

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017, hlm. 41), objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu). Penelitian ini berfokus untuk menguji pengaruh antara pemasaran media sosial Instagram, harga, dan keputusan pembelian di antara para pengikut Instagram 'Rumah Batik. Palbatu'. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pemasaran media sosial Instagram dan harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Rumah Batik Palbatu.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hardani dkk. (2020) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif mengacu pada pendekatan metodologis yang berusaha menyajikan informasi faktual, gejala, atau peristiwa secara sistematis dan akurat yang berkaitan dengan karakteristik populasi atau area geografis tertentu. Penelitian deskriptif ini mencoba untuk mencari tahu bagaimana pengaruh pemasaran media sosial Instagram dan harga terhadap keputusan pembelian di UMKM Rumah Batik Palbatu.

Menurut Sugiyono (2020, hlm. 9), Data kuantitatif mengacu pada data penelitian yang dinyatakan dalam bentuk angka dan dianalisis dengan menggunakan metode statistik sebagai alat untuk mengevaluasi masalah yang sedang diselidiki untuk menarik kesimpulan. Selanjutnya, data kuantitatif akan digunakan untuk menilai sejauh mana pengaruh yang diberikan oleh pemasaran media sosial Instagram dan harga terhadap keputusan pembelian dalam konteks UMKM Rumah Batik Palbatu.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2019), skala Likert adalah suatu metode pengukuran yang digunakan untuk menganalisis perasaan individu atau kelompok terhadap isu-

isu sosial. Skala Likert digunakan sebagai alat ukur yang efektif untuk menggambarkan dan mengukur tingkat persetujuan atau ketidaktertarikan individu terhadap pernyataan-pernyataan tertentu. Dalam konteks penelitian ini, skala Likert digunakan sebagai salah satu instrumen untuk mengoperasionalkan variabel-variabel yang diteliti. Operasionalisasi variabel ini penting untuk memungkinkan pengukuran yang obyektif dan memperoleh data yang terperinci. Untuk memberikan gambaran yang jelas, operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini telah dijabarkan dalam tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Konstruk
1	Pemasaran media sosial (Variabel X1) Chris Heuer dalam Caesarina dan Huda, 2022	1. Konteks	A. Kemenarikan informasi produk	X1.1
			B. Kelengkapan informasi produk	X1.2
			C. Keinformatifan informasi produk	X1.3
		2. Komunikasi	A. Isi pesan mudah dimengerti	X1.4
			B. Isi pesan bermanfaat	X1.5
		3. Kolaborasi	A. Pemberian referensi terhadap pelanggan lain	X1.6
			4. Koneksi	A. Hubungan yang baik antara pelanggan dan perusahaan
2	Harga (Variabel X2) (Kotler Philip dan Armstrong Gary dalam Teddy dan Dinda, 2020)	-	A. Keterjangkauan harga	X2.1 -X2.3
		-	B. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	X2.4
		-	C. Kesesuaian harga dengan manfaat	X2.5
		-	D. Daya saing harga	X2.6
3	Keputusan pembelian (Variabel Y) (Priansa, 2017)	1. Pilihan produk	A. Kemantapan pada sebuah produk	Y.1-Y.3
		2. Pilihan merek	A. Pilihan merek	Y.4-Y.5
		3. Pilihan penyalur	A. Memilih penyalur berdasarkan	Y.6

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Konstruk
			lokasi yang mudah dijangkau	
	4. Jumlah pembelian		A. Jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan	Y.7
	5. Waktu pembelian		A. Waktu pembelian produk berdasarkan adanya promosi	Y.8
			B. Waktu pembelian produk berdasarkan kebutuhan	Y.9

Tabel ini akan menjadi pedoman dalam pengumpulan data dan analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data mengacu pada sumber-sumber tertentu yang mana informasi atau data diperoleh dan kemudian digunakan untuk tujuan penelitian atau analisis. Dalam arti luas, sumber data dapat dikategorikan ke dalam dua jenis yang berbeda, secara khusus:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2013, hlm. 148), data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber asli atau individu melalui berbagai metode seperti survei, wawancara, atau metode pengumpulan data lainnya. Pengumpulan data primer bertujuan untuk memenuhi kebutuhan penelitian, yang melibatkan perolehan data yang belum pernah dikumpulkan sebelumnya. Dalam konteks penelitian ini, partisipan yang terlibat adalah individu yang menjadi pengikut akun media sosial Instagram @rumahbatik.palbatu dan telah melakukan aktivitas pembelian. Dengan menggunakan data primer, penelitian ini akan menggali informasi yang spesifik dan relevan mengenai pengaruh akun media sosial tersebut terhadap keputusan pembelian para konsumen.

2. Data Sekunder

Pada penelitian ini, penggunaan data sekunder memiliki peranan penting dalam mendukung keberhasilan penelitian. Sebagaimana yang dijelaskan oleh

Sugiyono (2013), data sekunder merujuk pada informasi yang telah dikumpulkan dan disebar oleh entitas eksternal, tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti. Jenis data ini meliputi berbagai sumber seperti laporan, buku, jurnal, statistik, dan sejenisnya. Kelebihan utama dari data sekunder adalah kemudahan dan kecepatan dalam memperolehnya, dibandingkan dengan data primer. Namun, penting untuk diingat bahwa data sekunder tidak selalu memiliki tingkat keakuratan dan relevansi yang sama dengan data primer.

Dalam konteks penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder berupa publikasi ilmiah, laporan pemerintah, basis data, sumber arsip, dan sumber lainnya yang relevan dengan topik penelitian, yakni pemasaran di media sosial, harga, dan keputusan pembelian. Melalui penggunaan data sekunder ini, peneliti dapat memperoleh informasi yang telah dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya. Penggunaan data sekunder memberikan keuntungan dalam hal waktu dan upaya yang dihemat, karena data tersebut telah ada dan dapat diakses secara relatif lebih cepat. Selain itu, data sekunder juga dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

Namun, perlu diingat bahwa ada beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan saat menggunakan data sekunder. Salah satunya adalah keakuratan dan relevansi data tersebut dengan penelitian yang sedang dilakukan. Kredibilitas sumber data juga menjadi hal yang penting untuk dipertimbangkan. Oleh karena itu, peneliti harus mengumpulkan data dari sumber-sumber yang terpercaya dan memastikan bahwa data tersebut sesuai dengan tujuan penelitian yang sedang dijalankan.

Secara keseluruhan, penggunaan data sekunder dalam penelitian ini menjadi aspek penting yang akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik yang diteliti. Dengan menggabungkan data sekunder dengan metodologi penelitian yang tepat, diharapkan peneliti dapat memperoleh temuan yang berharga dan mendukung keberhasilan skripsi ini.

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013), konsep populasi merujuk pada sekelompok objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu, sebagaimana yang ditentukan oleh peneliti, dengan tujuan untuk melakukan studi dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi yang telah ditentukan oleh peneliti adalah pengikut akun Instagram @rumahbatik.palbatu. Pada tanggal 27 Mei 2023, diketahui bahwa total populasi pengikut akun tersebut mencapai 2860 individu. Data ini menjadi acuan penting dalam menjalankan penelitian ini, karena data ini digunakan untuk menghitung jumlah data yang dapat mewakili seluruh kelompok pengikut yang menjadi objek analisis dalam pengumpulan dan analisis data yang dilakukan.

3.2.4.2 Sampel

Pada penelitian ini, peneliti mengambil sampel dengan menggunakan teknik non probability sampling. Teknik ini dipilih dengan tujuan untuk memilih sampel yang sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian. Sugiyono (2020, hlm. 127) mendefinisikan bahwa sampel dalam penelitian kuantitatif merupakan bagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh populasi itu sendiri. Dalam teknik *non probability sampling*, peneliti tidak memilih sampel secara acak, melainkan dengan mempertimbangkan tujuan penelitian dan menetapkan kriteria tertentu. Dalam konteks ini, peneliti memilih sampel berdasarkan pengikut akun Instagram @rumahbatik.palbatu yang pernah melakukan pembelian. Dengan menggunakan teknik *non probability sampling*, peneliti dapat fokus pada populasi yang memiliki pengalaman langsung dengan produk atau layanan yang diteliti, sehingga hasil penelitian dapat lebih relevan dan representatif.

Untuk menentukan jumlah sampel, penulis menggunakan rumus Slovin (Darwin dkk., 2021, hlm. 121). Pada penelitian ini total populasi diketahui kurang lebih berjumlah 2860, namun peneliti melakukan pembulatan ke atas

menjadi 2900. Berikut hasil perhitungan menggunakan derajat kebenaran 90%:

Rumus slovin:

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

= *Ukuran sampel/jumlah*

n = Ukuran sampel
N = Ukuran populasi
E = Derajat kesalahan

Diketahui:

N = 2900

E = 0,1

Maka, jumlah sampel adalah:

$$n = \frac{2900}{1 + 2900 \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{2900}{1 + 2900 \times (0,01)}$$

$$n = \frac{2900}{1 + 29}$$

$$n = \frac{2900}{30}$$

$$n = 96,6666$$

Hasil dari perhitungan ini mengungkapkan bahwa terdapat 96,6666 sampel yang harus diperoleh. Namun, dalam penelitian ini, angka tersebut dibulatkan menjadi 97 responden. Oleh karena itu, berdasarkan hasil tersebut, jumlah sampel minimum yang dibutuhkan adalah 97 responden. Hal ini penting untuk memastikan keakuratan dan representativitas data yang diperoleh dalam penelitian ini. Dengan menggunakan jumlah sampel yang memenuhi persyaratan ini, diharapkan dapat menghasilkan temuan yang valid dan dapat diandalkan untuk menjawab rumusan masalah serta tujuan penelitian.

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Hardani dkk. (2020) menjelaskan bahwa teknik pengambilan sampel merupakan metodologi yang dipergunakan dalam skripsi ini untuk memastikan jumlah sampel yang tepat sesuai dengan ukuran sampel yang ditentukan. Metode ini memiliki peran penting sebagai sumber data utama dalam penelitian ini. Dalam penggunaannya, teknik pengambilan sampel ini mempertimbangkan karakteristik dan distribusi populasi yang sedang diteliti, dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang akurat dan mewakili populasi secara keseluruhan.

Lebih lanjut, Hardani dkk. (2020, hlm. 364) menjelaskan bahwa terdapat dua jenis teknik penarikan sampel, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Dalam konteks penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Penarikan sampel *purposive* dilakukan dengan tujuan khusus untuk memastikan bahwa sampel yang diambil dapat mewakili populasi yang sedang diteliti dan menghasilkan data yang representatif. Dengan demikian, pemilihan sampel secara *purposive* memungkinkan peneliti untuk mengontrol karakteristik sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data mengenai objek penelitian, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang relevan dan efektif. Beberapa metode yang digunakan antara lain sebagai berikut:

1. Kuesioner

Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data yang efisien, sesuai dengan penjelasan Sugiyono (2013, hlm. 142). Kuesioner merupakan suatu serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Penggunaan kuesioner menjadi tepat ketika peneliti mengetahui variabel yang akan diukur dan harapan yang ingin diperoleh dari responden. Selain itu, teknik pengumpulan data dengan kuesioner juga cocok digunakan dalam situasi di mana jumlah responden yang cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Dalam penelitian ini, alat administrasi survei online yang dikenal sebagai Google Forms digunakan oleh peneliti untuk menyusun kuesioner. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, di mana responden diminta untuk memberikan tanggapan mereka menggunakan skala Likert pada serangkaian pertanyaan. Dengan menggunakan alat administrasi survei online, peneliti dapat mengumpulkan data dengan efisien dan memudahkan analisis data secara lebih sistematis.

Melalui penggunaan kuesioner dengan alat administrasi survei online, diharapkan penelitian ini dapat mengumpulkan data yang valid dan reliabel dari sejumlah responden yang cukup besar. Data yang terkumpul nantinya akan dianalisis dan diinterpretasikan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai variabel yang diteliti.

2. Studi Kepustakaan

Dalam penelitian ini, studi kepustakaan memiliki peran penting sebagai landasan teoritis yang mendukung penelitian ini. Sugiyono (2013, hlm. 291) menjelaskan bahwa studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Dalam konteks ini, studi kepustakaan bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang konsep-konsep yang terkait dengan topik penelitian.

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam studi kepustakaan ini, berbagai sumber informasi digunakan. Salah satunya adalah melalui membaca buku-buku yang berisi informasi terkait dengan topik yang sedang diteliti. Buku-buku ini dapat memberikan pandangan dari para pakar dan ahli di bidang yang relevan dengan penelitian ini. Selain buku, jurnal, artikel, dan situs web juga digunakan sebagai sumber data yang beragam untuk memperkaya pemikiran dan menganalisis data yang relevan dengan penelitian ini.

Penggunaan sumber-sumber tersebut memberikan keuntungan dalam meninjau hasil penelitian sebelumnya, mendapatkan pemahaman yang lebih luas tentang topik penelitian, dan memperkuat argumen yang diajukan dalam skripsi ini. Melalui kajian terhadap literatur dan penelitian yang relevan, studi

kepuustakaan ini akan memberikan landasan teoritis yang kokoh dan mendalam untuk memahami dan menganalisis fenomena yang diteliti.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Menurut Agung dan Yuesti (2019, hlm. 53) pengujian validitas digunakan untuk melihat sampai sejauh mana pernyataan pada suatu kuesioner dapat mengukur apa yang ingin diukur. Sugiyono (2013, hlm. 267) menyatakan bahwa dalam penelitian kuantitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian adalah, valid, reliabel dan objektif.

Agar sebuah instrumen dapat dianggap valid, sangat penting untuk memiliki alat ukur yang tepat untuk mendapatkan data yang akurat secara tepat sasaran. Hal ini sangat penting karena instrumen harus secara akurat dan tepat mewakili variabel yang sedang diteliti. Validitas suatu kuesioner dinyatakan valid jika nilai korelasi hitung lebih besar dari nilai korelasi tabel ($\text{Valid} = r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (Sugiyono, 2020)). Suatu variabel dianggap valid jika menghasilkan nilai r hitung lebih tinggi dari nilai r tabel pada tingkat signifikansi (α) 0,05 dan dengan uji pendahuluan yang dilakukan dengan menggunakan 30 responden untuk mengetahui kelayakan variabel tersebut ketika diimplementasikan. Oleh karena itu, ambang batas nilai korelasi minimum adalah 0,361. Dalam perhitungan uji validitas diimplementasikan dengan perangkat lunak SPSS (Statistical Package for Social Sciences) Versi 25.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Alpha-Cronbach* atau *alpha coefficient* untuk menguji reliabilitas alat ukur yang digunakan. Metode ini merupakan salah satu metode yang umum digunakan untuk mengukur konsistensi internal suatu instrumen (Budiasuti dan Bandur, 2018). Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, seperti yang disebutkan oleh Manning dan Munro (2006); Gregory (2000); Nunally (1978) dalam Budiasuti dan Bandur (2018: 211), bahwa dalam pengujian reliabilitas, angka koefisien minimal yang diterima secara umum adalah 0,70. Jika angka

koefisien reliabilitas mencapai nilai ini, maka kuesioner atau alat ukur tersebut dapat dianggap memiliki reliabilitas yang dapat diterima.

Namun, perlu dicatat bahwa semakin tinggi angka koefisien reliabilitas, semakin rendah pula tingkat kesalahan pengukuran. Dengan kata lain, semakin tinggi reliabilitas alat ukur, semakin dapat diandalkan alat ukur tersebut dalam mengukur variabel yang sedang diteliti. Idealnya, nilai koefisien reliabilitas mencapai nilai maksimum yaitu 1, yang menunjukkan keandalan yang sempurna dari alat ukur tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti berharap dapat mencapai nilai koefisien reliabilitas yang tinggi, agar hasil pengukuran yang diperoleh lebih valid dan dapat diandalkan. Selain itu, dengan mengevaluasi reliabilitas alat ukur yang digunakan, peneliti juga dapat memastikan bahwa alat ukur tersebut memberikan hasil yang konsisten dalam berbagai situasi dan kondisi (tempat dan waktu) yang berbeda.

Dalam kesimpulan, pengujian reliabilitas menggunakan teknik Alpha-Cronbach atau alpha coefficient merupakan langkah penting dalam mengevaluasi alat ukur atau instrumen yang digunakan dalam penelitian. Dengan mencapai nilai koefisien reliabilitas yang tinggi, peneliti dapat memastikan bahwa alat ukur tersebut dapat diandalkan dan memberikan hasil yang konsisten.

3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Statistik deskriptif memiliki fungsi untuk menjelaskan atau menyajikan gambaran menyeluruh tentang subjek penelitian dengan menggunakan data sampel atau populasi, tanpa melakukan analisis atau menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Hal ini dilakukan dengan memberikan analisis komprehensif tentang atribut fundamental dari data yang tersedia. Ketika menyajikan data deskriptif, peneliti memiliki berbagai format yang dapat mereka gunakan, termasuk distribusi frekuensi, tabel biasa, grafik garis, diagram lingkaran, diagram batang, dan piktogram. Namun, yang paling penting dalam penyajian data adalah agar data tersebut mudah

dipahami dan komunikatif, sehingga pembaca dapat dengan mudah memahami isi dari penelitian tersebut (Sugiyono, 2019, hlm. 29).

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel X (Pemasaran Media Sosial dan Harga), yang berperan sebagai variabel independen, dan variabel Y (Keputusan Pembelian), yang berperan sebagai variabel dependen. Penelitian ini akan menggunakan skala Likert untuk menilai tanggapan dari para partisipan. Skala Likert adalah skala pengukuran yang digunakan untuk menilai sikap dan perilaku, yang menunjukkan bagaimana seorang responden memandang atau merespons pernyataan yang disajikan kepada mereka (Priyono, 2016). Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala 1-5, dimana dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 2
Skala Likert

Angka	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Ragu-Ragu (RR)
4	Setuju (ST)
5	Sangat Setuju (SS)

Dengan mengacu pada informasi yang tercantum dalam tabel 3.2, 5 skor poin pada Skala Likert digunakan untuk mengindikasikan tingkat persetujuan terhadap pernyataan yang disajikan dalam kuesioner. Selanjutnya, rentang skala tersebut ditetapkan berdasarkan rumus interval dengan menggunakan persamaan berikut (Sudjana, 2011, hlm. 47):

$$Interval = \frac{Skor\ Terbesar - Skor\ Terkecil}{Jumlah\ Skala}$$

$$Interval = \frac{5 - 1}{5}$$

$$Interval = 0.8$$

Setelah mendapatkan rentang skala interval, langkah selanjutnya adalah menentukan rentang skala pendapat responden untuk mengidentifikasi rata-rata penilaian responden terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner penelitian. Informasi mengenai rentang skala ini dijelaskan dalam tabel 3.3 berikut:

Tabel 3. 3
Rentang Skala Analisis Deskriptif

Angka	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Ragu-Ragu (RR)
4	Setuju (ST)
5	Sangat Setuju (SS)

3.2.8 Uji Asumsi Klasik

Dalam konteks analisis regresi linier berganda, perlu dilakukan serangkaian uji statistik untuk memenuhi asumsi-asumsi dasar analisis. Pengujian yang dilakukan untuk menilai asumsi-asumsi dalam penelitian ini meliputi pengujian normalitas data, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian normalitas data bertujuan untuk mengevaluasi apakah data yang digunakan dalam analisis memiliki distribusi yang mendekati normal. Dalam pengujian ini, dapat digunakan uji statistik seperti uji Kolmogorov-Smirnov atau uji Shapiro-Wilk. Selanjutnya, pengujian multikolinearitas dilakukan untuk mengidentifikasi apakah terdapat keterkaitan kuat antara variabel independen yang digunakan dalam model. Uji VIF (Variance Inflation Factor) atau matriks korelasi dapat digunakan untuk menguji multikolinearitas. Terakhir, pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah terdapat ketidaksamaan variasi dalam residual-model. Untuk memastikan validitas analisis regresi linier berganda dan interpretasi yang akurat dari hasilnya, maka sangat penting untuk melakukan semua pengujian yang disebutkan di atas. Melalui penerapan berbagai uji statistik, peneliti dapat memastikan terpenuhinya asumsi-asumsi penting dalam regresi linier berganda. Proses ini memastikan keandalan hasil analisis, sehingga memungkinkan diperolehnya kesimpulan yang bermakna.

3.2.8.1 Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk menilai apakah residual dalam sebuah model regresi, yang disebut sebagai variabel pengganggu, menunjukkan distribusi normal atau sebaliknya. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov dan analisis grafik melalui perangkat lunak SPSS. Suatu kumpulan data dianggap menunjukkan distribusi normal ketika jumlah titik data di atas dan di bawah nilai rata-rata setara, dan standar deviasi dari kumpulan data tersebut juga

seragam, sehingga menghasilkan pembentukan kurva normal (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini, pengujian akan dilakukan dengan menggunakan metode grafik Normal Probability Plots pada software SPSS. Penerapan metode ini mengikuti prinsip-prinsip yang diuraikan oleh (Ghozali, 2018):

1. Asumsi normalitas pada model regresi terpenuhi jika titik-titik data terdistribusi secara teratur di sepanjang garis diagonal dan menunjukkan kecenderungan yang sama dengan garis diagonal, atau jika histogramnya menunjukkan pola yang mengindikasikan distribusi normal.
2. Jika titik-titik data menunjukkan penyebaran yang signifikan dari garis diagonal, menyimpang dari arah garis diagonal, atau jika histogram tidak menunjukkan pola yang konsisten yang mengindikasikan distribusi normal, maka asumsi normalitas pada model regresi dilanggar.

Selain menggunakan grafik Normal Probability Plots, peneliti menggunakan pengujian Kolmogorov Smirnov untuk menguji normalitas. Idealnya, pengujian normalitas harus menggunakan exact p-value karena nilai tersebut dianggap sebagai standar emas (Mehta dan Patel, 2010, hlm. 25). Dalam pengujian ini suatu data akan dikategorikan normal apabila (Sig (2-tailed) $>0,05$) (Juliandi dkk., 2014).

3.2.8.2 Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas dalam skripsi ini adalah untuk menguji apakah terdapat korelasi yang signifikan antara variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian. Model regresi yang efektif biasanya ditandai dengan adanya tingkat korelasi yang rendah di antara variabel-variabel independen. Untuk mengidentifikasi gejala multikolinearitas, perhatian diberikan pada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Dalam analisis ini, apabila nilai VIF berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* di atas 0,10, hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terpengaruh oleh masalah multikolinearitas (Ghozali, 2018). Dengan menggunakan metode ini, diharapkan dapat memastikan bahwa hasil regresi yang diperoleh valid dan dapat dipercaya dalam menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan.

3.2.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Spearman's Rho digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dalam model regresi. Dalam analisis ini, kita mengacu pada konsep korelasi antara variabel independen dengan variabilitas residual. Jika terdapat korelasi yang signifikan antara kedua variabel tersebut, hal ini mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.

Pengambilan keputusan terkait uji ini didasarkan pada panduan yang diberikan oleh (Ghozali, 2018). Jika nilai p dari uji Spearman's Rho lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan sebelumnya, kita dapat menolak hipotesis nol yang menyatakan homoskedastisitas. Dalam hal ini, kita dapat menyimpulkan adanya heteroskedastisitas dalam model regresi.

Penting untuk mengidentifikasi heteroskedastisitas dalam model regresi karena hal ini dapat mempengaruhi hasil interpretasi variabel independen terhadap variabel dependen. Ketika heteroskedastisitas terdeteksi, langkah-langkah perbaikan seperti transformasi data atau penggunaan metode regresi alternatif seperti regresi robust dapat dipertimbangkan guna memastikan hasil analisis yang lebih akurat dan reliabel.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat perbedaan varians dari residual pada pengamatan yang berbeda di dalam model regresi. Homoskedastisitas berkaitan dengan keadaan di mana variabilitas residual tetap konsisten di seluruh pengamatan, sedangkan heteroskedastisitas menandakan bahwa variabilitas residual berfluktuasi. Model regresi yang efektif seharusnya menunjukkan homoskedastisitas, yang mengindikasikan tidak adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Dasar pemikiran untuk pengambilan keputusan mengenai tes ini adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.2.9 Uji Hipotesis

3.2.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk menilai variasi variabel dependen dengan memasukkan dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor yang dapat dimanipulasi. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menguji hubungan antara variabel dependen dan variabel independen, secara khusus menyelidiki bagaimana perubahan dalam variabel independen mempengaruhi variasi dalam variabel dependen (Ghozali, 2018). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji dampak dari dua variabel independen, yaitu pemasaran media sosial (X_1) dan harga (X_2), terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian (Y). Penerapan model regresi linier berganda akan dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Rumus regresi linier berganda yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

a : Konstanta

$\beta_1 \beta_2$: Koefisien dari masing-masing variabel independen

e : Standar Error

Y : Keputusan Pembelian

X_1 : Pemasaran Media Sosial

X_2 : Harga

3.2.9.2 Uji Parsial (Uji T)

Proses pelaksanaan uji T melibatkan beberapa langkah, diantaranya. Pertama, pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebar kepada responden yang merupakan konsumen yang telah menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik statistik uji T. Langkah pertama dalam analisis adalah melakukan uji normalitas untuk memastikan bahwa data yang digunakan memiliki distribusi yang normal (Ghozali, 2018). Jika data terdistribusi normal, maka dilanjutkan dengan uji T satu pihak atau uji T dua pihak, tergantung pada hipotesis penelitian yang diajukan. Uji T satu pihak

digunakan ketika hipotesis penelitian menyatakan adanya perbedaan positif atau negatif antara variabel independen dan variabel dependen. Sementara itu, uji T dua pihak digunakan ketika hipotesis penelitian hanya menyatakan adanya perbedaan antara variabel independen dan variabel dependen, tanpa mengarahkan pada perbedaan positif atau negatif. Setelah melakukan uji T, hasil yang diperoleh dianalisis untuk menentukan apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian secara parsial ini penting untuk memahami sejauh mana masing-masing variabel independen berkontribusi terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dalam pengembangan strategi pemasaran. Kesimpulannya proses pelaksanaan uji T melibatkan beberapa langkah, diantaranya:

1. Hipotesis dirumuskan untuk setiap kelompok:

H₀ menandakan tidak ada pengaruh yang signifikan antara X₁, X₂, dan Y jika dilihat secara individu, sedangkan H₁ dan H₂ menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan.

2. Menentukan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05).

Tingkat signifikansi statistik ($\alpha = 0,05$) dibandingkan dengan nilai t hitung signifikansi yang diperoleh melalui penggunaan perangkat lunak SPSS. Kriteria interpretasi diuraikan sebagai berikut:

1. Jika nilai t-value lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), yang mengarah pada penolakan H₀ dan penerimaan H_a, yang mengindikasikan bahwa semua variabel independen secara individual memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen;
2. Jika nilai t hitung melebihi nilai 0,05, maka hipotesis nol (H₀) diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen jika dilihat secara individual.
3. Melihat nilai t yang dihitung dan nilai yang sesuai dalam t-tabel. Jika nilai t yang dihitung melebihi nilai t-tabel, maka hipotesis nol (H₀) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini

mengimplikasikan bahwa setiap variabel independen memiliki dampak yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen. Sebaliknya, ketika nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditegakkan, yang menunjukkan bahwa setiap variabel independen tidak memiliki dampak yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen.

3.2.9.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji F, yang juga dikenal sebagai pengujian simultan, dilakukan untuk menilai pengaruh secara bersama-sama antara kedua variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Analisis ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara variabel-variabel tersebut. Dalam proses ini, dilakukan perbandingan antara nilai signifikansi t dengan nilai signifikansi 0,05 sebagai acuan. Berdasarkan perbandingan tersebut, dapat ditarik beberapa kesimpulan penting:

- a. Hipotesis diterima jika nilai signifikansi F lebih kecil dari 0,05 atau nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan secara statistik antara variabel independen dan variabel dependen.
- b. Sebaliknya, hipotesis ditolak jika nilai signifikansi F lebih besar dari 0,05 atau nilai F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} . Hal ini menandakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara statistik antara variabel independen dan variabel dependen.

Analisis menggunakan uji F ini sangat membantu dalam memastikan signifikansi statistik secara bersama-sama dari variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2018). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan uji F merupakan salah satu langkah penting dalam menguji hubungan antar variabel dalam konteks penelitian ini.

3.2.9.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan dari uji koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengevaluasi tingkat pengaruh antara variabel independen, khususnya pemasaran media sosial Instagram (X_1) dan harga (X_2), dengan variabel dependen, yaitu keputusan pembelian (Y). Koefisien determinasi, dilambangkan sebagai R^2 ,

mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variabilitas yang diamati dalam variabel dependen. Koefisien determinasi, juga dikenal sebagai R-squared, adalah ukuran statistik yang berkisar antara 0 hingga 1. Nilai yang lebih rendah menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabilitas yang diamati dari variabel dependen. Nilai yang lebih rendah menunjukkan bahwa model memiliki kekuatan penjelas yang terbatas, sedangkan nilai yang mendekati 1 menunjukkan variabel-variabel independen memberikan informasi yang hampir lengkap untuk memprediksi perubahan variabel dependen (Ghozali, 2018).

Penelitian ini menggunakan analisis koefisien determinasi (R^2) untuk menilai kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Rumus berikut ini digunakan untuk menentukan nilai koefisien korelasi dalam model regresi berganda:

$$Kd = R^2 \cdot 100\%$$

Keterangan:

Kd : Koefisien Determinasi

R" : Koefisien Korelasi

Koefisien determinasi R^2 adalah ukuran yang berkisar antara 0 dan 1, atau 0% dan 100%. Nilai $R^2 = 0$ mengindikasikan bahwa model tidak menjelaskan pengaruh variasi variabel X terhadap Y.

Di sisi lain, ketika $R^2 = 1$ atau mendekati 1, hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif yang kuat dan hubungan yang sangat berkorelasi antara variabel yang diuji.

Sebaliknya, jika $R^2 = -1$ atau mendekati -1, hal ini menandakan adanya pengaruh negatif yang lemah dan korelasi yang lemah antara variabel. Tanda negatif menunjukkan hubungan yang terbalik, di mana peningkatan nilai X menyebabkan penurunan nilai Y, dan sebaliknya.

Terakhir, jika $R^2 = 0$ atau mendekati 0, hal ini menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti.