

## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Deskripsi Penelitian

Pengikut (*followers*) akun Instagram kuliner yang menjadi objek penelitian ini, yaitu @jktfoodhunting. Akun ini merupakan satu di antara *food* Instagram dengan *followers* cukup banyak yang aktif melakukan promosi dan *me-review* produk-produk makanan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sujarweni (2014) berpendapat bahwa penelitian kuantitatif dikenal sebagai penelitian yang mengeluarkan hasil yang dapat dicapai dengan menerapkan metode statistik atau dengan kuantifikasi (pengukuran). Sementara itu, Sugiyono (2017) berpendapat bahwa dalam penelitian kuantitatif, hipotesis diuji dengan mengumpulkan data dari alat penelitian dan kemudian dilakukan analisis kepada data kuantitatif atau statistik. Metode penelitian ini didasarkan pada filosofi positivisme.

Selain itu, metode penelitian yang dilakukan merupakan metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian yang dilakukan untuk mendeskripsikan variabel bebas (variabel yang tidak bergantung pada variabel lain), tanpa membandingkan atau berusaha menemukan variabel tersebut dengan variabel lain merupakan metode deskriptif (Sugiyono, 2013). Sementara itu, untuk menguji hipotesis yang telah ada dari populasi atau sampel diperlukan metode verifikatif. (Sugiyono, 2013). Hasil penelitian didapatkan dari media sosial Instagram yang dilakukan oleh akun @jktfoodhunting yang menentukan seberapa berpengaruh *marketing* yang dilakukan terhadap keputusan pembelian konsumen.

#### 3.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel yang diteliti di tempat penelitian yang dilakukan (Supriati, 2015). Dari judul penelitian yang sudah tertera, penulis mengambil variabel bebas (*independent variabel*) yaitu X adalah efektivitas media sosial Instagram dan keputusan pembelian merupakan variabel terpengaruh

(*dependent variabel*) atau Y. Penulis mengambil subjek penelitian atau responden yaitu *followers* atau pengikut akun Instagram @jktfoodhunting.

### 3.3 Operasional Variabel

Variabel merupakan segala bentuk yang penulis pilih untuk ditinjau dengan tujuan mengumpulkan informasi (Sugiyono, 2012). Terdapat dua variabel yang akan diukur dalam penelitian ini, yaitu:

#### 1. Variabel Independen

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi perkembangan variabel dependen atau terikat, atau yang menjadi penyebab perubahan tersebut (Sugiyono, 2012). Variabel independen dalam penelitian ini adalah efektivitas media sosial Instagram (X).

#### 2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang terkena dampak atau hasil dari adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel**

| Variabel                               | Analisis Teoretis  | Konsep Empiris                        | Konsep Analisis  | Skala    |
|--|--|---------------------------------------|--|----------|
| Efektivitas Media Sosial Instagram (X) | <i>Social media</i> adalah perantara di internet yang secara virtual membantu penggunaannya mengutarakan dirinya, saling berinteraksi, berkomunikasi, bekerjasama, | <i>Participation &amp; Engagement</i> | 1. Partisipasi <i>followers</i> @jktfoodhunting untuk mencoba produk kuliner yang dipromosikan.<br>2. Partisipasi <i>followers</i> @jktfoodhunting | Interval |

| Variabel | Analisis Teoretis  | Konsep Empiris      | Konsep Analisis   | Skala    |
|----------|--|---------------------|---|----------|
|          | dan membentuk grup atau ikatan sosial (Dr. Rulli Nasrullah M.Si dalam buku Media Sosial, 2016:13). |                     | ng untuk mengikuti tutorial membuat makanan atau minuman.   |          |
|          |  | <i>Opennes</i>      | <ol style="list-style-type: none"> <li>Seluruh followers @jktfoodhunting berhak untuk berkomentar pada setiap postingan.</li> <li>Produk kuliner yang dipromosikan beraneka ragam.</li> </ol> | Interval |
|          |  | <i>Conversation</i> | <ol style="list-style-type: none"> <li>Terjadinya komunikasi antara admin akun @jktfoodhunting dengan para followers.</li> <li>Admin menanggapi</li> </ol>                                    | Interval |

| Variabel | Analisis Teoretis | Konsep Empiris       | Konsep Analisis  | Skala    |
|----------|-------------------|----------------------|--|----------|
|          |                   |                      | komentar yang diajukan oleh followers.   |          |
|          |                   | <i>Community</i>     | 1. Terjadinya komunikasi antara followers dengan rekan mereka saat memiliki minat yang sama.   | Interval |
|          |                   | <i>Connectedness</i> | 1. Konten promosi yang dilakukan @jktfoodhunting membuat followers mengunjungi tempat kuliner tersebut.<br>2. Setelah melihat konten promosi yang dilakukan @jktfoodhunting, followers mengunjungi dan mengikuti | Interval |

| Variabel                | Analisis Teoretis   | Konsep Empiris                 | Konsep Analisis   | Skala    |
|-------------------------|---|--------------------------------|---|----------|
|                         |   |                                | <i>social media</i> tempat tersebut.  |          |
| Keputusan Pembelian (Y) | keputusan pembelian merupakan langkah konsumen dalam mengambil keputusan pembelian konsumen yang sungguh-sungguh membeli. (Kotler & Armstrong, 2014). | Kemantapan pada sebuah produk  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mencari informasi produk sebelum membeli.</li> <li>2. Melihat <i>review</i> produk sebelum membeli.</li> <li>3. Memiliki beberapa alternatif produk sebelum memilih satu di antaranya.</li> </ol> | Interval |
|                         |   | Kebiasaan dalam membeli produk | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan pengulangan pembelian pada produk sejenis.</li> </ol>   | Interval |
|                         |   | Kecepatan dalam membeli produk | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memutuskan dengan cepat untuk membeli produk yang telah dicari</li> </ol>   | Interval |

| Variabel | Analisis Teoretis | Konsep Empiris | Konsep Analisis    | Skala |
|----------|-------------------|----------------|--------------------|-------|
|          |                   |                | tahu informasinya. |       |

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Sugiyono (2011) berpendapat bahwa istilah populasi adalah kategori luas yang mencakup individu atau hal-hal yang menunjukkan nilai dan sifat tertentu dan dipilih sebagai subjek penelitian.

Konsumen yang mengikuti akun Instagram @jktfoodhunting yang berjumlah 293.000 orang menjadi populasi pada penelitian ini.

#### 3.4.2 Sampel

Sugiyono (2011) menyatakan bahwa sampel merupakan elemen dari besaran dan karakteristik populasi yang telah ditentukan. Pengguna Instagram yang mengikuti akun @jktfoodhunting menjadi populasi pada penelitian ini, oleh karena itu teknik yang digunakan penulis adalah *simple random sampling*. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2017), *simple random sampling* adalah memilih individu secara acak dari populasi sampel tanpa mempertimbangkan status sosial populasi tersebut.

Hal tersebut menyimpulkan bahwa sampel dari penelitian ini adalah pengguna aktif Instagram dan pengguna yang mengikuti akun Instagram @jktfoodhunting.

Rumus Slovin digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang akan diambil dengan tingkat toleransi error sepuluh persen karena jumlah populasi telah diketahui. Berikut merupakan formula yang digunakan untuk menghitung sampel:

n = Keterangan;

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir. Batas kesalahan yang ditoleransi bagi setiap populasi tidak sama yaitu, 1%, 2%, 3%, 4%, 5% atau 10%.

Lalu, pengukuran sampel dihitung dengan rincian di bawah ini;

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{(1+N(e)^2)} \\
 &= \frac{293.000}{(1+293.000(0,1)^2)} \\
 &= 99,96
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel di atas yang menggunakan rumus Slovin, sampel random untuk penelitian ini dengan tingkat *error* 10%, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel secara keseluruhan adalah sebanyak 99,96 orang dan dibulatkan menjadi 100 orang. Artinya, kemungkinan tingkat kesalahan dari penelitian ini adalah sebesar 10%.

### 3.5 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian yang digunakan terdapat dua jenis, yaitu primer dan sekunder. Data primer adalah sumber data yang menyerahkan data kepada pengumpul data secara langsung (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini hasil penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pengikut/*followers* akun Instagram @jktfoodhunting akan digunakan untuk memperoleh data primer. Data yang digunakan merupakan data ordinal yang telah diubah menjadi interval dengan menggunakan *Method of Succesive Interval* (MSI).

Data sekunder merupakan data yang di mana sumbernya tidak menyampaikan informasi kepada penghimpun data secara langsung (Sugiyono,

2018). Artikel, literature, jurnal serta situs di internet yang berhubungan dengan penelitian berfungsi sebagai sumber data sekunder dalam penelitian ini.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa terdapat beberapa setting, sumber, dan metode lain dalam pengumpulan data yang dapat dilaksanakan. Metode pengumpulan data yang dilaksanakan menggunakan setting alamiah, metode eksperimen di laboratorium, mewawancarai individu di rumah, mengadakan seminar atau diskusi, melakukan perjalanan wisata, dan lain-lain. Proses pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder, tergantung pada sumber data yang diperoleh.

Penelitian ini diolah dengan cara menyebarkan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Metode ini memerlukan beberapa pertanyaan yang akan diajukan secara sistematis dan dirancang untuk pengikut/*followers* akun Instagram @jktfoodhunting. Isi dari kuesioner tersebut adalah beberapa variabel yang hendak diteliti tentang efektivitas Instagram sebagai *social media marketing* dan keputusan pembelian.

### 3.7 *Method Of Succesive Interval* (MSI)

Analisis *Method Of Succesive Interval* (MSI) digunakan untuk mengubah data yang berskala ordinal menjadi interval. Sugiyono (2017) menjelaskan langkah-langkah untuk melakukan MSI adalah sebagai berikut:

1. Perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang disebar
2. Menghitung frekuensi setiap skor jawaban
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi
4. Menghitung proporsi (P) setiap skor jawaban dan proporsi kumulatif (PK)
5. Gunakan table distribusi normal, dihitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh

6. Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap Z yang diperoleh (dengan menggunakan table densitas)

Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus:

$$SV = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{Kepadatan batas atas}}{\text{Daerah dibawah batas atas} - \text{Daerah dibawah batas bawah}}$$

### 3.8 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2015), uji validitas dapat didefinisikan sebagai suatu tolak ukur yang berguna untuk menentukan valid atau tidaknya suatu instrumen penelitian. Valid dapat diartikan suatu instrumen dapat dipakai untuk mengukur sesuatu yang harus diukur, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat ukur yang digunakan. Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa akurat pertanyaan pada kuesioner yang akan diberikan kepada responden (Priyatno, 2014).

Berikut merupakan rumus untuk menghitung validitas suatu instrumen penelitian menggunakan rumus yaitu korelasi *product moment* dari Karl Pearson:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara variable X dan variabel Y

$\sum X$ : jumlah skor item

$\Sigma$  : jumlah skor total

$n$ : jumlah individu dalam sampel

Untuk melakukan uji validitas ini, kuesioner dibagikan kepada 30 responden, dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga r tabel dapat diketahui yaitu 0,361. Pengukuran menggunakan program SPSS *Statistics* 26. Berikut kriteria dari valid atau tidaknya pengujian validitas ini:

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

**Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel X**

| No | Pertanyaan   | r tabel | r hitung | Keterangan |
|----|--|---------|----------|------------|
| 1  | Konten produk kuliner yang dibuat @jktfoodhunting menarik perhatian saya.                                      | 0,361   | 0,500    | Valid      |
| 2  | Caption atau keterangan yang dibuat @jktfoodhunting mudah dimengerti.  | 0,361   | 0,374    | Valid      |
| 3  | Produk kuliner yang di review oleh @jktfoodhunting meningkatkan rasa ingin tahu saya terhadap produk tersebut. | 0,361   | 0,582    | Valid      |
| 4  | Produk kuliner yang di review oleh @jktfoodhunting membuat saya ingin mencoba produk tersebut.                 | 0,361   | 0,557    | Valid      |
| 5  | Konten tutorial cara membuat makanan dan minuman yang dilakukan @jktfoodhunting mudah untuk diikuti.           | 0,361   | 0,482    | Valid      |
| 6  | Konten tutorial cara   | 0,361   | 0,489    | Valid      |

| No | Pertanyaan   | r tabel | r hitung | Keterangan |
|----|--|---------|----------|------------|
|    | membuat makanan dan minuman yang dilakukan @jktfoodhunting membuat saya tertarik untuk mencobanya. |         |          |            |
| 7  | Akun @jktfoodhunting memudahkan saya dalam mencari produk kuliner Kota Jakarta.                    | 0,361   | 0,661    | Valid      |
| 8  | Saya sering berkomentar pada postingan @jktfoodhunting.  | 0,361   | 0,412    | Valid      |
| 9  | Saya mengikuti akun @jktfoodhunting karena produk kuliner yang dipromosikan beraneka ragam.        | 0,361   | 0,627    | Valid      |
| 10 | Saya mengikuti akun @jktfoodhunting karena produk kuliner yang dipromosikan tidak monoton.         | 0,361   | 0,466    | Valid      |
| 11 | Saya memanfaatkan kolom komentar untuk berkomunikasi dengan admin @jktfoodhunting.                 | 0,361   | 0,546    | Valid      |
| 12 | Saya memanfaatkan kolom komentar untuk menanggapi postingan @jktfoodhunting.                       | 0,361   | 0,611    | Valid      |

| No | Pertanyaan  | r tabel | r hitung | Keterangan |
|----|---|---------|----------|------------|
| 13 | Admin @jktfoodhunting menanggapi followersnya saat berkomentar.   | 0,361   | 0,596    | Valid      |
| 14 | Saya menghubungi rekan saya jika tertarik pada produk kuliner yang dipromosikan @jktfoodhunting.                      | 0,361   | 0,636    | Valid      |
| 15 | Saya mengajak rekan saya untuk mencoba produk kuliner yang dipromosikan @jktfoodhunting.                              | 0,361   | 0,682    | Valid      |
| 16 | Setelah melihat konten promosi yang dilakukan @jktfoodhunting, saya mengunjungi social media produk kuliner tersebut. | 0,361   | 0,378    | Valid      |
| 17 | Konten promosi yang dilakukan @jktfoodhunting membuat saya mengunjungi tempat kuliner tersebut.                       | 0,361   | 0,417    | Valid      |
| 18 | Saya merekomendasikan produk kuliner yang dipromosikan @jktfoodhunting kepada   | 0,361   | 0,548    | Valid      |

| No | Pertanyaan  | r tabel | r hitung | Keterangan |
|----|-------------|---------|----------|------------|
|    | orang lain. |         |          |            |

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

**Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y**

| No | Pertanyaan  | r tabel | r hitung | Keterangan  |
|----|---|---------|----------|-------------|
| 19 | Saya mencari informasi mengenai produk kuliner yang dipromosikan @jktfoodhunting sebelum membelinya.  | 0,361   | 0,362    | Valid       |
| 20 | Saya melihat review-review mengenai produk kuliner yang dipromosikan @jktfoodhunting sebelum membelinya.  | 0,361   | 0,631    | Valid       |
| 21 | Saya memiliki beberapa alternatif produk kuliner dari @jktfoodhunting sebelum memilih salah satunya.  | 0,361   | 0,260    | Tidak Valid |
| 22 | Saya memutuskan untuk membeli produk setelah melihat keterangan atau caption lengkap yang dijelaskan oleh @jktfoodhunting mengenai produk tersebut. | 0,361   | 0,674    | Valid       |
| 23 | Saya memutuskan untuk   | 0,361   | 0,224    | Tidak Valid |

| No | Pertanyaan  | r tabel | r hitung | Keterangan  |
|----|---|---------|----------|-------------|
|    | membeli produk setelah mendengar penjelasan @jktfoodhunting mengenai produk tersebut pada video promosinya.   |         |          |             |
| 24 | Saya melakukan pengulangan pembelian pada produk kuliner yang saya sukai yang dipromosikan akun @jktfoodhunting.                                      | 0,361   | 0,708    | Valid       |
| 25 | Saya mencari produk kuliner yang biasa saya makan pada akun @jktfoodhunting, untuk mencoba lagi dengan merek yang berbeda.                            | 0,361   | 0,081    | Tidak Valid |
| 26 | Setelah mencari tahu informasi mengenai produk kuliner yang dipromosikan @jktfoodhunting, saya memutuskan dengan cepat untuk membeli produk tersebut. | 0,361   | 0,676    | Valid       |
| 27 | Setelah melihat review produk kuliner yang dilakukan @jktfoodhunting, saya  | 0,361   | 0,627    | Valid       |

| No | Pertanyaan   | r tabel | r hitung | Keterangan |
|----|--|---------|----------|------------|
|    | langsung memutuskan untuk membeli produk kuliner tersebut tanpa melihat review dari akun social media lainnya. |         |          |            |

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas diartikan sebagai tahap kecakapan atau keyakinan terhadap temuan suatu penelitian (Morissan, 2017). Tujuan dari dilakukannya uji reliabilitas yaitu untuk mengetahui kesesuaian alat ukur yang pada umumnya menggunakan kuesioner. Untuk menghitung reliabilitas dapat menggunakan cara dengan menghitung koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6, bisa di ambil kesimpulan bahwa pernyataan yang digunakan dibuktikan reliabel atau dapat dipercaya.

**Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | Hasil    |
|----------|-------------------------|----------|
| X        | 0,814                   | Reliabel |
| Y        | 0,601                   | Reliabel |

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

## 3.9 Teknik Analisis Data dan Hipotesis

### 3.9.1 Analisis Deskriptif

Analisis yang digunakan untuk mendapatkan gambaran yang luas mengenai data yang dikumpulkan tanpa menarik kesimpulan umum apa pun merupakan analisis deskriptif (Sugiyono, 2015).

Sugiyono (2010) memaparkan rumus untuk mengetahui skor ideal adalah seperti berikut di bawah ini:

1. Nilai indeks maksimum: Skor interval tertinggi x jumlah butir item setiap dimensi x jumlah responden

Dewi Sri Wulan Sura Wati, 2022

**EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @JKTFOODHUNTING DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER**

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

2. Nilai indeks minimum: Skor interval terendah x jumlah butir item setiap dimensi x jumlah responden
3. Panjang interval kelas : (nilai maksimal - nilai minimal) / total interval
4. Persentase skor: (total skor / nilai maksimum) x 100

### 3.9.2 Analisis Verifikatif

#### 3.9.2.1 Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menilai berdistribusi normal atau tidaknya suatu model regresi, variabel bebas dan terikat, atau keduanya. Uji statistik akan menimbulkan hasil yang buruk, jika suatu variabel tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2013). Uji normalitas data yang digunakan adalah *Kolmogorov-Smirnov*, uji ini dapat digunakan untuk sampel lebih dari 50, yang dimana penulis melakukan pengujian kepada 100 responden. Berdasarkan probabilitasnya berikut merupakan dasar dari pengambilan kriteria:

1. Jika nilai probabilitas  $> 0,05$ ,  $H_0$  diterima.
2. Jika nilai probabilitas  $\leq 0,05$ ,  $H_0$  ditolak.

##### 2. Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2013), Untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau antar variabel bebas maka dilakukan uji multikolinearitas. Uji multikolinearitas akan mengakibatkan sampel memiliki variabel yang tinggi. Maka dapat diartikan bahwa koefisien t-tabel memiliki nilai lebih besar dari uji t-hitung, maka standar error akan tinggi. Hal ini membuktikan bahwa variabel independen dan variabel dependen tidak memiliki hubungan linier. Nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat digunakan untuk mencari apakah terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Nilai *tolerance* digunakan

untuk mengukur dari variabel bebas tertentu yang kemudian tidak bisa diuraikan oleh variabel bebas dari yang lain. Maka,  $VIF = \frac{1}{Tolerance}$ .

Untuk membuktikan adanya multikolinieritas, nilai *cut off* yang digunakan pada umumnya adalah  $tolerance \leq 0,10$  atau sama dengan  $VIF \geq 10$ .

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Raharjo (2015) berpendapat bahwa uji heteroskedastisitas berguna untuk mengetahui apakah variasi nilai residual dari satu observasi ke observasi lain tidak sama dalam model regresi. Ketika perbedaan nilai residual satu observasi ke observasi lain bertentangan, disebut heteroskedastisitas. Jika tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, model regresi diartikan baik.

#### 3.9.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda berguna untuk menghubungkan satu variabel dependen dengan sejumlah variabel independen. Pengujian ini juga berguna untuk mendapati sebesar apa pengaruh variabel X terhadap Y. Menurut Sutopo (2017: 74), rumus yang digunakan seperti berikut di bawah ini:

$$Y = a_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

|  |   |
|--|---|
| Y  | : Keputusan Pembelian                   |
| A  | : Konstanta                             |
| b <sub>1</sub> , b <sub>2</sub> , b <sub>3</sub> , b <sub>4</sub> , b <sub>5</sub> | : Koefisien Regresi                     |
| X <sub>1</sub>   | : <i>Participation &amp; Engagement</i> |
| X <sub>2</sub>   | : <i>Openness</i>                       |
| X <sub>3</sub>   | : <i>Conversation</i>                   |
| X <sub>4</sub>   | : <i>Community</i>                      |
| X <sub>5</sub>   | : <i>Connectedness</i>                  |

#### 3.9.2.3 Koefisien Determinasi

Sugiyono (2014) memaparkan bahwa tujuan dari analisis determinasi adalah untuk menentukan persentase variabel independen

terhadap variabel dependen secara berbarengan. Apabila nilai R square > 0,5 maka dapat dikatakan hasilnya baik. Dibawah ini merupakan rumus koefisien determinasi.

$$\text{Koefisien determinasi} = (r^2) \times 100\%$$

Diketahui bahwa varian dari variabel dependen dapat terjadi oleh variabel independen, maka koefisien disebut sebagai koefisien penentu.

### 3.10.3 Pengujian Hipotesis

#### 3.10.3.1 Uji T (Parsial)

Uji T menggambarkan sejauh mana pengaruh variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen secara individual (Ghozali, 2016). Berikut adalah kriteria dari uji t yang menggunakan signifikansi 0,05:

1. Jika nilai signifikan > 0,05, hipotesis ditolak.
2. Jika nilai signifikan < 0,05, hipotesis diterima.

#### 3.10.3.2 Uji F (Simultan)

Uji F menentukan apakah setiap variabel independen yang ada dalam model akan berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan (Ghozali, 2016). Cara yang digunakan untuk melakukan uji f ini adalah dengan menganalogikan nilai F tabel dan F hitung serta 0,05 sebagai nilai signifikansi. Berikut kriterianya:

1. Bila F hitung > F tabel, model penelitian dapat digunakan.
2. Bila F hitung < F tabel, model penelitian tidak dapat digunakan.