

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Dalam melakukan penelitian, diperlukan sebuah metodologi atau metode guna untuk membuktikan adanya pengaruh antara X dan Y. Peneliti harus memperhatikan desain yang akan dilakukan. Dalam penyusunan penelitian, peneliti menggunakan metode deskriptif. Menurut Suryadi dkk (2019, hlm. 138) metode deskriptif dalam penelitian dilakukan guna mengetahui bagaimana peristiwa yang terjadi saat ini dan yang tetap dapat dilakukan pengamatan oleh peneliti terkait. Jenis studi yang dipakai peneliti dalam penelitian deskriptif kuantitatif ini adalah studi korelasional. Maka dari itu penelitian ini untuk membuktikan adanya pengaruh antara variabel X dan variabel Y dapat diteliti dengan menggunakan metode kuantitatif.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan kuantitatif merupakan metode ilmiah yang mengumpulkan dan menganalisis data untuk kemudian hasilnya dapat di generalisasikan. Penelitian kuantitatif memiliki karakter terstruktur dengan variabel, hipotesis, dan desain penelitian (Daniel, 2016, hlm. 95).

Menurut Kriyantono (2010, hlm. 56) penelitian kuantitatif bersifat objektif dan tidak mengikutsertakan analisis dan interpretasi subjektif peneliti. Selain itu, pendekatan kuantitatif juga menggunakan uji statistik untuk menganalisa data dan hasilnya dapat digeneralisasikan dari sampel yang representatif. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana menurut Vardiansyah (2005, hlm. 64) adalah jenis penelitian yang membangun pengetahuan dan memperoleh kebenaran berdasarkan data-data terukur. Yang memiliki arti bahwa data harus dikumpulkan, diolah, dianalisis dalam matematika dan statistika.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang bersifat sistematis, terencana

dan terstruktur yang berprinsipkan logika hipotesis verifikasi guna mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam secara deduktif.

Pada penelitian ini penulis akan menggunakan metode korelasional. Metode ini untuk menguji dan mendeskripsikan pengaruh antara dua atau lebih variabel dengan menggunakan statistik korelasional (Creswell, 2014, hlm. 41). Maka dari itu penelitian ini untuk membuktikan adanya pengaruh antara variabel X dan variabel Y dapat diteliti dengan menggunakan metode kuantitatif.

3.3 Partisipan

Dalam penelitian ini, peneliti telah menentukan beberapa karakteristik partisipan yang akan menjadi responden dalam proses pengumpulan data, yaitu:

1. Laki-laki dan perempuan usia 18-25 tahun
2. Pernah melihat/membaca iklan promo gratis ongkos kirim Shopee
3. Merupakan pengguna Shopee
4. *Followers* akun Twitter @ShopeeID

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti. Seperti menurut Sugiyono (2011, hlm. 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh *followers* akun Twitter @ShopeeID yang berjumlah 318.200 *followers*. Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti.

Menurut Sugiyono (2011, hlm. 84) sampel adalah bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Dalam penelitian ini akan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu sampel ditentukan berdasarkan penilaian-penilaian tertentu yang telah ditetapkan peneliti atau dengan kata lain hanya mereka yang memenuhi persyaratan sebagai bagian dari anggota penelitian (Sugiyono, 2011, hlm 82).

Untuk memutuskan sampel berdasarkan populasi yang telah diketahui jumlahnya dapat menggunakan rumus Slovin (Krisyantono, 2006, hlm. 162). Jumlah sampel penelitian ditentukan dengan formula Taro Yamane dengan perhitungan:

$$n = \frac{N}{1 + N(0.1)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dibutuhkan

N = Jumlah populasi

e = Toleransi Kesalahan

Menggunakan populasi yang telah ditentukan sebelumnya, ukuran sampel akan menjadi:

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

$$n = \frac{318.200}{1 + 318.200(0,1)^2}$$

$$n = \frac{318.200}{1 + 318.200(0,01)}$$

$$n = \frac{318.200}{1 + 3182}$$

$$n = \frac{318.200}{3183}$$

$$n = 99,96$$

Dapat ditentukan bahwa ukuran sampel sebanyak 99,96 dibulatkan menjadi 100. Maka sampel dibutuhkan untuk penelitian ini adalah sejumlah 100 orang sebagai respondennya.

3.5 Teknik pengumpulan data

Metode yang dipilih terdapat 2 teknik yaitu, diantaranya:

3.5.1 Penelitian lapangan

Penelitian di lapangan dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner/angket kepada responden yang dianggap sesuai dengan kriteria yang dipilih. Responden dalam penelitian ini adalah *followers* akun Twitter @ShopeeID.

Dalam penyusunan angket, melalui beberapa langkah-langkah, yaitu:

- 1) Penyusunan prediksi yang akan dijadikan pertanyaan
- 2) Membuat item pernyataan.
- 3) Menentukan skala dengan 5 kategori ordinal dengan model Likert.

Tabel 3.5.1 Kriteria Bobot Nilai Alternatif Skala Likert (Ordinal)

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai
Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
Setuju/sering/positif	4
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral/tidak tahu	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah/negative	1

Sumber: Sugiyono (2017, hlm.93)

3.5.2 Studi Kepustakaan

Dalam melakukan penelitian, diperlukan untuk mengkaji teori yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh beberapa peneliti. Untuk melaksanakan

penelitian dibutuhkan kerangka berpikir yang menjadi acuan penelitian. Kerangka berpikir berasal dari sebuah teori yang relevan dengan penelitian yang akan dilaksanakan. Teori merupakan penjelasan mengenai suatu fenomena yang dijabarkan melalui penalaran ataupun bukti-bukti empiris. Teori juga merupakan dasar yang memunculkan asumsi dan hipotesis. (Ali, 2014, hlm. 50).

3.6 Prosedur Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa prosedur penelitian, yaitu sebagai berikut :

- 1) Merumuskan Masalah
- 2) Melakukan Studi Kepustakaan
- 3) Merumuskan Hipotesis
- 4) Menentukan Desain Penelitian
- 5) Mengumpulkan Data
- 6) Mengolah dan Menyajikan Informasi
- 7) Menganalisis dan Menginterpretasikan
- 8) Membuat Kesimpulan dan Rekomendasi

3.7 Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah objek penelitian atau yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Suharsimi, 2010, hlm. 161). Variabel diartikan sebagai suatu gejala atau konsep yang bervariasi. Dalam suatu penelitian eksperimen terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen).

3.7.1 Variabel Independen (X) : Terpaan iklan

Menurut Tanzeh (2009, hlm. 85), variabel bebas (variabel independen) yaitu variabel yang menjadi sebab atau mempengaruhi timbulnya atau berubahnya variabel terikat (variabel dependen).

Terpaan iklan menurut Effendy (1989, hlm. 124) adalah keadaan terkena pada khalayak oleh pesan-pesan yang disebarkan oleh media massa. Selain itu, terpaan iklan adalah keadaan terkena emulsi film oleh

cahaya yang tersorot pada penontonnya. Sedangkan menurut McQuail dan Windahl (1993, hlm. 430), terpaan adalah terdiri dari durasi dan frekuensi. Durasinya berapa lama iklan dikonsumsi, frekuensinya yaitu berapa kali iklan dikonsumsi.

Terpaan ditentukan juga dari seberapa sering iklan dilihat/dibaca (frekuensi), seberapa lama khalayak mengkonsumsi iklan (durasi) dan seberapa jauh khalayak mengetahui isi pesannya (atensi). Namun dalam mengkonsumsi iklan tidak menutup kemungkinan hanya dilihat sebentar, dan tidak sengaja memperhatikan (Wells dkk., 2000, hlm. 156).

Tabel 3.7.1 Operasional Variabel Independen (X)

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Variabel (X) Terpaan iklan (Wells dkk., 2000, hlm. 156)	Frekuensi (X1)	Seberapa sering iklan dilihat	1. Saya sering melihat/membaca iklan promo gratis ongkos kirim Shopee
			2. Saya merasa bahwa iklan promo gratis ongkos kirim Shopee lebih sering muncul daripada iklan promo lainnya dari <i>marketplace</i> lain
	Durasi (X2)	Seberapa lama khalayak mengonsumsi	3. Saya membaca seluruh iklan promo gratis

		iklan	ongkos kirim Shopee
			4. Saya merasa bahwa iklan promo gratis ongkos kirim Shopee tidak menyita banyak waktu untuk dibaca
	Atensi (X3)	Kefokusan terhadap iklan promo gratis ongkos kirim Shopee	5. Saya selalu fokus saat melihat/membaca iklan promo gratis ongkos kirim Shopee
			6. Saya memahami isi pesan dari iklan promo gratis ongkos kirim Shopee
			7. Bahasa yang digunakan dalam iklan promo gratis ongkos kirim Shopee mudah dipahami
			8. Saya mengingat

			tagline dari iklan promo gratis ongkos kirim Shopee
		Ketertarikan pada konten iklan promo gratis ongkos kirim Shopee	9. Saya tertarik dengan konten dari iklan promo gratis ongkos kirim Shopee
			10. Saya menikmati konten iklan promo gratis ongkos kirim Shopee
			11. Saya menantikan adanya iklan promo gratis ongkos kirim Shopee
		Perasaan khalayak pada iklan promo gratis ongkos kirim Shopee	12. Saya merasa senang ketika melihat iklan promo gratis ongkos kirim Shopee

3.7.2 Variabel Dependen (Y) : Sifat konsumtif

Sedangkan variabel terikat menurut Sukardi (2014, hlm. 178) merupakan variabel yang diukur sebagai akibat adanya manipulasi pada variabel bebas karena memang fungsi mereka yang tergantung dari variabel bebas.

Setiap orang memiliki perilaku konsumtif yang berbeda karena faktor yang mempengaruhi. Faktor yang mendorong perilaku konsumtif adalah literasi keuangan. Literasi keuangan menunjukkan pemahaman termasuk pengetahuan umum tentang keuangan, investasi, tabungan, dan jaminan (Chen dan Volpe, 1998, hlm. 110). Kita dapat mengatakan bahwa semakin baik literasi keuangan, semakin sedikit perilaku konsumtif. Selain itu, Hilgert dkk., (2003, hlm. 312) menjelaskan bahwa semakin baik literasi keuangan mempengaruhi manajemen keuangan yang lebih baik, sehingga tidak akan ada pengeluaran yang tidak terduga.

Dan juga terdapat dimensi perilaku konsumtif yang dipaparkan oleh Fromm (1995, hlm. 300) yaitu pemuasan keinginan, barang diluar cakupan, barang diluar kepentingan, status sosial.

Tabel 3.7.2 Operasional Variabel Independen (Y)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Variabel (Y) Perilaku Konsumtif (Fromm, 1995, hlm. 300)	Pemuasan Keinginan (Y1)	Membeli barang untuk memuaskan hasrat berbelanja	13. Saya menjadi ingin segera berbelanja di Shopee
			14. Saya merasa puas jika membeli barang lebih dari satu
	Barang diluar	Mencari	15. Saya menjadi

	cakupan (Y2)	kepuasan akhir untuk mendapatkan barang yang baru	ingin membeli barang yang baru walaupun mempunyai barang yang lama
			16. Saya membeli produk sejenis dengan merk yang berbeda meskipun produk yang lama belum habis terpakai
		Pembelian barang yang tidak rasional	17. Saya menjadi senang mengoleksi barang dengan berbelanja
	Barang diluar kepentingan (Y3)	Membeli barang yang tidak produktif	18. Saya membeli barang yang disukai walaupun sebenarnya kurang berguna
			19. Saya membeli barang yang direkomendasikan oleh teman
			20. Saya membeli barang yang menurut saya

			unik
			21. Saya membeli barang yang kemasannya menarik
			22. Saya membeli barang yang warnanya menarik
			23. Saya membeli barang karena rasa ingin tahu (penasaran)
	Status Sosial (Y4)	Membeli barang karena ingin mendapatkan status	24. Saya berbelanja untuk menjaga gengsi
			25. Saya merasa lebih <i>update</i> jika sudah berbelanja
			26. Saya memiliki kepuasan tersendiri jika sudah membeli barang yang bermerk
			27. Saya membeli produk yang sedang <i>trend</i> agar

			terlihat menarik
--	--	--	------------------

3.8 Pengujian Analisis Data

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Ardianto (2011, hlm. 188), Validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan mengukur sesuatu. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari suatu instrumen, artinya bahwa instrumen yang dipakai benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Formula yang digunakan untuk menentukan tingkat validitas dari alat ukur tersebut adalah koefisien korelasi untuk sampel (r).

Instrumen yang diuji keabsahannya haruslah valid karena berarti alat ukur yang nantinya akan digunakan untuk memperoleh hasil penelitian yang valid sesuai dengan masalah yang diteliti. Untuk menguji validitas instrumen ini, rumus yang digunakan adalah *product moment* dari Karl Pearson dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_{xy} : r hitung

$\sum X$: jumlah skor item

Σ : jumlah skor total

N : jumlah individu dalam sampel

Hasil perhitungan r_{xy} atau r hitung selanjutnya dibandingkan dengan r_{tabel} , untuk r_{tabel} dengan responden 30 orang sebesar 0,3061 dengan tingkat kesalahan 10%. Valid tidaknya ditentukan dengan dasar pengambilan keputusan :

- $r_{xy} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid (sahih)
- $r_{xy} < r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid (tidak sah).

Tabel 3.8.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel X

Item	Person Correlation	Nilai R Kritis	Hasil
Item 1	0,756	0,3061	Valid
Item 2	0,644	0,3061	Valid
Item 3	0,612	0,3061	Valid
Item 4	0,827	0,3061	Valid
Item 5	0,756	0,3061	Valid
Item 6	0,805	0,3061	Valid
Item 7	0,680	0,3061	Valid
Item 8	0,696	0,3061	Valid
Item 9	0,812	0,3061	Valid
Item 10	0,805	0,3061	Valid
Item 11	0,806	0,3061	Valid
Item 12	0,818	0,3061	Valid

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi (r) dari setiap butir pertanyaan lebih besar dari nilai kritis yaitu 0.3061. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan untuk terpaan iklan sudah valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian serta dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Tabel 3.8.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item	Person Correlation	Nilai R Kritis	Hasil
Item 1	0,584	0,3061	Valid

Item 2	0,608	0,3061	Valid
Item 3	0,668	0,3061	Valid
Item 4	0,578	0,3061	Valid
Item 5	0,846	0,3061	Valid
Item 6	0,761	0,3061	Valid
Item 7	0,769	0,3061	Valid
Item 8	0,918	0,3061	Valid
Item 9	0,791	0,3061	Valid
Item 10	0,733	0,3061	Valid
Item 11	0,842	0,3061	Valid
Item 12	0,638	0,3061	Valid
Item 13	0,795	0,3061	Valid
Item 14	0,818	0,3061	Valid
Item 15	0,764	0,3061	Valid

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi (r) dari setiap butir pertanyaan lebih besar dari nilai kritis yaitu 0.3061. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan untuk Perilaku konsumtif sudah valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian serta dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Ardianto, 2011, hlm. 189). Namun menurut Arikunto (2012, hlm. 100) reliabilitas merupakan salah satu persyaratan item yang berhubungan dengan masalah kepercayaan.

Reliabilitas dipakai untuk mengukur apakah item yang dipakai mempunyai konsistensi pada nilai (Heale dan Twycross, 2015, hlm. 3).

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan terpecaya atau tidak lalu untuk mengetahui apakah pertanyaan bisa diuji kapanpun dan dimanapun. Suatu pernyataan yang divalidasi akan ditentukan keandalannya dengan kriteria jika r alpha atau $>$ dari r tabel maka pertanyaan dikatakan reliabel. Lalu jika r alpha negatif atau $<$ dari r tabel maka pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Dalam mencari reliabilitas internal yaitu dengan melalui cara menganalisis alat ukur dari satu kali pengukuran dan rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah teknik Alpha Croanbanch (Riduwan, 2004, hlm. 125) yaitu:

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

(Arikunto, 2013, hlm. 239)

Keterangan :

r_{11} : Realibilitas Instrumen

k : Banyaknya Soal

$\sum \sigma_t^2$: Jumlah Variansi Butir Soal

σ_t^2 : Variansi Total

Sedangkan untuk melihat signifikansi, reabilitasnya, dilakukan dengan mendistribusikan rumus *student t*, yaitu :

$$thit = \frac{r_{xy} \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dengan dasar pengambilan keputusan :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian reliabel
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian tidak reliabel

Metode Alpha Cronbach diukur menggunakan skala dari 0 – 1. Skala diklasifikasikan menjadi enam untuk menentukan keberhasilan suatu instrument. Klasifikasi dijabarkan sebagai berikut :

1. Alpha Cronbach Skor 0,0 – 0,5 artinya tidak dapat terima
2. Alpha Cronbach Skor 0,51 – 0,6 artinya tidak buruk
3. Alpha Cronbach Skor 0,71 – 0,8 artinya dapat diterima
4. Alpha Cronbach Skor 0,81 – 0,9 artinya bagus
5. Alpha Cronbach Skor 0,91 – 1 artinya sangat bagus

Untuk melihat reliabel atau tidaknya suatu instrumen digunakan pendekatan secara statistika, yaitu dilihat koefisien reabilitasnya dan apabila koefisien reabilitasnya dengan bantuan *Software IBM SPSS Statistics 23* dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 3.8.2 Hasil Uji Reabilitas X dan Y

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Hasil
Terpaan Iklan (X)	0.772	0,71 – 0,8	Dapat diterima
Perilaku Konsumtif (Y)	0.768	0,71 – 0,8	Dapat diterima

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki *cronbach alpha* dengan hasil kategori dapat diterima. Hal tersebut berarti semua pernyataan di atas dapat dikatakan lulus uji validitas yaitu sahih dan lulus uji

reliabilitas yaitu reliable atau andal sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian selanjutnya.

3.9 Teknik Analisa Data

Penelitian ini akan dianalisis untuk memperoleh hipotesis yang sebelumnya telah dirumuskan. Penelitian ini menggunakan teknik statistik kuantitatif. Skala yang digunakan adalah dengan skala likert atau yang disebut skala ordinal.

3.9.1 Metode Analisis Deskriptif

Statistika deskriptif adalah analisis yang paling dasar untuk menguraikan data secara umum. Analisis data tersebut yang harus dilakukan diantaranya yaitu: menentukan kriteria kategorisasi, menghitung nilai statistik deskriptif, dan mendeskripsikan variabel. (Kusnendi, 2017, hlm. 6).

Kriteria penilaian dari setiap pernyataan yang ada akan disusun berdasarkan tahapan berikut :

1. Menentukan jumlah dari setiap pernyataan yang merupakan tanggapan dari para responden
2. Membuat persentase capaian responden dengan nilai kumulatif *item* dibagi nilai frekuensinya, lalu dikali 100%. Dalam menentukan persentase capaian responden, nilai yang perlu diperhatikan sebagai berikut:
 1. Jumlah kumulatif terbesar (Skor Ideal)
 2. Jumlah kumulatif terkecil
 3. Nilai persentase terbesar
 4. Nilai persentase terkecil
 5. Nilai rentang
3. Menentukan kategorisasi berdasarkan nilai rentang/interval persentase dengan menggunakan rumus

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}}{\text{jumlah kategori}}$$

3.10 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan sebelum mengetahui hipotesis, dan merupakan prosedur sebelum dilakukannya pengerjaan hipotesis. Berikut adalah beberapa pengujian asumsi klasik:

3.10.1 Uji Normalitas

Sebuah penelitian membutuhkan uji normalitas data yang merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametris. Statistik parametris memerlukan terpenuhi banyak asumsi, asumsi yang utama adalah data yang akan dianalisis harus berdistribusi normal (Sugiyono, 2017, hlm. 172). Normalitas suatu data penting karena dengan data yang berdistribusi normal atau mendekati normal, maka data tersebut terdistribusi normal dan data dianggap dapat mewakili suatu populasi.

Cara untuk mengetahui hasil normalitas residual adalah dengan membaca tabel yang sudah dilakukan dengan metode Kolmogorov Smirnov. Dasar pengambilan keputusannya adalah

1. Jika nilai probabilitas (*Asymtotic Significant*) $<0,01$ maka distribusi tidak normal
2. Jika nilai probabilitas (*Asymtotic Significant*) $>0,01$ maka distribusi normal

3.10.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016, hlm. 103) tujuan dari pengujian multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

Nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF) adalah untuk menemukan ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi. Nilai uji *tolerance* yang lebih dari 0,01 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10 adalah nilai uji yang baik. Pengujian ini akan dilakukan dengan menggunakan SPSS Statistics 23

3.10.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2012, hlm. 139) uji heteroskedastisitas dilakukan dengan bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi kesamaan varian di dalam model yang tidak sama.

Apabila tidak terjadi heterokedastisitas maka model regresi dapat dikatakan baik. Jika tidak terdapat pola yang jelas, maka dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas, dimana titik-titik menyebar di bagian atau atas bahwa angka 0 pada sumbu Y.

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Uji Korelasi

Ketika data sudah terkumpul maka langkah selanjutnya adalah menghitungnya dengan menggunakan analisis korelasi yang bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa keeratan hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut (Arikunto, 2013, hlm. 313).

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

Keterangan =

r : Nilai Korelasi Pearson

£X : Jumlah pengamatan variabel X

£Y : Jumlah pengamatan variabel Y

£XY : Jumlah total dari pengamatan terhadap variabel X dan Y

£X² : Jumlah nilai kuadrat dari pengamatan variabel X

£Y² : Jumlah nilai kuadrat dari pengamatan variabel Y

Tabel 3.11.1 Pearson's Product Moment

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah

0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,000	Sangat Tinggi

(Sumber : Sugiyono, 2014, hlm. 184)

3.11.2 Uji F

Tujuan dari Uji F adalah untuk menguji hipotesis yang sudah mencakup seluruh variabel penelitian. Menurut Kusnendi (2017, hlm. 4) Pengujian hipotesis secara keseluruhan merupakan penggabungan dalam menghitung variabel bebas terhadap variabel terikat untuk kemudian diketahui berapa besar pengaruh yang ditimbulkan.

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sebaliknya apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Untuk mengetahui nilai F_{tabel} , dapat digunakan rumus :

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

Keterangan :

n = jumlah responden

k = jumlah variabel x

3.11.3 Uji-T

Menurut Rohmana (2010, hlm. 48) Uji T adalah suatu pengujian dimana hasil sampel bisa digunakan untuk memverifikasi kebenaran dan kesalahan hipotesis. Hasil Uji-T dibuat berdasarkan hasil dari uji statistik yang didapat dari data yang ada. Tujuan dari Uji-T ini adalah untuk menguji nilai signifikansi tingkat variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

Kriteria keputusan untuk menolak dan menerima hipotesis adalah sebagai berikut:

- Jika nilai t tabel $>$ nilai t hitung, maka H_0 diterima artinya variabel tersebut signifikan.

- Jika nilai t hitung < nilai t tabel, maka H0 diterima atau menerima Ha artinya variabel tersebut tidak signifikan.

Dan dapat diketahui t tabelnya dengan rumus :

$$t \text{ tabel} = (\alpha/2 ; n - k - 1 \text{ atau df residual})$$

Dengan keterangan :

α = 10% atau 0,1

n = jumlah responden

k = jumlah variabel x

Lalu dilakukan dari melihat nilai signifikansi. Jika signifikansi < α maka variabel tersebut signifikan. Dalam penelitian ini nilai α adalah 10% atau 0,1.

3.11.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian Koefisien Determinasi dilakukan untuk melihat seberapa besar kontribusi untuk variabel X atau variabel bebas dengan cara bersamaan terhadap variabel Y dengan melihat nilai koefisien determinasi total yaitu R^2 . Nilai R^2 berada di antara 0 dan 1 atau dengan kata lain $0 < R^2 < 1$. Bila suatu nilai berada di dekat angka 1, hampir seluruh informasi yang dibutuhkan guna membaca variabel dependen diberikan oleh variabel independent.. Namun dalam penelitian ini, perhitungan uji koefisien determinasi menggunakan *Software SPSS 23*.

3.11.5 Regresi Linier Berganda

Regresi Linear Berganda adalah jenis regresi yang digunakan apabila variabel bebas yang dimiliki lebih dari satu. Pada penelitian ini menggunakan alat bantu *Software SPSS 23*. Adapun rumus yang digunakan yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Di mana:

α : konstanta

β : intensitas

X1: Frekuensi

X2: Durasi

X3: Atensi