

$$SK = ST \times JB \times JR$$

- Kontinum sedang, dihitung dengan rumus:

$$SK = SS \times JB \times JR$$

- Kontinum rendah, dihitung dengan rumus:

$$SK = SR \times JB \times JR$$

Keterangan:

ST = Skor tertinggi

SS = Skor sedang

SR = Skor terendah

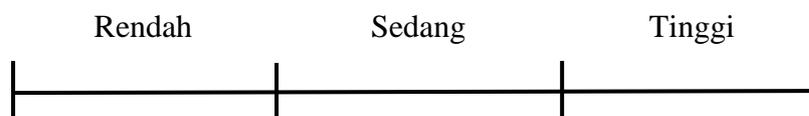
JB = Jumlah butir

JR = Jumlah responden

4. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan, dengan rumus :

$$R = \frac{\text{skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{3}$$

5. Menentukan garis kontinum dan daerah letak skor untuk setiap variabel, seperti gambar berikut.



**Gambar 3.3**

**Garis Kontinum Variabel X dan Y**

## 2. Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui pengaruh antara kedua variabel dan menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti terdiri dari empat variabel yaitu

$X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $Y$ , dikarenakan penelitian ini meneliti empat variabel, maka teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis korelasi dan regresi linier berganda. Berikut langkah-langkah dalam melakukan analisis verifikatif.

#### a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda agar data yang dihasilkan dapat bermanfaat. Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini antara lain sebagai berikut.

##### 1. Uji Normalitas Data

Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal maka digunakan uji normalitas untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P-P Plot, uji Chi Square, skewnes dan Kurtosis atau uji *Kolmogorov-Smirnov*.

Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan uji normalitas dengan histogram serta dengan uji normalitas P-P Plot.

##### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah suatu uji untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.

Uji multikolinearitas dapat diketahui jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,1, maka model dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas, jika nilai korelasi lebih dari 0,1 berarti terjadi korelasi yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinearitas.

Pada penelitian ini penulis melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dengan menggunakan program komputer *IBM SPSS for windows ver. 19*, jika nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.

### 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi berguna untuk mengetahui apakah data dalam sebuah model regresi linear terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Jika terjadi korelasi, maka hal tersebut dinamakan adanya permasalahan autokorelasi.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi maka menggunakan uji Durbin-Watson, berikut syarat terjadinya autokorelasi:

- Jika nilai DW dibawah 0 - 1,5 berarti ada autokorelasi positif.
- Jika nilai DW diantara 1,5 - 2,5 berarti tidak ada autokorelasi.
- Jika nilai DW dibawah 2,5 - 4 berarti ada autokorelasi negatif.

### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah suatu uji untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Konsekuensi dari adanya gejala heteroskedastis adalah penaksiran yang diperoleh tidak efisien, baik dalam sampel besar maupun kecil walaupun penaksiran yang diperoleh menggambarkan populasinya atau tidak.

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. (Sunjoyo, dkk, 2013)

#### b. Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah teknik untuk menentukan sampai sejauh mana hubungan antara dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y. Penentuan koefisien korelasi dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi Pearson.

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{N\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{N\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2014, hlm. 183)

Koefisien korelasi menunjukkan derajat korelasi antara variabel X dan variabel Y. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas:  $-1 < r < +1$ . Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif atau korelasi langsung antara kedua variabel yang berarti. Setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai-nilai Y, dan begitu pula sebaliknya.

- Jika nilai  $r = +1$  atau mendekati  $+1$ , maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan positif.
- Jika nilai  $r = -1$  atau mendekati  $-1$ , maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan negatif.
- Jika nilai  $r = 0$  atau mendekati  $0$ , maka tidak ada korelasi antara kedua atau sangat lemah.

Untuk mendapatkan penjelasan terhadap koefisien korelasi yang diteliti, maka dapat berpedoman kepada tabel berikut:

**Tabel 3.9**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

| Interval Koefisien | Klasifikasi   |
|--------------------|---------------|
| 0,000 – 0,199      | Sangat rendah |
| 0,200 – 0,399      | Rendah        |
| 0,400 – 0,599      | Sedang        |
| 0,600 – 0,799      | Kuat          |
| 0,800 – 1,000      | Sangat kuat   |

Sumber: Sugiyono (2014, hlm. 184)

### c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel bebas (X) atau lebih terhadap naik turunnya variabel terikat (Y).

Maka untuk mengetahui besarnya persentase X dan Y dalam penelitian ini dilakukan analisis menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

(Riduwan dan Kuncoro, 2014, hlm. 62)

Keterangan:

$KP$  = nilai koefisien determinasi

$r$  = nilai koefisien korelasi

Nilai koefisien determinasi ini memiliki asumsi  $0 \leq r^2 \leq 1$ , nilai  $r^2$  yang rendah menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas. Semakin besar atau mendekati 1 (satu), maka mengindikasikan variabel independen semakin mampu menjelaskan variabel dependennya.

#### d. Uji Regresi Linier Berganda

Lind (2008) dalam Sunjoyo, dkk (2013) mengatakan analisis regresi adalah teknik yang digunakan untuk mengembangkan persamaan regresi dan memberikan perkiraan. Pada umumnya uji regresi bertujuan untuk menguji hubungan-hubungan ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas). Penelitian ini menggunakan jenis uji regresi berganda karena memiliki lebih dari satu variabel independen yang mempengaruhi variabel dependennya. Persamaan regresi berganda dengan 3 sub variabel adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

(diadaptasi dari Sugiyono, 2014, hlm. 192)

Keterangan:

$Y$  = variabel dependen (*Behavioral Intention Instagram*)

$X_1$  = sub variabel independen (*performance expectancy*)

$X_2$  = sub variabel independen (*effort expectancy*)

$X_3$  = sub variabel independen (*social influence*)

$a$  = harga  $Y$  apabila  $X=0$  (harga konstan)

$b_1, b_2, b_3$  = koefisien regresi

Uji regresi ini dapat dilakukan jika telah memenuhi asumsi-asumsi yang berlaku dalam regresi berganda, menurut Lind (2008, dalam Sunjoyo, dkk, 2013) asumsi tersebut antara lain sebagai berikut.

1. Terdapat hubungan yang linier (terdapat hubungan garis lurus antara variabel terikat dan sekelompok variabel bebas)
2. Variabel-variabel independennya tidak boleh berkorelasi. Pada umumnya jumlah variabel independen berkisar antara dua sampai empat variabel. Walaupun secara teoritis dapat digunakan banyak variabel bebas, namun penggunaan lebih dari tujuh variabel bebas dianggap tidak efektif.
3. Memenuhi asumsi klasik.

### 3.7.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan guna mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Pengujian dilakukan pada hipotesis nol ( $H_0$ ), yaitu pernyataan tidak adanya perbedaan parameter dengan statistik data sampel. Lawan dari hipotesis nol adalah hipotesis alternatif ( $H_a$ ), yaitu menyatakan adanya perbedaan antara parameter dan statistik data sampel. Maka hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$H_{01}$  : Tidak terdapat pengaruh antara *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* Instagram.

$H_{a1}$  : Terdapat pengaruh antara *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* Instagram.

$H_{02}$  : Tidak terdapat pengaruh antara *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* Instagram.

$H_{a2}$  : Terdapat pengaruh antara *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* Instagram.

$H_{03}$  : Tidak terdapat pengaruh antara *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* Instagram.

$H_{a3}$  : Terdapat pengaruh antara *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* Instagram.

Ho<sub>4</sub> : Tidak terdapat pengaruh antara *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* Instagram.

Ha<sub>4</sub> : Terdapat pengaruh antara *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* Instagram.

Dalam Hipotesis, diperlukan analisis data secara parsial dan simultan sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat pada bab 1. Kemudian, pada bagian ini akan dijelaskan mengenai analisis tersebut yakni menggunakan Uji Parsial (Uji T-Statistik) dan Uji Simultan (Uji F-Statistik).

#### a. Uji Parsial (Uji T-Statistik)

Uji T-statistik digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau terpisah.

Adapun rumus yang digunakan dalam pengujian parsial ini adalah sebagai berikut.

$$t = \frac{r_p \sqrt{n-3}}{\sqrt{1-r_p^2}}$$

(Sugiyono, 2014, hlm. 194)

Keterangan:

$r_p$  = korelasi parsial yang ditemukan

$n$  = jumlah sampel

$t$  = t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel

Secara teknis alat pengujian parsial dalam penelitian ini menggunakan program SPSS dalam melakukan uji koefisien regresi secara parsial dari *performance expectancy* ( $X_1$ ), *effort expectancy* ( $X_2$ ), dan *social influence* ( $X_3$ ) terhadap *behavioral intention* Instagram ( $Y$ ). Tingkat signifikansi ditentukan sebesar 10% dengan rumus derajat kebebasan, sebagai berikut.

$$df = (k - 1)$$

Dimana:

df = derajat kebebasan

k = jumlah variabel bebas dan terikat

Selanjutnya nilai t hitung dibandingkan dengan t tabel, maka asumsi pengambilan keputusan yang digunakan adalah:

- Terima  $H_a$ , jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ . Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* secara parsial terhadap *behavioral intention* Instagram.
- Tolak  $H_a$ ,  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ . Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* secara parsial terhadap *behavioral intention* Instagram.

#### b. Uji Simultan (Uji F-Statistik)

Uji F-statistik adalah pengujian pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil pengujian dapat dilihat dari nilai signifikansi F hitung, bila nilainya lebih tinggi dari tingkat keyakinan maka seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih rendah dari tingkat keyakinan, maka seluruh variabel independen secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependennya.

Pengujian simultan dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS guna menguji besarnya pengaruh dari *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence*, secara bersama-sama atau simultan terhadap *behavioral intention* Instagram. Tingkat signifikansi yang digunakan untuk menentukan nilai F tabel adalah sebesar 10 %. Dengan menggunakan rumus:

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

(Sugiyono, 2014, hlm. 192)

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel

n = Jumlah anggota sampel

Berdasarkan rumus tersebut, asumsi pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Terima  $H_a$ , jika koefisien  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ . Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence*, secara simultan terhadap *behavioral intention* Instagram.
- Tolak  $H_a$ , jika koefisien  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ . Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence*, secara simultan terhadap *behavioral intention* Instagram.