

FAKJ **METODE PENELITIAN**

3.1 Desain Penelitian

1.1.1 Pendekatan

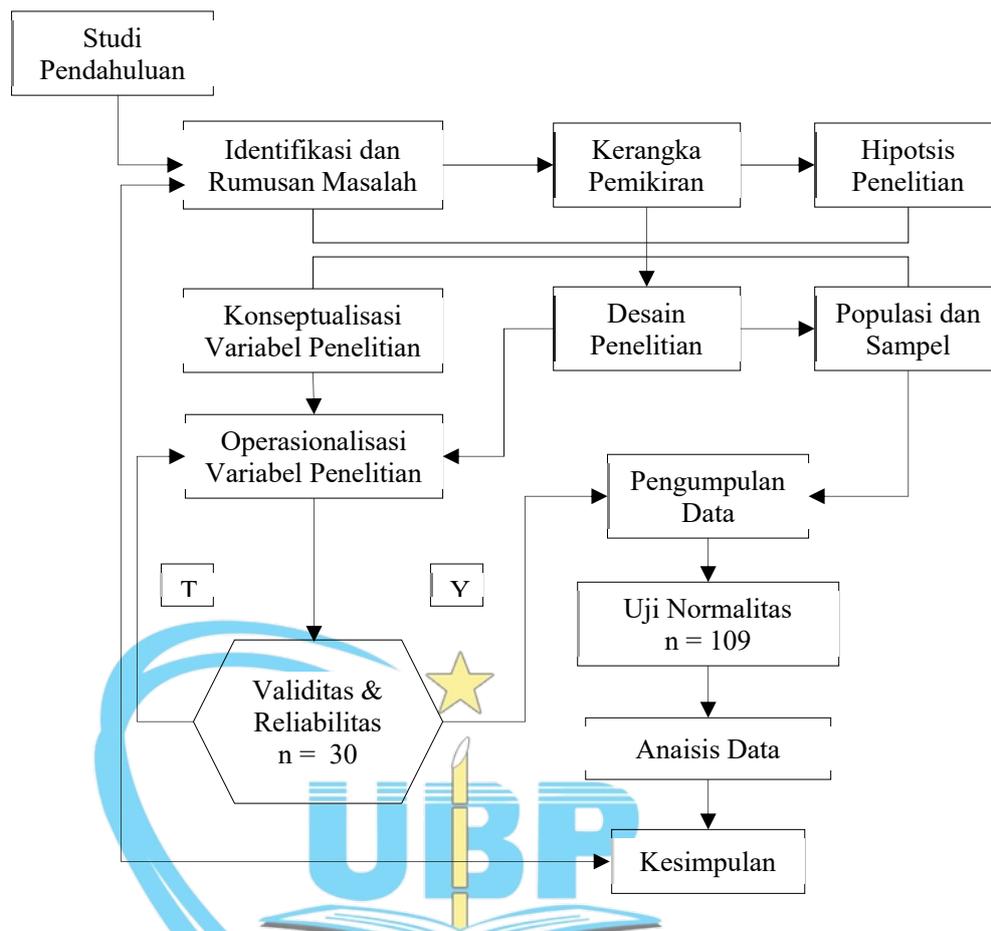
Model desain penelitian memakai pendekatan kuantitatif, dimana pendekatan ini diawali dengan studi pendahuluan agar memahami konsep persoalan yang akan diteliti melalui studi pustaka/studi literatur, pengambilan hasil penelitian terdahulu (studi jurnal penelitian), diskusi kelompok atau dengan ahli sehingga menemukan konsep dasar masalah yang didukung dengan data empiris yang jelas (Fadli, 2021:15).

1.1.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai yaitu penelitian survei. Menurut (Fadli, 2021:13) menyatakan bahwa riset ini sering dipakai di bidang ekonomi (sosial), bisa dilaksanakan untuk populasi besar maupun kecil. Data yang dianalisis berasal dari sampel maka didapatkan insiden relatif, distributif dan hubungan/korelasi antar variabel. Umumnya penggunaan penelitian ini untuk menyamaratakan dari suatu peninjauan.

1.1.3 Tingkat Ekspalanasi

Berdasarkan tingkat eksplanasi/cara menjelaskan hasil penelitiannya yaitu menggunakan penelitian deskriptif, penelitian verifikatif dan penelitian asosiatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memiliki tujuan untuk memaparkan variabel atau sejumlah variabel tanpa perimbangan atau mengaitkan satu sama lain. Biasanya berkaitan dengan proses keadaan dari satu variabel (Fadli, 2021:14). Penelitian verifikatif adalah penelitian yang memiliki tujuan untuk mengukur kaitan tiap-tiap variabel dari berbagai hipotesis yang dianjurkan, dengan data *empiric* (Fadli, 2021:30). Seperti halnya penelitian asosiatif adalah penelitian yang memiliki tujuan untuk meninjau hubungan dari dua variabel atau lebih (Fadli, 2021:15). Memerlukan informasi dan data yang cukup dan akurat untuk mendapatkan informasi dan data agar dihasilkan sesuai dengan persoalan penelitian. Berikut merupakan *design* dalam penelitian yang dilaksanakan.



Gambar 3.1
Desain Penelitian

Sumber : Modifikasi dari Fadli, Uus MD (2021)

Gambar diatas menjelaskan langkah-langkah dalam membuat *design* penelitian. Studi pendahuluan terhadap objek penelitian merupakan tahapan awal yang dilaksanakan. Untuk mengumpulkan permasalahan data dan survei awal yang selanjutnya akan dijadikan sebagai latar belakang dari penelitian/riset. Kemudian melaksanakan identifikasi masalah, dimana identifikasi masalah ini merupakan *basic* dalam pembuatan sebuah kerangka pemikiran penelitian/riset diperuntukan sebagai penentuan hipotesis penelitian.

Selanjutnya apabila langkah tersebut telah selesai dilaksanakan, maka pembuatan *design* penelitian sebagai kerangka untuk melakukan penelitian. Kemudian perlu melaksanakan pengkonsepian mengenai variabel yang diteliti pada penelitian, dengan memakai berbagai literatur dan studi pustaka yang selaras, untuk pengenalan/identifikasi secara operasional.

Setelah pembuatan *design* penelitian, mesti menentukan populasi dan sampel untuk penentuan responden saat penelitian. Jika jumlah sampel sudah diketahui, maka didapatkan data-data dari tanggapan responden yang akan digabungkan dan dianalisis lewat analisis jalur. Akan tetapi, sebelum melaksanakan analisis terhadap data yang telah digabungkan, terlebih dahulu dilaksanakan uji validitas dan uji reliabilitas, jika hasilnya valid dan reliabel maka data dapat dilanjutkan untuk dianalisis, sedangkan apabila hasilnya tidak valid dan reliabel perlu dipertimbangkan untuk tetap disertakan pada analisis atau melihat kembali pada definisi dari variabel penelitian/riset secara operasional.

Langkah selanjutnya yaitu melakukan uraian normalitas untuk membuktikan dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai data yang berdistribusi normal atau tidak. Setelah itu barulah melakukan analisis pada data yang sudah di uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas. Terakhir, sesudah melakukan uraian data, maka dapat dibuat simpulan pada hasil uraian tersebut dan menginterpretasikan hasil analisis tersebut.

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat untuk melaksanakan penelitian. Lokasi yang dipilih yaitu pada mahasiswa angkatan 2017-2020 Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang khususnya pada mahasiswa yang pernah membeli dan pernah menonton mukbang mie *Samyang*. Alasan mengambil lokasi di Kota Karawang karena lokasi tersebut sesuai dengan studi kasus yang telah ditentukan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian sewaktu kurang lebih 6 bulan, berawal dari bulan Maret dan berakhir bulan Agustus, pada mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Sehingga dapat dilihat lebih *detail* jadwal waktu penelitian seperti tabel 3.1 berikut.

Tabel 3. 1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2021																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Tahap Persiapan Penelitian																								
	a. Penyusunan dan Pengajuan Judul																								
	b. Pengajuan Proposal																								
	c. Perijinan Penelitian																								
2.	Tahap Pelaksanaan																								
	a. Pengumpulan Data																								
	b. Analisis Data																								
3.	Tahap Penyusunan Laporan																								

Sumber: Dikaji (2021)

3.2 Operasional Variabel

3.2.1 Definisi Konseptual Variabel

1. Mukbang *Influencer*

Mukbang *Influencer* adalah siaran makan dengan porsi besar yang ditayangkan oleh televisi maupun media *online*, yang dapat memengaruhi orang lain melalui ucapan dan tingkah laku untuk mengajak dalam menentukan sebuah keputusan.

2. Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh seseorang untuk mempercayai orang lain karena adanya kejujuran, integritas, dan kepercayaan diri dalam penyampaian sebuah opini maupun non opini.

3. Minat Beli

Minat beli adalah keyakinan konsumen yang tertarik terhadap suatu merek untuk melakukan tindakan pembelian suatu produk.

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

Mukbang *Influencer* adalah siaran makan bersama yang ditayangkan oleh televisi atau media *online*, yang dapat memengaruhi mahasiswa angkatan 2017-2020 Program Studi Manajemen FEB UBP Karawang melalui ucapan dan tingkah laku untuk mengajak dalam menentukan sebuah keputusan pembelian Mie *Samyang*.

Kepercayaan adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh mahasiswa angkatan 2017-2020 Program Studi Manajemen FEB UBP Karawang untuk mempercayai orang lain karena adanya kejujuran, integritas, dan kepercayaan diri dalam penyampaian sebuah opini maupun non opini.

Minat Beli adalah keyakinan mahasiswa angkatan 2017-2020 Program Studi Manajemen FEB UBP Karawang yang tertarik terhadap suatu merek untuk melakukan tindakan pembelian suatu produk.

3.2.3 Alat Ukur

Untuk mengukur mukbang *influencer* pada kalangan mahasiswa angkatan 2017-2020 Program Studi Manajemen UBP Karawang akan digunakan dimensi pengukuran yang disampaikan oleh (Backaler, 2018:28), yakni *Authenticity*, *Brand Fit*, dan *Content*.

1. *Authenticity* adalah membuat relasi yang nyata dan jujur dengan publik.
2. *Brand Fit* adalah penawaran kerjasama antara perusahaan dengan *influencer*.
3. *Content* adalah cara *influencer* mengembangkan nilai dan membuat relasi dengan publik.

Untuk mengukur kepercayaan pada kalangan mahasiswa angkatan 2017-2020 Program Studi Manajemen UBP Karawang akan digunakan dimensi pengukuran yang disampaikan oleh (Shimp & Andrews, 2013:292) diantaranya:

1. Tingkat kejujuran. Penyebaran keyakinan pada konsumen yang dilakukan oleh *influencer* terhadap suatu produk.
2. Tingkat ketulusan. Penyampaian pesan produk yang dilakukan oleh *influencer* kepada konsumen.

3. Dapat dipercaya. Kepercayaan konsumen terhadap *influencer* dalam mempromosikan suatu produk.

Untuk mengukur minat beli pada kalangan mahasiswa angkatan 2017-2020 Program Studi Manajemen UBP Karawang akan digunakan dimensi pengukuran yang disampaikan oleh (Priansa, 2017:168) diantaranya:

1. Minat Transaksional. Harapan konsumen agar bisa berbelanja produk tertentu, artinya konsumen telah berniat untuk melakukan transaksi pembelian pada produk yang ia harapkan.
2. Minat Referensial. Kehendak konsumen menyarankan produk terhadap orang lain, artinya konsumen berniat untuk berbelanja, lalu hendak merekomendasikan pada orang terdekatnya agar yang lain pun melaksanakan transaksi pembelian produk yang sama.
3. Minat Preferensial. Minat yang memaparkan sikap konsumen yang mempunyai pilihan terbaik pada suatu produk.
4. Minat Eksploratif. Minat ini memaparkan sikap konsumen yang memiliki kebiasaan menggali informasi tentang produk yang diinginkan dan mencari informasi manfaat dari produk tersebut.

3.2.4 Cara Mengukur

Cara mengukur mukbang *influencer*, kepercayaan, dan minat beli pada kalangan mahasiswa angkatan 2017-2020 Program Studi Manajemen UBP Karawang akan digunakan skala likert dengan respon paling tinggi diberi skor 5 dan paling rendah diberi skor 1.

Sebagai kajian operasional dari variabel Mukbang *Influencer* (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Minat Beli (Y) lebih detail, maka akan dijelaskan pada tabel 3.2 berikut.

Tabel 3. 2
Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	No Pertanyaan
1	Mukbang <i>Influencer</i>	<i>Authenticity</i>	Anggota relasi	1
			Kepercayaan	2
			Naturalisasi relasi	3
			Informasi relasi	4
		<i>Brand fit</i>	Kecocokan	5
			<i>Image</i> produk	6
			Kesesuaian <i>Image</i>	7
			Promosi	8
			Intensitas promosi	9
			Keterjangkauan harga	10
			Kewajaran harga	11
		<i>Content</i>	Kreativitas konten	12
			Keunikan konten	13
			Kesesuaian <i>platform</i>	14
			Penggunaan <i>platform</i>	15
2	Kepercayaan	Tingkat kejujuran	Keyakinan	1
			Keandalan	2
			Kesesuaian cita rasa	3
			Kesesuaian harga	4
			Keterusterangan penyampaian opini	5
			Relevansi produk	6
			Kualitas produk	7
		Tingkat Ketulusan	Kesungguhan	8
			Kejujuran	9
			Penyampaian	10
			Ketulusan	11
		Dapat dipercaya	Kepercayaan	12
			Promosi	13
			Pernyataan deskripsi produk	14

Sumber: Dikaji dari berbagai sumber (2021)

**Tabel 3. 3 (Lanjutan)
Operasional Variabel**

No	Variabel	Dimensi	Indikator	No Pertanyaan
3	Minat Beli	Transaksional	Ketertarikan	1
			Niat beli	2
			Niat beli kembali	3
		Referensial	Rekomendasi	4
			Saran <i>platform</i> YouTube	5
			Saran orang terdekat	6
			Acuan	7
		Preferensial	Alternatif pilihan	8
			Referensi utama	9
			Kecenderungan	10
			Kesukaan	11
		Eksploratif	Informatif	12
			Kreativitas konten	13
			Tampilan konten	14

Sumber: Dikaji dari berbagai sumber (2021)

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi menurut (Sugiyono, 2019:126) adalah seluruh bagian yang hendak dibuat wilayah penyamarataan. Dalam hal ini populasi merupakan wilayah penyamarataan yang terdiri dari suatu objek ataupun subjek yang memiliki kuantitas dan karakter tertentu dipastikan oleh peneliti untuk dipertimbangkan dan dibuat kesimpulan. Populasi yang diambil yaitu mahasiswa angkatan 2017-2020 Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang yang pernah membeli dan pernah menonton mukbang mie *Samyang*. Dibawah ini merupakan hasil pra survei pada tanggal 13 April 2021 terdapat sebanyak 152 orang yang menjawab.

**Tabel 3. 4
Hasil Pra Survei Penelitian**

No	Angkatan	Jumlah Responden
1	2020	10
2	2019	13
3	2018	20
4	2017	109
Total		152

Sumber: Data diolah (2021)

Pada tabel di atas diketahui bahwa responden yang menjawab pertanyaan terdiri dari berbagai angkatan. Maka populasinya sebanyak 152 orang. Responden tersebut telah memenuhi kriteria yang telah di tentukan.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel menurut (Sugiyono, 2019:127) adalah elemen dari kuantitas dan karakter yang dimiliki oleh populasi. Dalam sebuah penelitian tidak semua responden dalam populasi bisa diteliti karena adanya keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Dalam menentukan jumlah sampel dari populasi tertentu peneliti menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5% (Sugiyono, 2019:138).

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} \quad (\text{Sugiyono, 2019})$$

Keterangan :

- N = Jumlah populasi (N=152)
 λ^2 = Chi kuadrat 3,841 kesalahan 5%
P = Peluang betul (0,5)
Q = Peluang keliru (0,5)
d = Variasi rata-rata sampel sama rata-rata populasi 0,5

Pengambilan sampel ini dilaksanakan untuk tingkat kepercayaan 95% atau nilai kritisnya 5% maka parameter sampel dapat **dihitung** sebagai berikut:

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$S = \frac{3,841 \cdot 152 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2(152-1) + 3,841 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$S = 109,1071$$

$$S = 109$$

Berlandaskan perhitungan rumus tersebut, maka total sampel penelitian yang diperlukan yaitu 109 responden.

3.3.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* adalah teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel (Agung, 2012:38). Teknik *sampling* yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan teknik *sampling purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah etimasi tertentu untuk menentukan sampel (Agung, 2012:42). Untuk memastikan sampel yang akan dipakai ada kriteria-kriteria yang sudah ditentukan antara lain.

1. Mahasiswa angkatan 2017-2020 Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
2. Mahasiswa yang pernah membeli *Samyang Green*.
3. Mengetahui mukbang *Samyang Green* melalui *platform* YouTube.

Berikut merupakan cara perhitungan *sampling* untuk menentukan sampel.

Tabel 3. 5
Perhitungan *Sampling*

No	Angkatan	N	Perhitungan	n
1	2020	10	$= \frac{10}{152} \times 109$	7
2	2019	13	$= \frac{13}{152} \times 109$	9
3	2018	20	$= \frac{20}{152} \times 109$	14
4	2017	109	$= \frac{109}{152} \times 109$	78
Jumlah		152		109

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel perhitungan *sampling* diatas maka, sampel penelitian yang akan digunakan yaitu 109 mahasiswa angkatan 2017-2020 Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang yang pernah membeli dan pernah menonton mukbang mie *Samyang* .

3.4 Pengumpulan Data Penelitian

3.4.1 Sumber Data Penelitian

Data penelitian menurut (Hanifah, Suteja, & Ahmaddien, 2020:24) berdasarkan sumbernya (cara memperoleh) data penelitian, dapat dikelompokkan dalam dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah perolehan data dari objek yang dicermati oleh orang yang melaksanakan penelitian. Cara untuk memperoleh data primer yaitu peneliti perlu mengumpulkannya secara langsung melalui survei, *interview* langsung, dan menyebarkan kuesioner.
2. Data sekunder adalah perolehan data dari sumber yang sudah ada. . Cara untuk memperoleh data sekunder yaitu dari buku, artikel, jurnal, Kemenperin, LPPOM, dan lain-lain.

Sumber data yang akan diambil adalah data primer yang bersifat kuantitatif, yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner pada yaitu mahasiswa angkatan 2017-2020 Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang yang pernah membeli dan pernah menonton mukbang mie *Samyang*. Data sekunder yang digunakan bersumber dari jurnal, internet, buku, dan lainnya.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data menurut (Agung, 2012:61) adalah pencantuman kejadian, bukti-bukti, dan karakter separuh ataupun semua komponen populasi yang dapat menunjang penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilaksanakan penulis antara lain.

1. Angket

Angket adalah cara mengumpulkan data penelitian dengan membuat pernyataan atau pertanyaan tertulis pada responden (Agung, 2012:63). Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung dengan mencari responden yang memenuhi kriteria penelitian penulis. Untuk penyebaran kuesioner secara tidak langsung yaitu dilakukan melalui media sosial.

2. *Library research*

Library research adalah suatu kegiatan mengenai metode akumulasi data pustaka membaca dan menulis serta pengolahan bahan penelitian. Peneliti mengumpulkan data kemudian mengkaji ulang dari berbagai buku maupun sumber bacaan lain.

3. Riset internet (riset *online*)

Riset internet merupakan teknik akumulasi data yang bersumber dari *website* yang berkaitan dengan penelitian.

3.4.3 Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019:156) instrumen penelitian adalah suatu cara yang dipakai memperkirakan fenomena alam ataupun sosial yang diamati. Secara khusus semua fenomena tersebut adalah variabel pada penelitian. Instrumen yang baik perlu memiliki 2 (dua) pengukuran, yaitu harus valid dan reliabel. Data diolah dengan menggunakan program SPSS 26.

3.4.3.1 Uji Validitas

Menurut (Carissa & Akhmad, 2019) uji validitas berarti sebagai halnya baik dari indikator *empiric* dan interpretasi konseptual dari sebuah dimensi/alat ukur indikator ini telah sesuai dengan lainnya. Suatu variabel termasuk valid apabila skor variabel tersebut memiliki korelasi secara signifikan dengan total skor. Dalam menentukan validitas suatu data dapat dihitung dengan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Berikut adalah rumusnya:

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}} \quad (\text{Fadli \& Faddila, 2018:27})$$

Keterangan :

r_{hitung} = Koefisien korelasi

$\sum X_i$ = Jumlah skor item

$\sum Y_i$ = Jumlah skor total item

n = Jumlah responden

Dasar pengutipan keputusan uji validitas:

1. Taraf kepercayaan (sig 5%)
2. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 diterima, berarti butir kuesioner yang dimaksud termasuk valid.
3. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 ditolak, berarti butir kuesioner yang dimaksud termasuk tidak valid.

3.5.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan perolehan dari perhitungan yang disebabkan indikator tidak beragam karena karakter dari prosedur pengukuran atau konsistensi dari tolok ukur sebuah variabel (Carissa & Akhmad, 2019). Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Croanbach Alpha* $> 0,60$ (Sugiyono, 2019:191).

.Dasar pengutipan keputusan uji reliabilitas:

1. Nilai *Croanbach Alpha* $> r_{\text{tabel}}$, maka pernyataan tersebut reliabel.
2. Nilai *Croanbach Alpha* $< r_{\text{tabel}}$, maka pernyataan tersebut tidak reliabel.

3.4.4 Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu uji yang dilakukan pada semua variabel independen dengan menggunakan uji kolmogorov smirnov (Fadli & Faddila, 2018:35). Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 26.

Dasar pengutipan keputusan uji normalitas:

- a. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka data dinyatakan berdistribusi normal.
- b. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

3.5 Analisis Data

Analisis data adalah suatu cara pengolahan data hasil penelitian untuk dijadikan informasi yang nantinya dapat digunakan dalam pengambilan keputusan. Berikut merupakan analisis data yang dilakukan. Data diolah dengan memakai program SPSS 26.

3.5.1 Rancangan Analisis

3.5.1.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut (Sugiyono, 2019:206) adalah suatu analisis data melalui cara mendiskripsikan data yang telah tergabung apa adanya tanpa bertujuan membuat simpulan yang berlaku untuk khalayak. Skala yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala likert yang dipakai untuk menaksir sikap, anggapan dan tanggapan baik individu ataupun kelompok mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2019:156).

Selanjutnya tahapan skala likert yaitu penentuan skor dari tiap pernyataan pada kuesioner yang telah dikirimkan. Tanggapan dari responden tergolong menjadi lima kategori penilaian dimana tiap-tiap dari pernyataan dikasih skor 1 untuk skala paling rendah dan skor 5 untuk skala paling tinggi dengan sampel sebanyak 109 responden. Untuk menentukan rentang skala menggunakan rumus dibawah ini.

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} \text{ (Fadli, 2021:82)}$$

Keterangan:

RS : Rentang skala

n : Jumlah sampel

m : Skor penilaian

Skala terendah : $n \times 1 = 109 \times 1 = 109$

Skala tertinggi : $n \times 5 = 109 \times 5 = 545$

$$RS = \frac{109(5 - 1)}{5}$$

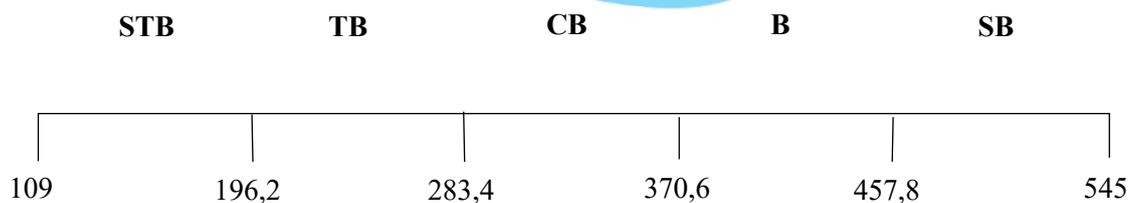
$$RS = 87,2$$

Tabel 3. 6
Rentang Skala

Skor	Rentang Skala	Mukbang <i>Influencer</i>	Kepercayaan	Minat Beli
1	109 - 196,2	Sangat Rendah	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
2	196,3 - 283,4	Rendah	Tidak Baik	Tidak Baik
3	283,5 - 370,6	Cukup Tinggi	Cukup Baik	Cukup Baik
4	370,7 - 457,8	Tinggi	Baik	Baik
5	457,9 - 545	Sangat Tinggi	Sangat Baik	Sangat Baik

Sumber : Data Diolah (2021)

Berikut merupakan rentang skala yang digambarkan menggunakan *Bar Scale* (bar skala):



Gambar 3. 2
Bar Scale
Sumber: Data Diolah (2021)

Skala likert memiliki ciri khas bahwa makin tinggi skor yang diterima dari responden, maka petunjuk dari responden tersebut perilakunya akan makin positif terhadap objek yang diteliti oleh penulis. Alternatif jawaban berada antara 1 sampai 5. Hal tersebut bertujuan untuk memfokuskan responden menjawab pertanyaan atau pernyataan dari kuesioner yang sangat menggambarkan keadaan responden.

3.5.1.2 Analisis Verifikatif

1. Transformasi Data

Menurut (Ningsih & Dukalang, 2019:47) transformasi data adalah cara mengonversikan data dengan skala ordinal sebagai data skala interval. Untuk menormalkan data harus dilakukan dengan transformasi data dengan uji MSI. Transformasi data dengan uji MSI (*Method of Successive Interval*) adalah metode yang dipakai untuk mengubah data ordinal sebagai data interval dengan cara mengonversikan skala kumulatif setiap variabel untuk menjadikan nilai kurva normal (Ningsih & Dukalang, 2019:47).

2. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui korelasi (besar dan arahnya) antara variabel X_1 dan X_2 (Fadli & Faddila, 2018:59). Untuk menentukan korelasi dapat memakai rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Berikut adalah rumusnya:

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}} \quad (\text{Fadli \& Faddila, 2018:27})$$

Keterangan :

r_{hitung} = Koefisien korelasi

$\sum X_i$ = Jumlah skor item

$\sum Y_i$ = Jumlah skor total item

n = Jumlah responden

Adapun dalam menganalisis korelasi dapat diukur melalui ketetapan sebagai berikut.

Tabel 3. 7
Patokan Tafsiran Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2019:248)

3. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

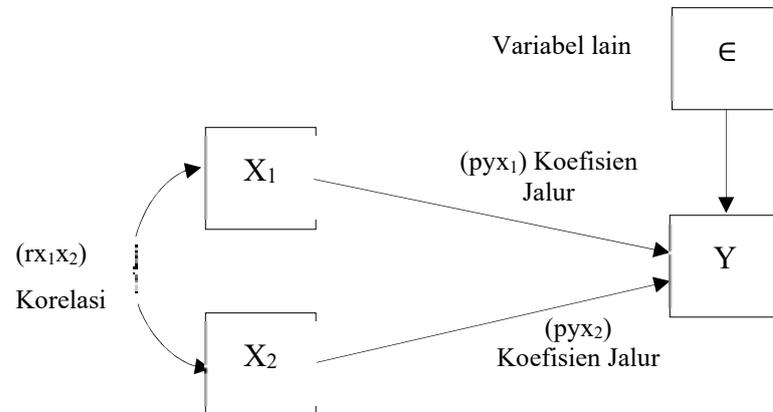
Menurut (Kadir, 2015:241) analisis jalur adalah teknik perangkaan yang dipakai untuk mengukur pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antara mukbang *influencer* dan kepercayaan terhadap minat beli konsumen mie *Samyang* mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Data diolah dengan memakai program SPSS versi 26.

Adapun tahapan untuk pengujian analisis jalur antara lain.

- Membuat perumusan hipotesis
- Membuat rumus persamaan *structural*

$$Y = \rho yx_1 + \rho yx_2 + \varepsilon$$
- Membuat perhitungan koefisien jalur yang berdasar atas koefisien regresi.
- Membuat gambar diagram model jalur secara menyeluruh, menentukan sub struktur dan meringkaskan persamaan struktural yang telah cocok dengan hipotesis yang diajukan.
- Membuat perhitungan koefisien regresi bagi struktur yang sudah dirumuskan melalui persamaan regresi berganda.
- Membuat perhitungan koefisien jalur secara keseluruhan, lewat pengujian secara keseluruhan hipotesis.

Berikut merupakan bagan analisis jalur bisa diamati pada gambar 3.3 berikut.



Gambar 3.3
Analisis Jalur
Sumber : Kadir (2015:245)

Persamaan analisis jalur, adalah sebagai berikut.

$$Y = \rho_{yx_1} + \rho_{yx_2} + \rho_y$$

Keterangan :

X_1 : Mukbang *Influencer*

X_2 : Kepercayaan

Y : Minat beli

ϵ : Variabel lain yang tidak diukur, tetapi mempengaruhi Y

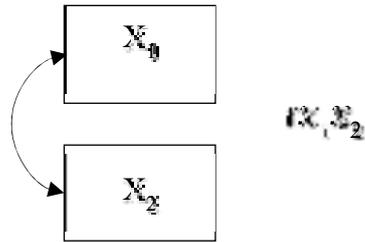
ρ_{yx_1} : Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung X_1 terhadap Y

ρ_{yx_2} : Koefisien jalur yang menggambar besarnya pengaruh langsung X_2 terhadap Y

r : Korelasi

rx_1x_2 : Korelasi X_1 dan X_2

1) Sub Struktur – 1



Gambar 3. 4
Sub Struktur – 1

2) Sub Struktur – 2



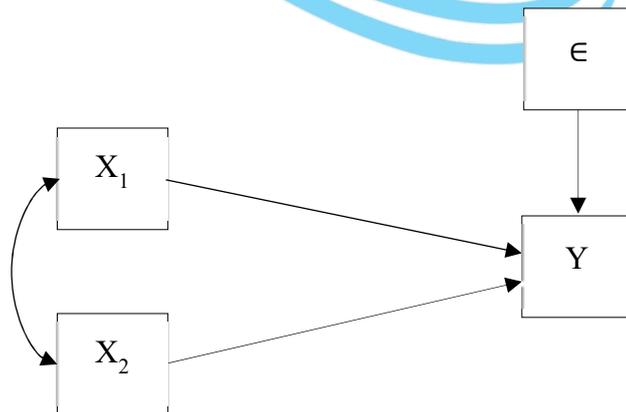
Gambar 3. 5
Sub Struktur – 2

3) Sub Struktur – 3



Gambar 3. 6
Sub Struktur – 3

4) Sub Struktur – 4



Gambar 3. 7
Sub Struktur – 4

3.6.1 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah suatu cara untuk mengolah data penelitian agar bisa menjawab permasalahan dalam penelitian. Pengujian hipotesis yang dilakukan antara lain.

3.6.1.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dipakai untuk mempertimbangkan sejauh mana kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Koefisien determinasi berpusat pada untuk mempertimbangkan sejauh mana kapasitas model dalam menjelaskan perbedaan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi sekitar nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97). Adapun cara perhitungan koefisien determinasi memakai rumus berikut ini.

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

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

r = koefisien jalur

3.6.1.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual/parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:98). Uji t menggunakan rumus:

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

Keterangan:

t = Nilai uji t

r = Koefisien korelasi

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

Selepas itu, uji t memakai tingkat signifikansi (p) 0,05 dengan kriteria berikut.

- Apabila nilai signifikansi $<$ probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y atau hipotesis diterima.
- Apabila nilai signifikansi $>$ probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y atau hipotesis ditolak.

Adapun kriteria uji t berdasarkan nilai t_{hitung} adalah sebagai berikut.

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial.

3.6.1.3 Uji Simultan (Uji f)

Uji f dilakukan untuk menguji signifikansi variabel bebas (X) secara individu dengan variabel terikat (Y) secara bersama-sama (Ghozali, 2018:98). Uji f menggunakan rumus:

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

Keterangan :

F_h = Uji F

k = Jumlah variabel independen

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditemukan

n = Jumlah sampel

Selanjutnya, pada uji f menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan kriteria sebagai berikut.

- Apabila nilai signifikansi (sig) $<$ 0,05 maka hipotesis diterima.
- Apabila nilai signifikansi (sig) $>$ 0,05 maka hipotesis ditolak.

Adapun kriteria uji f berdasarkan nilai f_{hitung} adalah sebagai berikut.

- Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga semua variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.