

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma positivis. Paradigma positivis menyarankan bahwa sumber pengetahuan adalah penggunaan akal sehat dan pengamatan. Penggunaan akal sehat merupakan potensi, alat untuk menemukan dan mengungkapkan kebenaran melalui pengamatan untuk menemukan konsep, generalisasi, proposisi hukum dan teori (Somantri, 2013, p. 622). Sedangkan Menurut Yusuf (2014), Paradigma Positivisme adalah paradigma yang menggunakan logika deduktif, epistemology dualistic objektif, aksiologi bebas nilai, dan ontology realism naif.

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Siyoto (2015, p. 19), metode penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang spesifikasinya sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas dari awal hingga perumusan desain penelitian. Sedangkan menurut Syahrur, Salim (2012, p. 37), metode penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka angka. Menurut Yusuf (2014), Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya disajikan dalam bentuk angka-angka.

Menurut Tuckman 1982 di dalam (Sinambela, 2014, p. 14), karakteristik penelitian dengan pendekatan kuantitatif adalah seperti :

1. Penelitian Harus Sistematis

Penelitian adalah suatu proses terstruktur, yang dimana diperlukan langkah langkah maupun aturan tertentu untuk melakukannya.

2. Penelitian Harus Logis

Langkah-langkah dalam suatu penelitian sistematis itu harus selalu berurut logis pada setiap bagian, sehingga validasi internal (rasional) secara relative dapat dipenuhi.

3. Penelitian Harus Empiris

Penelitian harus berkenaan dengan dunia empiris / dunia nyata yaitu dunia yang dapat diindra oleh pancaindera manusia, sehingga penelitian itu sifatnya objektif.

4. Penelitian Mempunyai Sifat Reduktif

Apabila penelitian menggunakan prosedur yang analitik untuk mendapatkan data, maka penelitian tersebut sebenarnya telah mengurangi / mereduksi berbagai kebingungan terhadap suatu masalah / fenomena.

5. Penelitian bersifat *Replicable* dan *Transmittable*

Karena penelitian itu bersifat ilmiah maka penelitian tersebut harus dapat diulangi oleh orang / peneliti lain untuk menguji kebenarannya,

Sifat dari penelitian ini adalah Eksplanatif. Penelitian dengan sifat eksplanatif ini biasa dipakai untuk menentukan apakah suatu keterkaitan sebab-akibat *valid* atau tidak, atau menentukan mana yang lebih valid diantara dua (atau lebih) eksplanasi yang saling berlawanan (Siyoto, 2015, p. 12).

Penelitian yang digunakan oleh peneliti menggunakan sifat eksplanatif dikarenakan peneliti berusaha mencari hubungan sebab-akibat antara pengaruh variabel terpaan media terhadap keputusan investasi pada *subscriber* youtube Andy Senjaya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode survey / kuesioner. Menurut Kurniawan & Puspitaningtyas (2016, p. 82), merupakan teknik pengumpulan data tidak langsung (peneliti tidak bertanya dan menjawab pertanyaan langsung kepada responden). Alat atau alat pengumpulan data yang disebut juga dengan kuisisioner atau angket, berisi serangkaian pertanyaan yang disusun secara sistematis dan harus dijawab atau dijawab oleh responden sesuai dengan persepsinya.

Menurut Yusuf (2014), Survei merupakan suatu cara untuk mengumpulkan informasi dari sejumlah besar individu dengan menggunakan kuesioner, interview, atau dengan melalui pos (*bymail*) maupun telepon. Menurut Kerlinger di dalam Sinambela (2014, p. 11), penelitian survey adalah suatu penelitian yang dilakukan terhadap populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga dapat ditemukan kejadian relative, distribusi, dan hubungan-hubungan antara variabel dari pengamatan yang mendalam.

Peneliti melakukan survey tentang motif dan kepuasan Subscriber Youtube *channel Andy Senjaya*. Survey ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara daring kepada para *subscriber* youtuube *channel Andy Senjaya*.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari unit yang diteliti. Populasi adalah kumpulan dari sekelompok orang, peristiwa, atau hal hal yang memiliki karakteristik tertentu yang sudah ditentukan oleh peneliti. Populasi adalah area umum yang terdiri dari subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi oleh seorang peneliti dan kemudian ditarik ke suatu kesimpulan. (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016, p. 66)

Pada penelitian ini, objek penelitian yang diteliti adalah kanal youtube dari Andy Senjaya, maka penulis menggunakan populasi yaitu seluruh Subscriber Youtube Channel Andy Senjaya yang berjumlah kurang lebih 476 ribu Subscriber yang tercatat pada 27 April 2022 pukul 16.11 WIB.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi. Analisis kuantitatif data sampel menghasilkan statistik sampel, yang digunakan untuk memperkirakan parameter populasi. Seorang peneliti dapat meneliti semua unsur atau anggota suatu populasi (sensus), atau meneliti unsur-unsur tertentu dari suatu populasi (studi sampel). (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016, p. 67).

Menurut Sinambela (2014, p. 95), Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Selanjutnya menurut Sugiyono di dalam (Sinambela, 2014, p. 95), sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel sering juga disebut “contoh” yaitu himpunan bagian dari suatu populasi.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Non-probability Sampling*. Menurut Kriyantono (2014, p. 156), *Non-Probability Sampling* adalah sampel yang tidak dipilih secara acak melainkan semua anggota populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel yang disebabkan oleh pertimbangan tertentu oleh peneliti.

Sedangkan metode sampel yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus (Siyoto, 2015, p. 57). Apabila ada calon responden yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut maka orang tersebut tidak bisa dijadikan sampel. (Kriyantono, 2014, p. 156).

Berdasarkan ketentuan di atas, maka kriteria sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Responden merupakan *subscriber* dari *youtube channel* Andy Senjaya
2. Responden merupakan bagian dari Generasi Z dengan rentang umur 18 – 27 tahun.
3. Responden merupakan penonton aktif ataupun pernah menonton konten dari *youtube channel* Andy Senjaya yang membahas tentang konten saham.

Table 14.2 Usual sample sizes used in marketing research studies

Type of study	Minimum size	Typical range
Problem identification	500	1,000-2,500 research (e.g. market potential)
Problem-solving research	200	300-500 (e.g. pricing)
Product tests	200	300-500
Test marketing studies	200	300-500
TV, radio, print or online advertising	150	200-300 (per advertisement tested)
Test-market audits	10 stores	10-20 stores
Focus groups	6 groups	6-12 groups

Gambar 3.1 Ukuran Sampel Maholtra

Sumber : Maholtra, Nunan, & Birks (2020)

Berdasarkan penentuan sampel diatas menurut Maholtra, Nunan, & Birks (2020, p. 411), penelitian yang berjudul Pengaruh Terpaan Konten Youtube Andy Senjaya terhadap Keputusan Berinvestasi Saham Gen Z dapat dimasukkan kedalam kategori TV, Radio, print, or online advertising. Dimana media youtube dapat dianggap sebagai media *online* yang berfungsi sebagai pengganti TV. Oleh sebab itu, sampel yang harus dikumpulkan minimal 150 sampel dan rata rata berjumlah 200 – 300 sampel yang akan diberikan survey berupa kuesioner.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel merupakan sesuatu patokan yang menjadi objek pengamatan dalam suatu penelitian, seringkali disebut sebagai faktor yang berperan dalam suatu penelitian atau fenomena yang akan diteliti (Siyoto, 2015). Sedangkan menurut Sinambela

(2014, p. 46), variabel penelitian adalah atribut, nilai/sifat yang berbeda dalam beberapa hal antara objek, individu atau kegiatan dan ditentukan oleh peneliti untuk melakukan penelitian dan mencari informasi yang terkait dengannya dan menarik kesimpulan.

Menurut Kriyantono (2014, pp. 21-22), salah satu jenis variabel adalah variabel *dependent* dan *independent*. Variabel *independent* (X) adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lainya. Sedangkan Variabel *dependent* (Y) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya.

Pada penelitian ini, variabel yang hendak diteliti terdiri atas dua variabel yaitu Terpaan Media (X) dan Keputusan Investasi (Y) :

3.4.1 Terpaan Media (X)

VARIABEL: TERPAAN MEDIA (Rosengren, 1974)			
DIMENSI	INDIKATOR	KETERANGAN	PERNYATAAN
<i>Frequency</i>	Tingkat frekuensi	Seberapa sering individu menggunakan media dan mengonsumsi isi pesan dari media.	Saya menonton konten youtube Andy Senjaya minimal 3 x dalam seminggu
			Saya selalu menonton video terbaru yang diunggah oleh Andy Senjaya mengenai saham.
<i>Duration</i>	Tingkat durasi	Seberapa lama waktu seorang individu dalam mempergunakan dan mengonsumsi pesan dari media	Saya menonton konten youtube Andy Senjaya sampai habis

Attention	Tingkat perhatian	Seberapa perhatian yang diberikan seorang individu dalam mempergunakan dan mengonsumsi pesan dari media.	Thumbnail Konten Video saham yang diberikan oleh Andy Senjaya menarik perhatian saya
			Konten yang ada pada Youtube Channel Andy Senjaya memberikan saya <i>insight</i> baru dalam dunia saham.
			Dari segi sinematografi, konten video youtube Andy Senjaya nyaman untuk ditonton
			Andy Senjaya dapat menyampaikan pesan pada khalayak dengan jelas dan mudah dipahami
			Pesan yang disampaikan oleh Andy Senjaya tersampaikan pada saya

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.4.2 Keputusan Investasi (X)

VARIABEL: KEPUTUSAN INVESTASI			
(Kotler & Keller, 2016)			
DIMENSI	INDIKATOR	KETERANGAN	PERNYATAAN
Product Choice	Kebutuhan akan Produk	Tingkat kebutuhan konsumen akan produk yang akan dibeli	Saya membeli instrument investasi saham karena saya membutuhkannya.
	Keberagaman desain produk	Tingkat keberagaman desain produk yang akan dibeli	Saya membeli instrument investasi saham karena terdapat banyak sekali keberagaman sektor perusahaan yang ditawarkan.
	Kualitas produk	Tingkat kualitas produk yang akan dibeli.	Saya membeli instrument investasi saham karena saham merupakan instrument investasi terbaik
Brand Choice	Kepercayaan	Tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk yang akan dibeli.	Saya membeli instrument investasi saham karena saya percaya terhadap citra positif dari instrument investasi ini dibandingkan yang lain
	Popularitas	Tingkat popularitas yang dimiliki produk yang akan dibeli.	Saya membeli instrument investasi saham karena instrument investasi ini populer dikalangan masyarakat.

Dealer Choice	Kemudahan mendapatkan produk	Tingkat kemudahan mendapatkan produk yang akan dibeli.	Saya membeli instrument investasi saham karena saya dapat membelinya secara mudah melalui <i>online trading</i> .
	Ketersediaan	Tingkat ketersediaan produk yang akan dibeli.	Saya membeli instrument investasi saham karena saya dapat melakukan transaksi secara fleksibel dan tersedia kapanpun yang saya mau.
Payment Timing	Waktu pembelian produk	Tingkat waktu pembelian yang dilakukan konsumen saat melakukan pembelian.	Saya membeli instrument investasi saham pada saat yang tepat, dan sudah dikalkulasikan dengan analisis yang saya lakukan sendiri.
Purchase Amount	Kebutuhan akan produk	Tingkat kebutuhan akan produk yang disesuaikan dengan jumlah pembelian.	Saya membeli instrument investasi saham disesuaikan dengan modal yang saya miliki.

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel X

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data (Kriyantono, 2014, p. 94).

- **Data Sekunder:**
Data pelengkap yang digunakan untuk memperkaya data yang biasanya dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang di luar peneliti.

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari peneliti / sumber pertama baik itu melalui observasi, sebaran kuesioner maupun *interview* kepada responden. (Samsu, 2017, pp. 94-95)

Dalam penelitian kualitatif metode atau teknik pengumpulan data primer diperoleh melalui wawancara. Sedangkan dalam penelitian kuantitatif diperoleh melalui metode kuesioner. (Samsu, 2017). Kuesioner adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan cara memberi para responden seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk dijawab (Sugiyono, 2013).

Berdasarkan pengertian di atas dari berbagai ahli. Maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner melalui google form secara *online*. Untuk mengukur data yang di ambil, peneliti menggunakan skala likert. Menurut Kriyantono (2014, p. 136), pemilihan skala likert dilakukan apabila peneliti hendak mengukur sikap seseorang terhadap suatu objek sikap. Objek sikap ini biasanya sudah ditentukan secara mendalam oleh peneliti.

Skor	Skala
4	Sangat Setuju (SS)
3	Setuju (S)
2	Tidak Setuju (S)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Tabel 3.3 Skala Likert

Sumber: Teknik Praktis Riset Komunikasi (Kriyantono, 2014)

3.5.2 Data Sekunder

Data pelengkap yang digunakan untuk memperkaya data yang biasanya dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang di luar peneliti. (Samsu, 2017, pp. 94-95). Pada penelitian ini, data sekunder berasal dari riset kepustakaan, sumber buku

referensi, jurnal ilmiah, sumber online, dan bahan publikasi resmi yang sesuai dengan topik penelitian kemudian dilakukan penelitian dan dianalisis kembali oleh peneliti.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Sebuah alat ukur atau instrument yang baik harus memenuhi dua syarat, yaitu validitas dan reliabilitas. Alat ukur yang tidak dapat diandalkan atau tidak efektif akan menimbulkan kesimpulan yang bias, kurang tepat, dan akan memberikan informasi yang salah tentang status subjek atau individu yang diuji. (Siyoto, 2015, pp. 69-70).

3.6.1 Uji Validitas

Temuan suatu penelitian dapat dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan apa yang sebenarnya terjadi pada subjek penelitian. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2013, p. 121).

Pertanyaan dianggap valid apabila nilai R hitung lebih besar dari R tabel. Apabila nilai R hitung lebih rendah daripada nilai R tabel maka pertanyaan tersebut dianggap tidak bisa digunakan. (Alfian, 2017, p. 183)

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.760	0.361	VALID
2	0.758	0.361	VALID
3	0.742	0.361	VALID
4	0.563	0.361	VALID
5	0.575	0.361	VALID
6	0.689	0.361	VALID
7	0.762	0.361	VALID

8	0.697	0.361	VALID
---	-------	-------	-------

Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel X

Sumber: Hasil Olah SPSS

Hasil Uji validitas pada variabel X menunjukkan delapan item pertanyaan valid dengan rhitung > rtabel.

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.525	0.361	VALID
2	0.797	0.361	VALID
3	0.841	0.361	VALID
4	0.696	0.361	VALID
5	0.652	0.361	VALID
6	0.690	0.361	VALID
7	0.773	0.361	VALID
8	0.533	0.361	VALID
9	0.400	0.361	VALID

Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Y

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Hasil Uji validitas pada variabel Y menunjukkan delapan item pertanyaan valid dengan rhitung > rtabel.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas dalam penelitian kuantitatif pada dasarnya identik dengan kata-kata seperti reliabilitas, konsistensi, dan reprodutifitas, baik untuk instrumen maupun sekumpulan responden. (Sinambela, 2014, p. 166).

Kerlinger di dalam (Siyoto, 2015, p. 76) memberikan beberapa pemahaman batasan tentang reliabilitas diantaranya:

1. Reliabilitas dapat tercapai jika peneliti mengukur objek yang sama secara terus menerus dan berulang dengan alat ukur yang sama maka akan tetap konsisten memberikan hasil yang sama.
2. Reliabilitas dapat tercapai jika ukuran data yang didapat dari suatu instrumen alat ukur adalah ukuran “riil” terhadap sifat yang diukur.
3. Reliabilitas dapat tercapai dengan cara meminimalisir galat pengukuran yang terdapat pada suatu instrumen pengukur.

Berdasarkan berbagai definisi terhadap reliabilitas, maka dapat disimpulkan bahwa reliabilitas memiliki hubungan yang erat dengan kemampuan dari suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran secara presisi, cermat, dan akurat.

Menurut Adamson & Prion di dalam (Yusup, 2018, p. 22), uji reliabilitas dilakukan untuk instrumen yang memiliki jawaban benar lebih dari 1 seperti esai, angket, atau kuesioner.

Rumus Reliabilitas Cronbach adalah sebagai berikut (Yusup, 2018, p. 22) :

$$r_i = \frac{k}{(k - 1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Keterangan :

r_i = koefisien reliabilitas alfa Cronbach

k = jumlah item soal

$\sum S_i^2$ = Jumlah varian skor tiap item

S_t^2 = varians total

Menurut Budiman & Riyanto di dalam (Alfian, 2017, p. 182), instrument di dalam kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha Coefficient* \geq 0,70. Sehingga menurut Tavakol & Dennick di dalam (Yusup, 2018), apabila di

bawah hasil *Cronbach Alpha* di bawah 0,70 disarankan untuk merevisi atau menghilangkan item soal yang rendah korelasinya.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.846	8

Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel X

Sumber: Hasil Olah SPSS

Berdasarkan hasil uji Reliabilitas Variabel X yang di tunjukan pada table di atas menggunakan SPSS, didapatkan hasil nilai Alpha sebesar 0,846 pada variabel terpaan media yang menandakan bahwa variabel x tersebut reliable.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.833	9

Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Variabel Y

Sumber: Hasil Olah SPSS

Berdasarkan hasil uji Reliabilitas Variabel Y yang di tunjukan pada table di atas menggunakan SPSS, didapatkan hasil nilai Alpha sebesar 0,833 pada variabel keputusan investasi yang menandakan bahwa variabel y tersebut reliable

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu kegiatan yang mengikuti pengumpulan data dari semua responden atau sumber data lainnya (Sugiyono, 2013, p. 147). Menurut Maleong di dalam (Kriyantono, 2014, p. 165), analisis data adalah proses pengorganisasian dan pengklasifikasian data ke dalam pola, kategori, dan unit dasar deskripsi sehingga dapat ditemukan tema dan hipotesis kerja yang dirumuskan seperti yang disarankan oleh peneliti. data. Kemudian dilakukan uji statistik terhadap data yang diperoleh

dari penelitian kuantitatif ini dengan menggunakan software SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan tentang setiap data yang diperoleh dari setiap variabel yang diteliti. Analisis deskriptif dapat digunakan peneliti apabila peneliti hanya ingin menggambarkan data sampel dan tidak ingin menarik kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel berada. (Samsu, 2017, p. 152)

Analisis data deskriptif berfungsi diantaranya adalah untuk mengklarifikasikan suatu data variabel berdasarkan kelompoknya masing-masing dari awalnya yang tidak teratur menjadi lebih mudah diinterpretasi oleh orang yang membutuhkan informasi data tentang keadaan variabel tersebut (Siyoto, 2015, p. 93)

Dari data yang didapat, peneliti lalu menyesuaikan dengan variabel variabel yang diperlukan, lalu di cari rata rata (*mean*) dari setiap jawaban responden dari setiap variabel X maupun Y. Dari rata rata ini, baru peneliti bisa mengklasifikan ke dalam empat kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, rendah dan sangat rendah. Pembagian keempat klasifikasi ini dibagi menggunakan rumus interval yang di berikan oleh Sudjana (2011) dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Jarak Interval} = \frac{\text{Nilai Maksimal} - \text{Nilai Minimal Skor}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Jarak Interval} = \frac{4 - 1}{4} = 0.75$$

Nilai	Kategori
1.0 – 1.75	Sangat Rendah

1.75 – 2.50	Rendah
2.50 – 3.25	Tinggi
3.25 – 4.0	Sangat Tinggi

Tabel 3.8 Interval Kelas *Mean* Analisis Deskriptif

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

3.7.2 Uji Normalitas

Menurut Umar di dalam (Waspodo, Handayani, & Paramita, 2013, p. 105), uji normalitas memiliki guna untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat dalam suatu penelitian berdistribusi secara normal. Pada penelitian ini peneliti menggunakan Uji Kolmogorov Smirnof. Menurut Setiawan (2019, p. 10), hasil uji normalitas dapat dilihat dari hasil nilai signifikansi. Apabila signifikansi lebih dari 0.05 maka dapat dikatakan data tersebut terdistribusi secara normal.

3.7.3 Uji Korelasi

Untuk memahami tingkat hubungan antara variabel penelitian, dilakukan analisis korelasi yang dapat menjelaskan keeratan hubungan antara variabel yang sedang diteliti. (Sinambela, 2014). Menurut Yusuf (2014) Dalam melakukan uji korelasi kita bisa menggunakan rumus *Pearson's product moment correlation* dengan syarat N kelompok responden ≥ 30 :

$$R_{xy} = \frac{N\sum_{xy} - (\sum_x)(\sum_y)}{\sqrt{\{N\sum_{x^2} - (\sum_x)^2\}\{N\sum_{y^2} - (\sum_y)^2\}}}$$

Keterangan :

R_{xy} = Koefisien korelasi tes yang disusun dengan kriteria

X = Skor masing masing responden variabel X

Y = Skor masing masing responden variabel Y

N = jumlah responden

Dari hasil yang didapatkan, peneliti dapat menggunakan interpretasi terhadap koefisien korelasi yang diperoleh. Interpretasi tersebut adalah sebagai berikut (Syahrums & Salim, 2012, p. 160) :

Besar Nilai R	Interpretasi
0,80 – 1,00	Tinggi
0,60 – 0,80	Cukup Tinggi
0,40 – 0,60	Agak Rendah
0,20 – 0,40	Rendah
0,00 – 0,20	Sangat Rendah (Tak Berkorelasi)

Tabel 3.9 Tabel Interpretasi Nilai R

Sumber: Metodologi Penelitian Kuantitatif (Syahrums & Salim, 2012)

3.7.4 Uji Regresi Linear Sederhana

Uji Analisis Regresi Linear dapat dilakukan apabila korelasi antara kedua variabel memiliki hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat (Kriyantono, 2014, p. 181). Pada penelitian ini, regresi linear sederhana adalah untuk mengetahui pengaruh variabel (X) Terpaan Konten Youtube Andy Senjaya terhadap variabel (Y) Keputusan Investasi Gen Z dengan rumus regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel dependent

X= Variabel independent

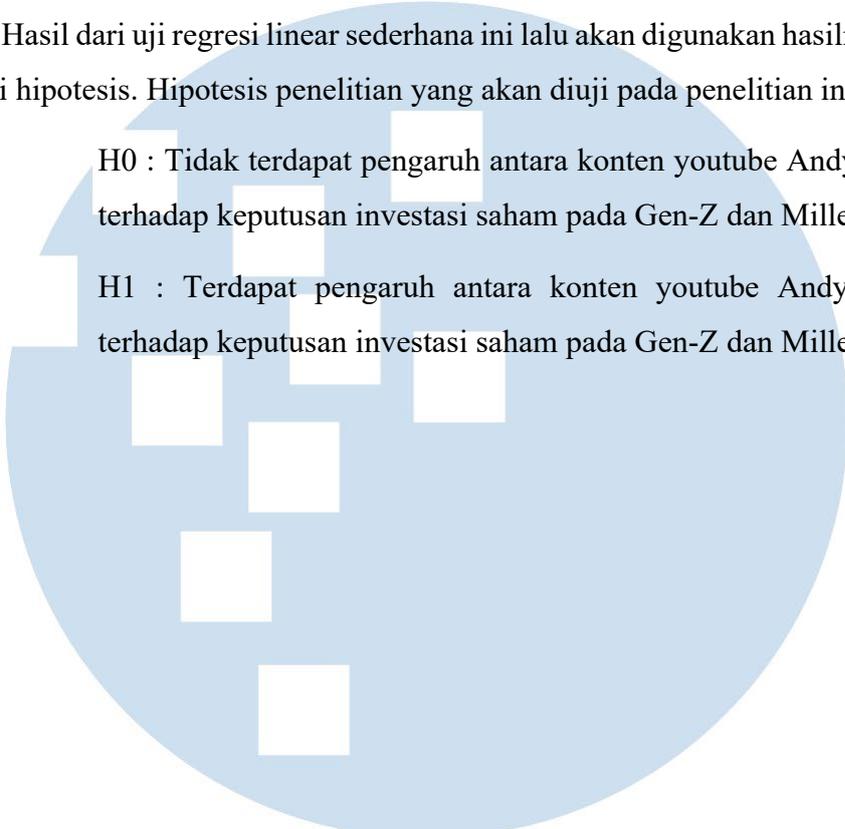
a = Nilai intercept (konstanta) atau harga Y bila X = 0

b = koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel

Hasil dari uji regresi linear sederhana ini lalu akan digunakan hasilnya untuk hasil uji hipotesis. Hipotesis penelitian yang akan diuji pada penelitian ini adalah :

H0 : Tidak terdapat pengaruh antara konten youtube Andy Senjaya terhadap keputusan investasi saham pada Gen-Z dan Millennial

H1 : Terdapat pengaruh antara konten youtube Andy Senjaya terhadap keputusan investasi saham pada Gen-Z dan Millennial

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized 'U' shape with a grid of squares inside, and the letters 'UMMN' in a bold, rounded font.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA