



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Sifat Penelitian

Penelitian yang berjudul Pengaruh Promosi Melalui Akun Instagra Shopee Terhadap Minat Beli menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat disebut juga penelitian positivistik hal ini berlandaskan pada filsafat positivisme.

Menurut Neuman (2013, p.71) penelitian ini menggunakan paradigma positivistik, merupakan paradigma yang menempatkan ilmu sosial sebagai realitas serta sebagai metode yang terstruktur untuk menggabungkan antara *deductive logic* dengan pengamatan empiris untuk memperoleh sebab akibat yang dapat dijadikan untuk memprediksi gejala sosial tertentu.

Paradigma positivis ini menerapkan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk memperoleh pengertian ilmiah tentang hukum sebab akibat agar manusia dapat memprediksi peristiwa dan gejala-gejala sosial yang ada (Neuman, 2013, p.71).

Filsafat positivisme melihat dari sisi realitas/gejala/fenomena bahwa hal tersebut dapat diklasifikasikan, konkrit, teramati, terukur, relatif tetap, dan memiliki hubungan sebab akibat. (Sugiyono, 2014, p. 8)

Dalam sebuah penelitian harus memilih sifat dari penelitian tersebut guna dalam mengasah sebuah objek dari penelitian. Kriyantono (2006, p. 68)

menyebutkan terdapat sifat-sifat penelitian antara lain eksploratif, deskriptif, eksplanatif, dan evaluatif. Pada penelitian ini sendiri menggunakan sifat eksplanatif karena penelitian ini dipengaruhi dari hubungan sebab akibat dari kedua variabel yang ingin diteliti.

Menurut Creswell (2012, p. 13) dalam penelitian kuantitatif terdapat beberapa karakteristik, diantaranya sebagai berikut.

1. Masalah penelitian dilihat dari deskripsi tren atau kebutuhan tentang hubungan antara variabel,
2. Memiliki tujuan, pertanyaan, dan hipotesis yang spesifik, terukur, dan dapat dipahami dari penelitian tersebut.
3. Membuat data numeric dari orang-orang dengan menggunakan instrumen kuesioner.
4. Analisis tren atau menghubungkan antar variabel menggunakan analisis statistik, dan
5. Menguji hipotesis dari penelitian.

Kriyantono (2006, p. 56) tujuan dari penelitian kuantitatif itu sendiri adalah untuk menguji teori atau hipotesis, mendukung ataupun menolak teori, dan data untuk mengkonfirmasi teori. Dalam menjawab penelitian ini perlu proses yang bersifat deduktif yaitu dengan menjawab rumusan masalah membutuhkan konsep atau teori untuk dapat menemukan hipotesis yang akan diuji lewat pengumpulan data (Sugiyono, 2014, p. 8).

### **3.2 Metode Penelitian**

Pada penelitian kuantitatif ini, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen dalam pengukuran variabel dalam penelitian. Instrumen adalah alat yang digunakan untuk mengukur, mengamati maupun mendokumentasikan data kuantitatif (Creswell, 2012, p. 14).

Menurut Naeman (2003 dikutip dalam Winiratih, 2006, p. 56) terdapat 3(tiga) macam prosedur yang dapat digunakan untuk penelitian kuantitatif yaitu eksperimen, survei, dan konten analisis. Penelitian ini menggunakan metode survei pada sampel yang dianggap mewakili populasi. Proses survei menurut Creswell (2012, p. 14) digunakan untuk menggeneralisasikan hasil, hal ini untuk menerapkan dari sejumlah kecil populasi ke sejumlah besar populasi. Banyaknya jumlah populasi yang dijadikan sampel, maka hasil data yang didapat dapat menunjukkan semakin kuat hal tersebut untuk diterapkan.

Creswell juga menyatakan bahwa pada penelitian dengan metode survei merupakan salah satu prosedur dalam penelitian kuantitatif untuk dapat mengelolah survei agar mengetahui sikap, pendapat, perilaku, maupun karakteristik sampel. Untuk pengolahan data selanjutnya, peneliti menggunakan analisis statistik data agar dapat menggambarkan tren dari tanggapan terhadap pertanyaan. Tujuan dari metode survei adalah untuk memberikan informasi yang dapat menjelaskan hubungan korelasional antara variabel. Yang dilakukan melalui

pengujian hipotesis ada atau tidaknya hubungan dan pengaruh antara internet marketing terhadap minat beli (Neuman, 2003 dikutip dalam Winiratih, 2016, p. 57).

Menurut Kriyantono (2012. dikutip dalam Rostandy, 2016, p. 34) metode survei merupakan metode riset yang menggunakan kuisisioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Pada penelitian ini survei dilakukan dengan mengumpulkakn data lewat kuisisioner yang diberikan kepada responden tentang pengaruh internet marketing terhadap minat beli dalam studi kasus *event* Shopee 12.12 *Birthday Sale*.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut penjelasan Sugiyono (2013, p. 115) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas suatu objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta untuk menarik kesimpulan.

Populasi bukan hanya orang dan jumlah dari objek atau subjek yang dipelajari, tetapi seluruh karakteristik ataupun sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek itu.

Penelitian ini akan menggunakan populasi yang dijadikan responden, berada di wilayah Jakarta dengan usia 15 – 34 tahun dan

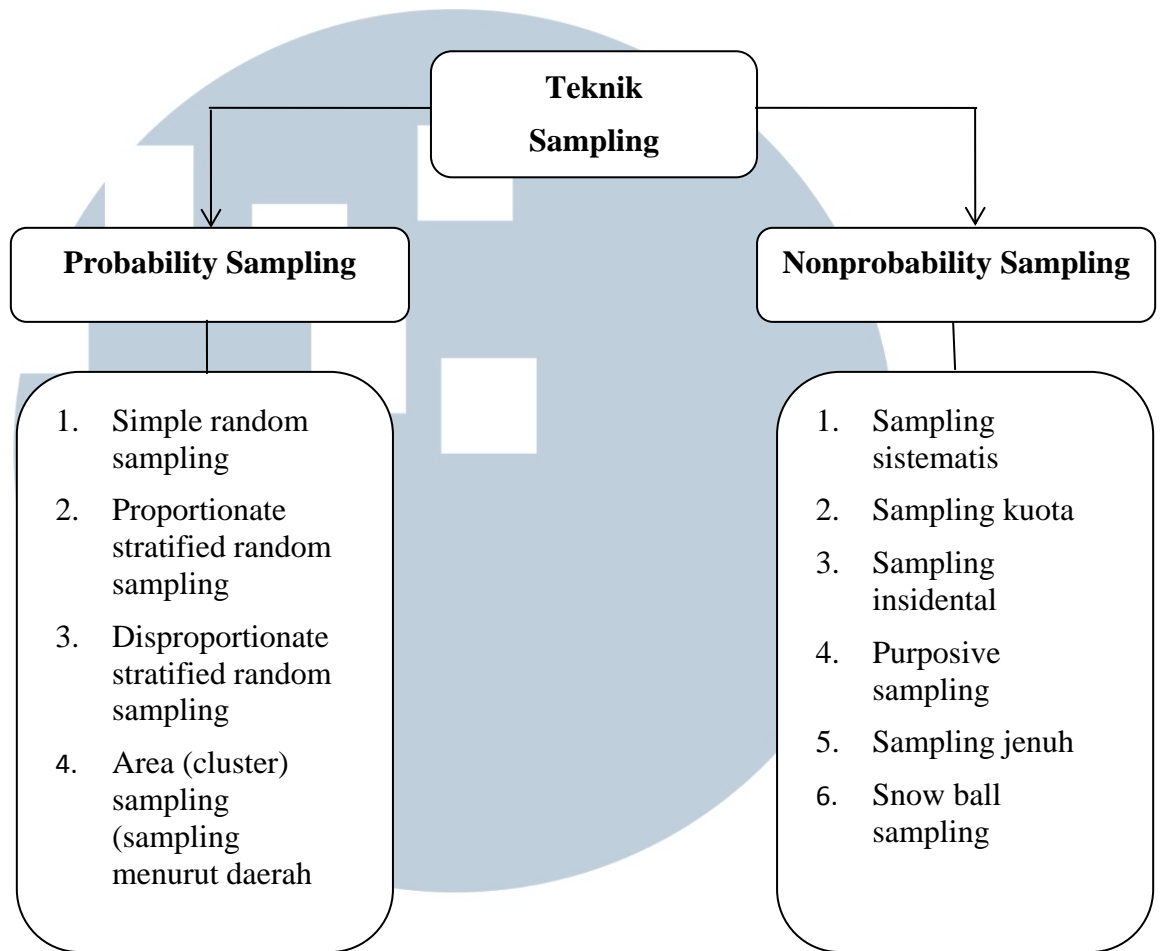
mengetahui atau pernah melihat promosi melalui akun instagram Shopee. Pemilihan responden ini, karena mereka secara langsung mengetahui atau melihat promosi konten atau informasi melalui instagram Shopee. Berdasarkan data yang terdapat pada hasil survei 2017 APJII bahwa penetrasi pengguna internet berdasarkan usia 15-34 tahun memiliki peringkat tertinggi. Pengguna *e-commerce* terbesar menurut penelitian yang dilakukan Pricenza pelopor mesin pencari belanja (*shopping search engine*) dan *platform* pembandingan harga, terdapat pada 5(lima) kota diantaranya Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung dan Makasar. Dari ke lima kota tersebut Jakarta merupakan pengguna *e-commerce* terbesar yaitu 41,94% pada tahun 2017.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013, p. 116) sampel merupakan dari jumlah didapat akan dipelajari dan dari hasil kesimpulannya dapat diterapkan untuk populasi. Maka itu dari sebagian jumlah populasi yang dijadikan sampel harus benar-benar mewakili populasi sehingga data yang didapat lebih dapat dipercaya.

Sugiyono (2013, p. 116) menjelaskan bahwa terdapat teknik sampling dalam pengambilan sampel untuk sebuah penelitian. Pada dasarnya terdapat dua kelompok teknik sampling yaitu teknik *Probability Sampling* dan teknik *Nonprobability Sampling*.

Bagan 3.1 TEKNIK SAMPLING



Sumber : Sugiyono (2013 dalam Metode Penelitian Bisnis)

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*. Teknik ini menggunakan pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi yang dijadikan sampel (Sugiyono, 2013, p. 120).

Dalam teknik *Nonprobability Sampling* terdapat beberapa teknik sampel (Sugiyono, 2013 p. 120) yang meliputi.

1. *Sampling Sistematis*

Teknik yang melakukan pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi. Contoh dari 100 orang populasi dari nomor 1 sampai dengan 100, pengambilan sampel hanya diambil dari nomor urut ganjil saja, genap saja maupun kelipatan dari angka tertentu (Sugiyono, 2013, p. 121)

## 2. Sampling Kuota

Sampling kuota merupakan teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dari populasi yang sesuai dengan kriteria tertentu untuk mencapai jumlah (kuota) yang diinginkan. Contoh sederhana bila pada suatu penelitian, jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 500 orang atau responden maka penelitian akan dianggap belum selesai bila jumlah responden belum mencapai 500 (Sugiyono, 2013, p. 122).

## 3. *Sampling Insidental*

Teknik *sampling* ini menentukan sampel dengan cara kebetulan, jadi sampel didapat secara kebetulan atau *insidental* pertemuan dengan peneliti secara tidak sengaja dan dipandang sebagai sumber yang cocok untuk dijadikan sampel data (Sugiyono, 2013, p. 122).

## 4. *Sampling Purposive*

Pada teknik ini penentuan sampel dilakukan melalui beberapa pertimbangan, hal ini juga didasari dari penelitian yang akan dibahas. Misalnya pada suatu penelitian tentang kualitas makanan, maka yang akan dijadikan sebagai sampel adalah orang yang memiliki bidang keahlian makanan (Sugiyono, 2013, p. 122).



Menurut Bungin (2009 dikutip dalam Jovita, 2015, p. 45) teknik *purposive* lebih digunakan dalam penelitian yang sangat mengutamakan tujuan penelitian dibandingkan sifat populasi dalam menentukan sampel penelitian.

Hal lain juga dikemukakan oleh Rakmat (2012 dikutip dalam Jovita, 2015, p. 45) bahwa teknik *purposive sampling* adalah teknik sampling yang memilih sampel tertentu melalui penilaian tertentu yang dapat mewakili statistic, tingkat signifikansi, dan prosedur pengujian hipotesis.

#### 5. Sampling Jenuh

Sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel jika semua populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini dilakukan karena jumlah populasi yang kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian tersebut ingin digeneralisasi dengan kesalahan yang kecil (Sugiyono, 2013, p. 122).

#### 6. Snowball Sampling

Teknik Snowball Sampling merupakan teknik yang menentukan sampel yang hanya dalam jumlah kecil, kemudian membesar. Hal ini terjadi biasanya karena pada saat menentukan sampel hanya memilih 1(satu) atau 2(dua) orang saja, lalu adanya data yang kurang lengkap sehingga menambahkan sampel lagi (Sugiyono, 2013, p. 123).

Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik Sampling *purposive* karena sampel dipilih dengan melalui beberapa pertimbangan, hal ini juga didasari dari penelitian yang akan dibahas Tujuan penelitian ini berdasarkan ciri-ciri sampel yang telah ditetapkan, sebagai berikut.

- a. Berusia 19 - 34 tahun,
- b. Berdomisili di wilayah Jakarta, dan
- c. Followers akun instagram Shopee.

Purposive sampling ini melihat semua subjek penelitian dianggap tidak homogen yang artinya sumber data memiliki sifat yang berbeda sehingga dibutuhkan batasan-batasannya. Teknik purposive sampling ini juga memiliki kelemahan yaitu hasil penelitian tidak dapat diproyeksikan untuk populasi yang lebih besar. Dalam penelitian ini akan diambil sebanyak 150 responden.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.4 Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Promosi Melalui Instagram(X)

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	PERNYATAAN
Promosi Melalui Konten Instagram Shopee (X)  (Indika, 2017)	1. <i>Context</i>	konten	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya tertarik setiap Shopee mengunggah konten (foto) di Instagramnya</li> <li>2. Saya merasa unggahan yang bagikan shopee di Instagram sangat menarik perhatian saya</li> <li>3. Promosi yang diberikan melalui akun instagram Shopee sangat menarik</li> <li>4. Saya sangat menyukai tampilan foto/vidio yang diunggah di akun instagram Shopee</li> </ol>
	2. <i>Communication</i>	informasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Informasi yang diberikan dalam akun Shopee sangat jelas</li> <li>6. Isi pesan dalam unggahan konten di akun Shopee sangat mudah di pahami</li> <li>7. Informasi yang diberikan Shopee melalui akun instagramnya sangat bermanfaat</li> <li>8. Informasi yang berikan tentang sebuah promosi di akun instagram shopee sangat jelas</li> <li>9. Saya sering membagikan informasi yang diberikan Shopee kepada orang lain</li> </ol>
	3. <i>Collaboration</i>	Fitur media sosial	<ol style="list-style-type: none"> <li>10. Shopee mempermudah saya untuk mengunjungi halaman promosi dengan menggunakan fitur “swipe up” yang dimiliki instagram</li> <li>11. Saya sering melihat iklan Shopee lewat fitur</li> </ol>

			<p>Sponsorship yang berada di Instagram</p> <p>12. Saya merasa tertarik mengunjungi akun instagram Shopee dan mengikuti promosi yang diberikan setelah melihat di iklan Sponsor</p>
	4. <i>Connection</i>	Hubunga	<p>13. Saya merasa mudah menghubungi pihak Shopee melalui akun Instagramnya</p> <p>14. Promosi melalui kuis yang diberikan oleh Shopee melalui akun instagramnya membuat saya ingin berinteraksi di akun Shopee</p>

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Minat Beli (Y)

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	PERNYATAAN
Minat Beli (Ferdinan, 2002)	Minat Transaksional	1. Tertarik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya lebih tertarik berbelanja di Shopee dibandingkan di E-commerce lain.</li> <li>2. Shopee merupakan aplikasi yang menarik karena memiliki berbagai fitur seperti Shopee mall, yang merupakan toko resmi dari suatu produk.</li> </ol>
		1. Kepercayaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Saya lebih percaya berbelanja melalui Shopee di bandingkan E-commerce lain.</li> <li>4. Shopee adalah E-commerce yang paling saya percaya.</li> </ol>
	Minat Preferensial	1. Pengalaman	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Saya mendapatkan pengalaman bagus saat berbelanja di Shopee.</li> <li>6. Saya menyukai cara berbelanja melalui Shopee.</li> </ol>
		2. Keyakinan pada <i>brand</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Saya lebih yakin pada saat berbelanja melalui shopee.</li> </ol>
	Minat Eksploratif	1. Mencari informasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>8. Saya merasa sangat mudah mencari produk yang saya inginkan/butuhkan.</li> <li>9. saya merasa mudah menghubungi pihak shopee saat menemukan kesulitan atau masalah.</li> </ol>

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah yang harus diperhatikan, karena tujuan dari penelitian adalah untuk dapat mengumpulkan data. Maka itu peneliti harus mengetahui teknik pengumpulan data sehingga dapat menggunakan data yang didapatkan memenuhi standar data yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013, p. 401)

#### a. Data Primer

Data primer merupakan kuisisioner yang dibagikan kepada responden. Arikunto (2006 dikutip dalam Elizabeth, 2016, p. 75) menyatakan bahwa kuisisioner merupakan jumlah data dari pertanyaan yang digunakan untuk dapat memperoleh informasi dari responden.

Menurut Sugiyono (2013, p. 167) jenis kuisisioner yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup, maka responden telah diberikan alternatif jawaban. Cara mengukur instrumen penelitian membutuhkan alat ukur yang disebut skala pengukuran. Yang dimaksud skala pengukuran merupakan pedoman yang digunakan sebagai kesepakatan untuk menentukan panjang atau pendeknya interval, sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif yang dapat digunakan.

Pada penelitian ini alat ukur yang akan digunakan dalam penilaian kuisisioner penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena tertentu (Sugiyono, 2013, p. 132).

Skala *Likert* yang digunakan terdapat 4(empat) pilihan dari sangat positif sampai sangat negatif, hal ini diterapkan melalui kata-kata seperti berikut.

1. Sangat Setuju dengan skor 4,
2. Setuju dengan skor 3,
3. Tidak Setuju dengan skor 2, dan
4. Sangat Tidak Setuju dengan skor 1 (Sugiyono, 2013, p. 133).

**b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan kumpulan data yang diterima dari sumber kedua, jika data primer sulit untuk didapatkan. Data sekunder dapat ditemukan melalui referensi buku, internet, maupun jurnal (Kriyantono, 2016, p. 42).

### **3.6 Teknik Pengukuran Data**

Pada hasil data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner akan diolah menggunakan sebuah *software* yang akan digunakan sebagai teknik pengelolaan data penelitian kuantitatif yaitu *Statistical Program for Social Science (SPSS)* versi 23.

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Penelitian yang dapat dikatakan valid jika alat ukur yang digunakan sesuai dengan sesuatu yang akan diukur. Validitas sebagai suatu ukuran yang menunjukkan tingkat valid atau tidak valid suatu instrumen (Arikunto, 2010 dikutip dalam Rostandy, 2016, p. 60). Peneliti ini menggunakan kuesioner yang disebar sebagai instrumen dalam pengumpulan data yang akan diuji validitasnya sehingga dapat dipertanggungjawabkan. Suatu kuesioner dapat

disebut valid, jika pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner tersebut mampu merepresentasikan sesuatu yang akan diukur dalam kuesioner tersebut (Ghozali, 2009 dikutip dalam Maulidya, 2013, p. 43). Bila data terkumpul dan kevalidan data belum dapat dipastikan maka banyak faktor yang dapat mengurangi validitas data.

Untuk menentukan kevalidan dari butir-butir pernyataan, maka digunakan beberapa ketentuan sebagai berikut.

1. Nilai koefisien korelasi hasil perhitungan harus positif. Jika hasilnya negatif, maka pernyataan tersebut tidak valid dan harus dihilangkan untuk analisis selanjutnya.
2. Nilai koefisien korelasi hasil perhitungan harus lebih besar dari nilai koefisien tabel. Jika nilai koefisien korelasi lebih kecil dari nilai tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid dan harus dihilangkan dalam analisis selanjutnya.

Untuk melakukan uji validitas ini biasanya menggunakan program SPSS dengan penyebaran kuesioner awal yang peneliti lakukan terhadap 30 responden. Tingkat toleransi kesalahan yang digunakan pada penelitian ini sebesar 5% (0,05). Pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

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



Tabel 3.3 Nilai R *Product Moment*

Tabel Nilai-nilai r *Product Moment*

N	Tarf Signifikansi		N	Tarf Signifikansi	
	5 %	1 %		5 %	1 %
3	0,997	0,999	38	0,320	0,413
4	0,950	0,990	39	0,316	0,408
5	0,878	0,959	40	0,312	0,403
6	0,811	0,917	41	0,308	0,398
7	0,754	0,874	42	0,304	0,393
8	0,707	0,834	43	0,301	0,389
9	0,666	0,795	44	0,297	0,384
10	0,632	0,765	45	0,294	0,380
11	0,602	0,735	46	0,291	0,376
12	0,576	0,708	47	0,288	0,372
13	0,553	0,684	48	0,284	0,368
14	0,532	0,661	49	0,281	0,364
15	0,514	0,641	50	0,279	0,361
16	0,497	0,623	55	0,266	0,345
17	0,482	0,606	60	0,254	0,330
18	0,468	0,590	65	0,244	0,317
19	0,456	0,575	70	0,235	0,306
20	0,444	0,561	75	0,227	0,296
21	0,433	0,549	80	0,220	0,286
22	0,423	0,537	85	0,213	0,278
23	0,413	0,526	90	0,207	0,270
24	0,404	0,515	95	0,202	0,263
25	0,396	0,505	100	0,195	0,256
26	0,388	0,496	125	0,176	0,230
27	0,381	0,487	150	0,159	0,210
28	0,374	0,478	175	0,148	0,194
29	0,367	0,470	200	0,138	0,181
30	0,361	0,463	300	0,113	0,148
31	0,355	0,456	400	0,098	0,128
32	0,349	0,449	500	0,088	0,115
33	0,344	0,442	600	0,080	0,105
34	0,339	0,436	700	0,074	0,097
35	0,334	0,430	800	0,070	0,091
36	0,329	0,424	900	0,065	0,086
37	0,325	0,418	1000	0,062	0,081

Sumber: [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net).

Tabel 3.4 *Pre-test* Uji Validitas Variabel Promosi melalui akun Instagram Shopee (X)

Pernyataan	R Hitung	Sig	Kinerja Uji
X1	0,814**	0,000	VALID
X2	0,610**	0,000	VALID
X3	0,353**	0,000	VALID
X4	0,567**	0,000	VALID
X5	0,620**	0,000	VALID
X6	0,545**	0,000	VALID
X7	0,469**	0,000	VALID
X8	0,543**	0,000	VALID
X9	0,613**	0,000	VALID
X10	0,719**	0,000	VALID
X11	0,558**	0,000	VALID
X12	0,554**	0,000	VALID
X13	0,623**	0,000	VALID
X14	0,469**	0,000	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Peneliti.

Pada tabel di atas, telah dibuktikan bahwa angka *Corrected Item Total Correlation* variabel X semuanya berada di atas standar, yaitu 0,281.

Tabel 3.4 *Pre-test* Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)

Pernyataan	R Hitung	Sig	Kinerja Uji
Y1	0,412**	0,000	VALID
Y2	0,450**	0,000	VALID
Y3	0,377**	0,000	VALID
Y4	0,747**	0,000	VALID
Y5	0,517**	0,000	VALID
Y6	0,578**	0,000	VALID
Y7	0,623**	0,000	VALID
Y8	0,759**	0,000	VALID
Y9	0,419**	0,000	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Peneliti.

Pada tabel di atas, telah dibuktikan bahwa angka *Corrected Item Total Correlation* variabel Y semuanya berada di atas standar, yaitu 0,281.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan dalam kuesioner. *Software* SPSS yang digunakan versi 23 *for* Windows dengan mengacu pada nilai *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan bahwa setiap pertanyaan memiliki reliabilitas, jika:

- a. Nilai *Cronbach's Alpha* positif dan tidak boleh negatif
- b. Nilai *Cronbach's Alpha* hasil perhitungan sama atau lebih besar dari 0,8

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan teknik formula *Alpha Cronbach*.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = koefisien reliabilitas

$k$  = jumlah butir pertanyaan

$S_j$  = varians responden untuk item ke-j dengan  $j= 1,2,3,\dots,k$

$S_x$  = jumlah varians skor total keseluruhan item

Tabel 3.5 Pengukuran Tingkat Reliabilitas

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
0,21 – 0,40	Agak Reliabel
0,41 – 0,60	Cukup Reliabel
0,61 – 0,80	Reliabel
0,81 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Ghozali, 2018

Tabel 3.6 *Pre-test* Uji Reliabilitas Variabel Promosi melalui akun Instagram Shopee (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,865	12

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Peneliti.

Berdasarkan tabel di atas, angka *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas terhadap pernyataan-pernyataan variabel X peneliti sebesar 0,865. Ini berarti bahwa pernyataan dari setiap pernyataan pada variabel X sangat *reliable*.

Tabel 3.7 *Pre-test* Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,829	10

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Peneliti.

Berdasarkan tabel di atas, angka *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas terhadap pernyataan-pernyataan variabel Y peneliti sebesar 0,829. Ini berarti bahwa pernyataan dari setiap pernyataan pada variabel Y sangat *reliable*.

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Uji Normalitas

Pada sebuah penelitian uji normalitas bertujuan untuk menguji sebuah data berdistribusi apakah normal atau tidak normal. Suatu data dapat dikatakan baik jika data yang berdistribusi normal atau mendekati normal (Santoso, 2004 dikutip dalam Winiratih, 2016, p. 93). Normalisasi sebuah data pada dasarnya dapat dikenali dengan melalui penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik histogram dari residualnya, maka itu data dapat dikatakan normal jika menyebar pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis (Pramessti, 2014 dikutip dalam Winiratih, 2016, p. 93).

Menurut Ghozali (2011 dikutip dalam Winiratih, 2016, p. 93) dasar-dasar dari pengambilan keputusan yang memenuhi normalitas, antara lain :

1. Bila data menyebar disekitar garis dan mengikuti arah garis.
2. Bila data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti garis diagonal maka data menunjukkan tidak normal.

Pada penelitian ini peneliti melakukan penyebaran kuisionel awal sebagai pre-test penelitian kepada 30 responden yang sesuai dengan kriteria. Setelah itu peneliti melakukan penyebaran kuisioner kepada 400 responden yang sudah sesuai dengan kriteria. Pada saat melakukan uji normalitas awal, hasil menunjukkan bahwa data tersebut tidak normal, maka itu penulis mengubah data itu menjadi normal, seperti yang dikatakan Ghozali (2013, p. 35) bahwa data yang tidak normal dapat ditransformasikan menjadi normal.

### 3.7.2 Uji Korelasi

Pada penelitian ini penulis menggunakan uji korelasi koefisien. Menurut Sarwono (2011, p. 58) koefisien korelasi merupakan cara pengukuran statistik kovarian atau asosiasi antara dua variabel. Koefisien korelasi dinyatakan positif bila kedua variabel mempunyai hubungan searah. Pada penelitian ini analisis korelasi menggunakan korelasi Pearson dengan menggunakan SPSS versi 23. Berikut ini adalah pengukuran nilai koefisien.

Tabel 3.8 Pengukuran Nilai Koefisien Korelasi

Nilai Koefisien	Keterangan
-----------------	------------

+0,70 – ke atas	Hubungan positif yang sangat kuat
+0,50 – +0,69	Hubungan positif yang substansial
+0,30 – +0,49	Hubungan positif yang sedang
+0,10 – +0,29	Hubungan positif yang rendah
0,0	Tidak ada hubungan
-0,01 – -0,09	Hubungan negatif yang tak berarti
-0,10 – -0,29	Hubungan negatif yang rendah
-0,30 – -0,49	Hubungan negatif yang sedang
-0,50 – -0,59	Hubungan negatif yang substansial
-0,70 – ke bawah	Hubungan negatif yang sangat kuat

Sumber: Bungin (2009 dikutip dalam Rostandy, 2016, p. 87).

### 3.7.3 Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel, yaitu pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel tergantung (Sarwono, 2011. p. 83).

Menurut Sarwono (2011, p. 83) tujuan dari uji regresi, sebagai berikut :

1. Membuat estimasi rata-rata dan nilai variabel tergantung berdasarkan pada nilai variabel bebas.
2. Menguji hipotesis karakteristik dependensi

3. Untuk mengetahui nilai rata-rata variabel bebas dengan berdasarkan pada nilai variabel bebas diluar jangkauan sampel.

Menurut Fridayana (2013 dikutip dalam Winiratih, 2016, p. 189) regresi sederhana adalah analisis yang dilakukan terhadap satu variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X). Berikut persamaan yang merupakan presentasi dari regresi linear sederhana :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel dependent (minat beli)

X = Variabel independent (internet advertising)

a = harga konstan

b = koefisien reg

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA