

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini bersifat kuantitatif dan dengan jenis eksplanasi. Penelitian ini menganalisis hubungan antara *content creation*, *content sharing*, *connection*, dan *community building* terhadap keputusan pembelian dengan tujuan untuk memahami hubungan antara variabel dan data numerik.

Penelitian ini menggunakan data dari responden yang dikumpulkan melalui kuisisioner. Kuisisioner tersebut digunakan untuk mengukur *content cration*, *content sharing*, *connetion*, *community building* dan keputusan pembelian. Isi dari kuisisioner tersebut berupa pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan kepada responden dan pengukuran dengan skala likert, bertujuan supaya mendapatkan data yang sesuai. Data yang sudah terkumpul lalu di uji dengan menggunakan alat uji *Statistical Program for Social Science (SPSS)* versi 21.

#### **3.2 Subjek Dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan subjek konsumen Aerostreet yang melakukan pembelian melalui media sosial tiktok. Lokasi penelitian yang digunakan adalah di Tiktok shop dan telah membeli produk Aerostreet dengan pengambilan data melalui kuisisioner.

### **3.3 Variabel Penelitian Dan Definisi Oprasional Variabel**

#### **3.3.1 Variabel Penelitian**

Variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independen) disebut variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini yang digunakan variabel terikat (dependen) adalah keputusan pembelina.

Variabel yang berdampak pada pengembangan variabel dependen (terikat) dikenal sebagai variabel independen. Variabel bebas (independen) yang digunakan dalam penyelidikan ini adalah:

1. *Content creation*
2. *Content sharing*
3. *Connection*
4. *Community building*

#### **3.3.2 Definisi Oprasional Variabel Dan Indikator**

##### 1. Keputusan pembelian

Yang dimaksud keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah melakukan pembelian dengan produk dari aerostreet yang dimana konsumen membeli sepatu. Dengan indikator yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Sesuai kebutuhan: responden melakukan pembelian produk sepatu aerostreet sesuai dengan kebutuhan masing-masing.
2. Mempunyai manfaat: responden membeli produk aerostreet sesuai dengan manfaat apa saja yang didapat.

3. Ketetapan dalam membeli produk: responden merasa yakin membeli produk aerostreet.
4. Pembelian berulang: responden aerostreet merasa puas dengan produk yang dibeli dan berniat melakukan pembelian ulang di masa datang.

## 2. *Content Creation*

Yang dimaksud *content creation* Dalam penelitian ini adalah merujuk pada aerostreet melakukan pembuatan konten yang menarik, terbaru dan informatif sesuai pesan yang disampaikan untuk konsumen di tiktok. Indikator yang digunakan penelitian ini sebagai berikut:

1. Dengan pembuatan konten yang menarik: responden tertarik dengan konten video pendek yang diberikan aerostreet di akun tiktoknya.
2. Konten yang mewakili profil bisnis: responden tertarik dengan konten profil bisnis aerostreet.
3. Menyajikan konten secara informatif dan update: konten yang dibuat aerostreet di tiktok secara informatif dan update menarik minat responden.
4. Caption yang tepat: responden merasa caption yang digunakan di konten aerostreet di tiktok sudah tepat.

## 3. *Content Sharing*

Yang di maksud *content sharing* dalam penelitian ini adalah kegiatan membagikan konten yang dilakukan oleh Aerostreet di tiktok kepada pengguna sosial yang berguna untuk memperluas jaringan sebuah bisnis dan memperluas online audien. Indikator yang dipakai dalam penelitian sebagai berikut:

1. Keefektifitasan dalam membagikan konten: responden merasa konten yang dibuat aerostreet di tiktok sudah tepat sasaran.
2. Membagikan gambar pada sosial media yang menarik audien terhadap produk yang ditawarkan: responden tertarik kepada prouduk yang ditawarkannya dengan melihat gambar di konten tiktok Aerostreet.
3. Pembagian konten dengan memperkuat kesadarn merek: responden semakin mengenal produk aerostreet karena sering melihat kontennya di tiktok.
4. *Review*: responden menilai *review* produk Aerostreet yang dibagikan di tiktok secara positif.

#### 4. *Connecting*

Yang dimaksud *connecting* dalam penelitian ini adalah aeorstreet menjalin hubungan atau jaringan komunikasi dengan konsumen/audien yang ada di tiktok dengan maksud tujuan yang saling membangun. Indikator yang dipakai sebagai berikut:

1. Hubungan komunikasi yang baik mengenai informasi yang dibagikan: responden mengapresiasi produk aerostreet dengan banyaknya respon *like*, *comment*, dan *share* positif di tiktoknya.
2. Adanya diskon/*giveaway*: responden tertarik terhadap produk di tiktok aerostreet melalui diskon/ *giveaway* dari konten yang dibagikan.
3. Jumlah testimoni dan ulasan yang diberikan cukup besar: responden memberi saran dan kritik di koten tiktok aerostreet.

4. Terdapat feedback dari konsumen: responden memberikan feedback kepada produk aerostreet di tiktok.

#### 5. *Community building*

Yang dimaksud *community building* dalam penelitian ini mengacu pada sekelompok konsumen aerostreet membentuk komunitas/grup sosial online yang dimana antara konsumen satu dengan lainnya terjadi interaksi menanggapi produk aerostreet dalam satu tempat yang sama. Indikator yang dipakai sebagai berikut:

1. Dengan terbentuknya suatu grup atau komunitas online: responden sering mengikuti *event* aerostreet yang diadakan di komunitas atau grup online.
2. Pengaruh yang ditimbulkan oleh audien satu dengan lainnya: responden merekomendasikan produk aerostreet ke orang lain.
3. Pembelian yang praktis: responden melakukan proses pembelian produk aerostreet di tiktok dengan mudah dan praktis.
4. Komunitas online memberikan informasi cepat dan mudah: responden mendapatkan informasi dengan mudah tentang produk aerostreet melalui komunitas/grupnya.

### 3.3.3 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2021a) Alat untuk mengukur fenomena sosial atau lingkungan yang terlihat selama penelitian disebut instrumen penelitian. Berikut instrument penelitian:

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Varabel Penelitian	Indikator	Item Pernyataan	Pengukuran
Keputusan Pembelian (Y)  Widokarti & Priansa, (2019)	Sesuai kebutuhan	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian produk Aerostreet karena sesuai dengan kebutuhan saya.	Skala Likert 1-5
	Mempunyai manfaat	Saya melakukan keputusan pembelian produk sepatu Aerostreet karena bermanfaat untuk saya	Skala Likert 1-5
	Ketetapan dalam membeli produk	Saya merasa yakin untuk membeli produk Aerostreet.	Skala Likert 1-5
	Pembelian berulang	Saya merasa puas ketika melakukan keputusan pembelian produk Aerostreet berniat untuk melakukan pembelian ualng.	Skala Likert 1-5
<i>Content Creation</i> (X1)  Gunelius, (2011) dan Elvira dkk., (2023)	Dengan pembuatan konten yang menarik	Menurut saya, konten Aerostreet di tiktok sangat menarik	Skala Likert 1-5
	Konten yang mewakili profil bisnis	Menurut saya, konten Aerostreet di tiktok sesuai denga profil perusahaan.	Skala Likert 1-5
	Menyajikan konten secara informatif dan update	Menurut saya, konten Aerostreet menampilkan konten yang informatif di tiktok	Skala Likert 1-5
	Caption yang tepat	Manurut saya caption konten Aerostreet di tiktok sudah tepat.	Skala Likert 1-5
<i>Content Sharing</i> (X2)  Gunelius, (2011) dan Elvira dkk., (2023)	Keefektifitasan dalam membagikan konten	Menurut saya, Aerostreet membagikan konten di tiktok dapat diterima baik oleh konsumen.	Skala Likert 1-5
	Membagikan gambar pada sosial media yang menarik audien terhadap produk yang ditawarkan	Saya tertarik dengan gambar produk yang ditawarkan setelah melihat konten Aerostreet di tiktok.	Skala Likert 1-5
	Pembagian konten dengan memperkuat kesadaran merek	Saya semakin kenal dengan aerostreet karena sering melihat konten di tiktok.	Skala Likert 1-5
	<i>Review</i>	Manurut saya, konten review produk aerostreet di tiktok positif.	Skala Likert 1-5
<i>Connecting</i> (X3)	Hubungan komunikasi yang baik mengenai informasi yang dibagikan	Menurut saya, Aerostreet mendapat banyak respon positif dari konsumen.	Skala Likert 1-5

Gunelius, (2011) dan Elvira dkk., (2023)	Adanya diskon/ <i>giveaway</i>	Saya tertarik setelah melihat diskon/ <i>giveaway</i> yang diberikan Aerostreet di tiktok.	Skala Likert 1-5
	Jumlah testimoni dan ulasan yang diberikan cukup besar	Menurut saya, jumlah testimoni terkait produk aerostreet cukup banyak di tiktok	Skala Likert 1-5
	Terdapat feedback dari konsumen	Saya memberikan feedback positif untuk produk Aerostreet	Skala Likert 1-5
<i>Community building</i> (X4) Gunelius, (2011) dan Elvira dkk., (2023)	Dengan terbentuknya suatu grup atau komunitas online	Menurut saya, Aerostreet sering mengadakan event komunitas online yang menarik	Skala Likert 1-5
	Pengaruh yang ditimbulkan oleh audien satu dengan lainnya	Saya merekomendasikan produk Aerostreet kepada orang lain melalui tiktok.	Skala Likert 1-5
	Pembelian yang praktis	Saya suka pembelian yang praktis secara langsung melalui tiktok Aerostreet.	Skala Likert 1-5
	Komunitas online memberikan informasi cepat dan mudah	Menurut saya, komunitas aerostreet memberikan informasi mengenai produknya ke konsumennya	Skala Likert 1-5

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

### 3.3.4 Skala Penelitian

Skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2021a), skala *Likert* adalah teknik untuk mengukur pikiran, persepsi, dan sikap individu atau kelompok mengenai fenomena disekitar. Variabel yang akan diukur berupa indikator variabel saat memakai skala *Likert*. Setelah itu, indikator berfungsi sebagai standar untuk membuat instrumen, seperti pernyataan.

Responden diminta untuk memberikan jawaban atas serangkaian pernyataan sebagai bagian dari prosedur penghitungan. Setelah informasi yang dikumpulkan dengan benar dari pernyataan kuesioner, bobot skor 1 hingga 5 akan diterapkan.

Tabel 3.2 Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2021a)

### 3.4 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono, (2021), uji validitas melibatkan membandingkan data yang ada dalam objek penelitian dengan data yang dapat diberikan oleh peneliti. Jika uji validitas telah dilakukan pada kuesioner penelitian, instrumen penelitian dapat digunakan. Menentukan validitas semua skor item sesuai dengan dimensi konsep dan gunakan informasi itu untuk menghitung korelasi antara variabel pada skor total variabel (Sugiyono, 2021).

Berikut kriteria yang harus dipenuhi:

- a. Jika  $r \geq 0,3$ , maka item-item pernyataan kuesioner valid,
- b. Jika  $r \leq 0,3$ , maka item-item pernyataan kuesioner tidak valid.

Rumus korelasi dapat digunakan untuk menilai uji validitas instrumen. Adapun rumus uji validasi menurut Sugiyono (2021a) yang digunakan sebagai berikut:

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

keterangan

$r$  = koefisien korelasi

$n$  = jumlah sampel

$X$  = nilai variabel (jawaban responden)

$Y$  = nilai total dari variabel untuk responden ke- $n$

Berikut ini uji validitas untuk variabel independent yaitu *content creation* (X1), *content sharing* (X2), *connecting* (X3), *community building* (X4) dan variabel dependent yaitu keputusan pembelian (Y).

Tabel 3.3 Uji Validitas

Variabel	Item pernyataan	Item total correlation (r-hitung)	R tabel	Keterangan
<i>content creation</i> (X1)	X1.1	0,755	0,3	Valid
	X1.2	0,806	0,3	Valid
	X1.3	0,642	0,3	Valid
	X1.4	0,782	0,3	Valid
<i>content sharing</i> (X2)	X2.1	0,685	0,3	Valid
	X2.2	0,614	0,3	Valid
	X2.3	0,766	0,3	Valid
	X2.4	0,797	0,3	Valid
<i>connecting</i> (X3)	X3.1	0,672	0,3	Valid
	X3.2	0,704	0,3	Valid
	X3.3	0,640	0,3	Valid
	X3.4	0,832	0,3	Valid
<i>community building</i> (X4)	X4.1	0,863	0,3	Valid
	X4.2	0,777	0,3	Valid
	X4.3	0,764	0,3	Valid
	X4.4	0,769	0,3	Valid
keputusan pembelian (Y)	Y1.1	0,697	0,3	Valid
	Y1.2	0,672	0,3	Valid
	Y1.3	0,740	0,3	Valid
	Y1.4	0,758	0,3	Valid

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Hasil uji validitas pada tabel 3.3 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai korelasi lebih besar dari 0,3 yang artinya bahwa item-item pernyataan penelitian valid.

### 3.4.2 Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2021a) Uji reabilitas bertujuan untuk mengevaluasi seberapa konsisten data yang dihasilkan oleh suatu instrument penelitian. Dalam pengujian validitas menggunakan kriteria sebagai berikut:

- a. Apabila terdapat nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka pernyataan yang digunakan penelitian reliabel.
- b. Apabila terdapat nilai *Cronbach Alpha* < 0,60 maka pernyataan yang digunakan peneliti tidak reliabel.

Berikut rumus *Cronbach Alpha* :

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan

A = koefisien reliabilitas *Alfa Cronbach*

K = total pernyataan valid

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varian butir

$\sigma_b^2$  = varian total

Hasil uji untuk penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.4 Uji Reabilitas

Variabel	Hasil <i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>content creation</i> (X1)	0,734	0,6	Reliabel
<i>content sharing</i> (X2)	0,683	0,6	Reliabel
<i>connecting</i> (X3)	0,673	0,6	Reliabel
<i>community building</i> (X4)	0,800	0,6	Reliabel
keputusan pembelian (Y)	0,677	0,6	Reliabel

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Hasil dari uji reabilitas pada tabel 3.4 menunjukkan instrumen penelitian ini memiliki koefisien lebih dari 0,6. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa penelitian yang dilakukan reliabel.

### 3.5 Populasi Dan Sampel

#### 3.5.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok barang atau orang yang dipilih oleh peneliti untuk diperiksa karena mereka memiliki sifat dan atribut tertentu (Sugiyono, 2021). Seseorang yang membeli produk Aerostreet melalui media sosial tiktok yang jumlah pastinya belum diketahui.

#### 3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari ukuran atau komposisi populasi (Sugiyono, 2021). Karena ukuran populasi tidak diketahui untuk penelitian ini, sampel dapat ditentukan dengan menggunakan rumus Cochran sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan simpangan 1,96

p = kemungkinan benar 0,5

q = kemungkinan salah 0,5

e = error sampel 0,1

Maka perhitungan untuk menentukan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan 96 sampel yang digunakan. Namun, dalam penelitian ini sampel peneliti dijadikan menjadi 100 responden.

### 3.6 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling dalam peneliti ini memakai non-probabilty sampling dengan *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah metode pengambilan

sampel secara tidak sengaja ditemui dan dipandang cocok untuk sumber data maka akan diberikan kuisioner (Sugiyono, 2021).

### **3.7 Jenis Dan Sumber Data**

#### **3.7.1 Jenis Data**

Menurut Sugiyono (2021), ada dua jenis data, kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif berupa kalimat, kata, dan gambar, sementara data kuantitatif berupa angka yang akan diukur menggunakan alat statistik perhitungan.

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dalam bentuk angka yang akan diukur menggunakan alat statistik uji penghitungan yang digunakan membahas rumusan masalah di atas.

#### **3.7.2 Sumber Data**

Menurut Sugiyono (2021), sumber data primer dan sekunder adalah dua kategori sumber data. Data primer adalah data yang memberikan informasi langsung, sedangkan data sekunder adalah sumber informasi yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh pihak lain dan digunakan kembali oleh peneliti untuk acuan analisis atau tujuan penelitian yang berbeda. Penelitian ini memakai data primer sebagai sumber datanya.

### **3.8 Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data primer dipakai dalam penelitian ini. Data primer yang diperoleh langsung dari sumbernya dan diberikan langsung kepada peneliti (Sugiyono, 2021). Penelitian ini megumpulkan data dengan membagikan kuesioner (angket) kepada responden disebarakan secara online dengan cara membagikan link

google forms di whatsapp, instagram, dan kolom komentar Aerostreet di tiktok. Dan untuk mengukur setiap item pernyataan dengan skala *Likert*. Sugiyono (2021) menjelaskan skala *Likert* adalah skala yang dapat berfungsi untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi subjek penelitian terhadap peristiwa atau isu yang terjadi dalam masyarakat dengan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

### 3.9 Teknik Analisis Data

#### 3.9.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memeriksa dan menggambarkan data yang dikumpulkan dengan benar (Sugiyono, 2021). Dalam penyajiannya data berupa tabel, grafik, diagram lingkaran, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi.

Penelitian ini menggunakan skala *Likert* untuk mendapatkan nilai jawaban dengan rentang nilai dari 1 sampai 5, seperti tabel dibawah ini:

Tabel 3.5 Nilai jawaban kuisioner

Skala	1	2	3	4	5
X1	STS (sangat Tidak Setuju)	TS (Tidak Setuju)	N (Netral)	S (Setuju)	SS (Sangat Setuju)
X2	STS (sangat Tidak Setuju)	TS (Tidak Setuju)	N (Netral)	S (Setuju)	SS (Sangat Setuju)
X3	STS (sangat Tidak Setuju)	TS (Tidak Setuju)	N (Netral)	S (Setuju)	SS (Sangat Setuju)
X4	STS (sangat Tidak Setuju)	TS (Tidak Setuju)	N (Netral)	S (Setuju)	SS (Sangat Setuju)
Y	STS (sangat Tidak Setuju)	TS (Tidak Setuju)	N (Netral)	S (Setuju)	SS (Sangat Setuju)

Sumber: Suguyono (2021)

Dengan menggunakan teknik peringkat jawaban kuesioner seperti di atas, perhitungan nilai indeks dapat dilakukan sebagai berikut:

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{\{(\%F_1 \times 1) + (\%F_2 \times 2) + (\%F_3 \times 3) + (\%F_4 \times 4) + (\%F_5 \times 5)\}}{5 \times \text{Total Responden}}$$

Keterangan

F1 = jumlah responden yang memberikan peringkat 1

F2 = jumlah responden yang memberikan peringkat 2

F3 = jumlah responden yang memberikan peringkat 3

F4 = jumlah responden yang memberikan peringkat 4

F5 = jumlah responden yang memberikan peringkat 5

Skor interpretasi antara lain *invalid source specified*

Tabel 3.6 Skor *invalid source specified*

1,0 - 1,8	Sangat rendah
1,9 - 2,6	Rendah
2,7 - 3,4	Cukup
3,5 - 4,2	Tinggi
4,3 - 5,0	Sangat tinggi

Sumber: Sugiyono (2021)

### 3.9.2 Analisis Inferensial

Menurut Sugiyono, (2021) statistik yang digunakan dalam populasi untuk memeriksa data sampel dan hasilnya disebut statistik inferensial. Ketika sampel diambil dari populasi dengan asal yang dapat diidentifikasi dan strategi pengambilan sampel diterapkan pada populasi acak, statistik ini sangat tepat. Dalam penelitian ini menggunakan menggunakan teknik pengambilan data dengan menggunakan alat uji *Statistical Program for Social Science (SPSS)* versi 21.

### 3.9.2.1 Analisis Linier Berganda

Dengan menggunakan teknik ini, seseorang dapat menentukan apakah variabel independen memiliki dampak penuh atau sebagian pada variabel dependen (Sugiyono, 2021). Analisis regresi berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Content Creation* (X1), *Content Sharing* (X2), *Connection* (X3), dan *Community Building* (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Rumus analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon_i$$

Keterangan

Y = Keputusan Pembelian

$\alpha$  = konstanta

$\beta_1$  = koefisien regresi *Content Creation*

$\beta_2$  = koefisien regresi *Content Sharing*

$\beta_3$  = koefisien regresi *Connection*

$\beta_4$  = koefisien regresi *Community Building*

$X_1$  = *Content Creation*

$X_2$  = *Content Sharing*

$X_3$  = *Connection*

$X_4$  = *Community Building*

$\varepsilon_i$  = Tingkat kesalahan sampel (sampling error)

### 3.9.2.2 Uji Asumsi Klasik

Memahami model regresi yang ditunjukkan pada variabel penelitian adalah tujuan dari uji asumsi klasik. Untuk menilai kecocokan model regresi yang digunakan, perlu memastikan bahwa model tersebut memenuhi uji asumsi klasik. Ada tiga jenis pengujian dalam uji asumsi klasik dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas berfungsi untuk mengevaluasi apakah distribusi data dalam model regresi mengikuti pola distribusi normal atau tidak. Sangat penting untuk memverifikasi normalitas karena pengujian hipotesis dengan statistik parametrik tidak akan berguna jika data masing-masing variabel tidak didistribusikan secara teratur (Sugiyono, 2021a).

Uji normalitas dapat dilakukan menggunakan *test of normality kolmogorov-Smirnov* yang tersedia dalam program SPSS. Pengujian ini juga dapat dilakukan melalui metode grafik normal probability plots yang tersedia dalam program yang sama. Aturan berikut dapat diterapkan untuk memastikan apakah ada perbedaan dalam data yang didistribusikan secara normal dengan memeriksa nilai signifikansi dalam hasil tes *kolmogorov-smirnov*:

1. Model regresi telah memenuhi keadaan normal jika data menyebar di sepanjang diagonal dan bergerak ke arah garis diagonal

2. Model regresi gagal mencapai keadaan normal jika data menyebar menyimpang dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat adanya korelasi dengan variabel independent (bebas). Sugiyono, (2021) menjelaskan bahwa *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk setiap variabel independen dapat dihitung untuk melakukan pengujian ini. Nilai VIF yang tinggi mengindikasikan ada masalah dengan multikolonieritas. Pemeriksaan nilai VIF berikut dapat digunakan untuk menguji multikolinearitas:

1. Jika nilai  $VIF \geq 10,00$  dikatakan terjadi multikoliniertas.
2. Jika nilai  $VIF < 10,00$  dikatakan tidak terjadi multukoliniertas.

## 3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Sugiyono, (2021) Model regresi diuji untuk ketidaksetaraan varian menggunakan heterokedastisitas menggunakan residu dari pengamatan yang berbeda. Cara yang bisa dilakukan untuk melihat atau tidaknya heterkedastisitas dengan meilhat grafik *ScatterPlot*.

Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Heterokedastisitas dikatan muncul ketika ada pola, seperti titik-titik yang menciptakan pola teratur.

2. Heterokedasis tidak dikatakan berkembang jika tidak ada pola yang terlihat dan titik-titik tersebar di bawah dan di atas 0 pada sumbu Y.

### 3.9.2.3 Uji T

Menurut Sugiyono (2021a), Uji t merupakan langkah awal dalam menanggapi rumusan masalah dengan mengeksplorasi hubungan antara dua variabel atau lebih. Tepatnya, uji t untuk menilai apakah parameter hubungan tersebut mampu menjelaskan bagaimana variabel bebas memengaruhi variabel terikat. Pada tahap ini, uji t terfokus pada koefisien regresi untuk mengevaluasi signifikansinya. Untuk melakukan uji t, dapat menggunakan rumus berikut:

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

Ketrangan:

$t$  = Nilai uji-t

$r$  = Koefisien korelasi

$r^2$  = Koefisien determinasi

$n$  = Jumlah sampel

dengan syarat:

1. Jika  $\text{sig} \leq \alpha$  (0,05), maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat maka, hipotesis diterima.

2. Jika  $\text{sig} > \alpha (0,05)$ , maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat maka, hipotesis ditolak.

#### 3.9.2.4 Uji Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2021a), Dampak persentase variabel dependen dari variabel independen dan kemampuan model untuk memperhitungkan variasi dalam variabel dependen (terikat) keduanya ditunjukkan oleh koefisien determinasi. Rentang nilai koefisien determinasi adalah dari 0 hingga 1. Ada batasan kemampuan model untuk menjelaskan fluktuasi dalam variabel dependen karena nilai penentuan mendekati 0. Di sisi lain, jika nilai determinasi mendekati 1, itu berarti bahwa variabel independen dapat menjelaskan perubahan variabel dependen secara memadai. Berikut rumus analisis koefisien determinasi:

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

Keterangan

$KD$  = Koefisien determinasi

$r$  = Koefisien korelasi