

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif melibatkan pengumpulan data kuantitatif dari studi penelitian melalui metode statistik. Penelitian ini dilakukan terhadap sesuatu masalah yang masih diragukan kebenarannya dengan kata lain masih perlu pembuktian kebenarannya. Dalam metode penelitian ini, peneliti dan ahli statistik menggunakan kerangka matematika dan teori yang berkaitan dengan besaran yang dimaksud.⁵³

Menurut Emzir, pendekatan kuantitatif pada dasarnya menggunakan paradigma post-positivis untuk mengembangkan pengetahuan (misalnya kesimpulan tentang sebab dan akibat, reduksi terhadap variabel, pengukuran dan observasi untuk menjawab hipotesis dan pertanyaan spesifik). Pendekatan ini menggunakan pengujian teori sebagai alat untuk mengembangkan teori dan menggunakan strategi penelitian seperti eksperimen dan survei yang memerlukan data statistik. Oleh karena itu, penelitian kuantitatif, seperti namanya, melibatkan penggunaan banyak angka, mulai dari pengumpulan data, interpretasi data, hingga penyajian hasil.⁵⁴

B. Objek Penelitian

Penelitian ini akan melibatkan pengikut atau *followers* Tiktok Koh Dennis Lim sebagai subjek penelitian. Ini mencakup audiens yang aktif mengikuti konten yang diproduksi, yang sudah menjadi *followers* Tiktok Koh Dennis Lim. Penelitian akan menganalisis bagaimana *personal branding* Koh Dennis Lim dan strategi *viral marketing* yang diterapkan

⁵³ Drs. Syahrums and Drs. Salim, "METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF.Pdf," n.d.

⁵⁴ S.Pd. Dr. Karimuddin Abdullah S.Hi. M.A. CIQnR Misbahul Jannah M.Pd. Ph.D. Ummul Aiman et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.

mempengaruhi keputusan untuk menjadi *followers*, serta bagaimana *trust* berperan sebagai variabel *intervening* dalam proses tersebut. Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan pada bulan Desember hingga selesai. Periode ini dipilih untuk mendapatkan data yang representatif.

C. Variabel Penelitian

Menurut Sodik & Siyoto menyatakan bahwa variabel penelitian merupakan ciri dan ciri dari objek yang diamati dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, sifat sebab akibat yang dikaitkan dengan variabel independen dan dependen menghasilkan hubungan antara variabel dengan objek yang diteliti.⁵⁵ Variabel yang termasuk dalam penelitian adalah :

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel independen adalah variabel yang mempunyai pengaruh positif atau negatif terhadap variabel *dependent*. Variabel *independent* digunakan untuk menggambarkan bagaimana masalah tersebut dipecahkan dalam penelitian. Variabel independen mengacu pada suatu fenomena yang digunakan untuk menjelaskan atau memprediksi variabel dependen.⁵⁶ Variabel independen dalam penelitian ini adalah : *personal branding* (X_1) dan *viral marketing* (X_2).

2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, variabel dependen merupakan akibat dari variabel bebas.⁵⁷ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah : keputusan masyarakat (Y).

3. Variabel Mediasi (*Intervening*)

⁵⁵ Ph.D. Ummul Aiman et al.

⁵⁶ Suyitno, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2018,
https://www.academia.edu/37218201/buku_metode_penelitian.pdf.

⁵⁷ syafriada hafni Nasir, *Metodologi Penelitian*, 2022.

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis memengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, tetapi tidak dapat diamati atau diukur secara langsung. Variabel ini berfungsi sebagai mediator antara variabel independen dan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak berpengaruh secara langsung terhadap perubahan atau munculnya variabel dependen.⁵⁸ Variabel intervening dalam penelitian ini adalah : kepercayaan (*trust*) (Z)

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari objek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari oleh peneliti untuk menarik kesimpulan. Oleh karena itu, populasinya tidak hanya terdiri dari manusia, tetapi juga benda-benda alam lainnya. Populasi juga mencakup tidak hanya jumlah benda/subyek yang diperiksa, tetapi juga seluruh sifat/karakteristik yang dimiliki benda atau subjek tersebut.⁵⁹

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari makhluk hidup, benda, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang mewakili karakteristik tertentu dalam suatu penelitian. Dalam studi yang melibatkan manusia, ukuran populasi dapat dilihat sebagai unit analisis keseluruhan dengan karakteristik yang diestimasi.⁶⁰ Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* Tiktok Koh Dennis Lim yang berjumlah 1.707.691 juta orang pertanggal 17 November 2024.

2. Sampel

⁵⁸ Muhammad Rivki et al., *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*, n.d.

⁵⁹ Rani Rahim, "Metode Kuantitatif (Teori Dan Praktik) Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif," 2021, 5–9.

⁶⁰ Ph.D. Ummul Aiman et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

Sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi fokus dalam penelitian, yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin diteliti. Sampel berfungsi sebagai representasi dari populasi yang lebih besar. Penelitian dengan menggunakan sampel dilakukan ketika kita ingin menggeneralisasi temuan penelitian kepada populasi secara keseluruhan.⁶¹ Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik purposive sampling artinya teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan peneliti dan evaluator tentang sampel mana yang paling bermanfaat dan *representative*.⁶²

Dari pendapat tersebut peneliti mendapatkan simpulan untuk menentukan sampel penelitian yaitu diantaranya yang dijadikan narasumber adalah pengikut atau *followers* Tiktok Koh Dennis Lim. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :⁶³

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

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : tingkat kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir (10% atau 0,1)

berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{1.707.691}{1 + 1.707.691 (0,1)^2}$$

⁶¹ Abubakar H. Rifa'i, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Antasari Press, 2021.

⁶² R O Santina, F Hayati, and R Oktariana, "Analisis Peran Orangtua Dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa ...* 2, no. 1 (2021): 1–13, file:///Users/ajc/Downloads/319-File Utama Naskah-423-1-10-20210810.pdf.

⁶³ Dameria Sinaga, "Statistik Dasar," 2014, 1–17.

$$n = \frac{1.707.691}{1 + 1.707.691 (0,01)}$$

$$n = \frac{1.707.691}{17.077,91}$$

$n = 99,99$ dibulatkan menjadi 100

Jadi berdasarkan perhitungan di atas sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu pengikut atau *followers* Tiktok Koh Dennis Lim.

E. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah suatu objek yang dapat diperoleh data. Apabila penelitian menggunakan survei atau wawancara untuk mengumpulkan data, maka sumber datanya disebut responden. Responden yaitu mereka yang menanggapi atau menjawab pertanyaan terkait peneliti dalam bentuk tertulis maupun lisan.⁶⁴ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data informasi yang langsung diperoleh dan dikumpulkan langsung dari sumbernya. Data primer ini merupakan data paling orisinal dan belum melalui proses statistik apa pun. Untuk memperoleh data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung melalui teknik observasi, wawancara, diskusi terarah, dan penyebaran kuesioner.⁶⁵ Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden yaitu pengikut atau *followers* Tiktok Koh Dennis Lim.

2. Data Sekunder

⁶⁴ Rivki et al., *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*.

⁶⁵ Meita Sekar Sari and Muhammad Zefri, "Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, Dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura," *Jurnal Ekonomi* 21, no. 3 (2019): 311.

Menurut Sugiyono, data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung menyampaikan datanya kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen.⁶⁶ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, studi literatur dan lainnya.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting untuk mendapatkan dan mengumpulkan informasi atau fakta-fakta yang ada di lapangan. Data yang diperoleh akan menentukan seberapa besar keakuratan dalam penelitian tersebut. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menanyakan beberapa jenis pertanyaan terkait dengan masalah penelitian. Sugiyono mendefinisikan survei sebagai instrumen untuk mengumpulkan data, di mana pertanyaan diajukan kepada para peserta atau mereka diminta untuk memberikan tanggapan tertulis.⁶⁷ Kuesioner diukur dengan menggunakan skala *likert*. Kategori jawaban dalam skala *likert* dapat dilihat dari tabel sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Penentuan Skor Menggunakan Skala Likert

Skala	Penjelasan	Skor
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
CS	Cukup setuju	3
TS	Tidak setuju	2

⁶⁶ Nurjanah, "Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda Nurjanah," *Jurnal Mahasiswa* 1 (2021): h. 5.

⁶⁷ Anggy Giri Prawiyogi et al., "Penggunaan Media Big Book Untuk Menumbuhkan Minat Membaca Di Sekolah Dasar," *Jurnal Basicedu* 5, no. 1 (2021): 446–52, <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>.

STS	Sangat tidak setuju	1
-----	---------------------	---

Sumber: Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*⁶⁸

2. Studi Pustaka

Penelitian ini memanfaatkan studi pustaka sebagai sarana pengumpulan data dengan cara menganalisis dan mengkaji dari berbagai buku referensi, jurnal serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yang berguna untuk landasan teori mengenai yang berhubungan dengan masalah penelitian.⁶⁹

G. Instrumen Penelitian

Ridwan berpendapat instrumen penelitian adalah alat yang membantu peneliti mengumpulkan data. Kualitas data yang dikumpulkan dipengaruhi oleh kualitas instrumen. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa hubungan antara instrumen dan data merupakan inti dari penelitian yang saling berhubungan.⁷⁰ Instrumen penelitian pada penelitian ini terdiri dari kuesioner yang dibuat oleh peneliti dan dibagikan kepada responden. Instrumen penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan data yang akurat melalui penggunaan skala *likert* yang mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok masyarakat mengenai peristiwa dan fenomena sosial.

H. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 2

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
----------	----------	-----------	--------

⁶⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020.

⁶⁹ Miza Nina Adlini et al., "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka," *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 6, no. 1 (2022): 974–80, <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>.

⁷⁰ M. Makbul, "METODE PENGUMPULAN DATA DAN INSTRUMEN PENELITIAN" 4, no. 1 (2021): 6.

Personal Branding (X1)	<i>Personal branding</i> adalah teknik yang dilakukan untuk menarik dan mempertahankan lebih banyak pelanggan dengan secara aktif membentuk persepsi masyarakat.	1) Keautentikan (<i>Autheticity</i>) 2) Integritas (<i>Integrity</i>) 3) Konsistensi (<i>Consistency</i>) 4) Spesialisasi (<i>Specialization</i>) 5) Otoritas (<i>Authority</i>) 6) Keistimewaan (<i>Distinctiveness</i>) 7) Relevans (<i>Relevant</i>) 8) Visibilitas (<i>Visibility</i>) 9) Ketekunan (<i>Persistence</i>) 10) Perbuatan Baik (<i>Goodwill</i>) 11) Kinerja (<i>Performance</i>)	Hubert K. Rampersad
Viral Marketing (X2)	<i>Viral marketing</i> adalah sebuah inisiatif dimana Anda berharap orang-orang yang melihat konten ini akan sangat terkesan sehingga mereka akan membagikan pesan tersebut kepada teman-temannya, dan hasil yang diharapkan dari strategi <i>viral marketing</i> ini adalah dari mulut ke mulut	Mengekspresikan emosi positif Dukungan perusahaan Manfaat sosial Insentif finansial penyebaran informasi.	Hasan dan Niken
Trust (Z)	Kepercayaan merupakan salah satu faktor yang membangkitkan minat pelanggan	1) Kualitas yang konsisten 2) Pemahaman Keinginan Konsumen	Mowen

	terhadap suatu perusahaan ketika memilih suatu merek atau produk.	3) Kombinasi informasi 4) Kualitas produk 5) Kepercayaan Konsumen 6) Produk Yang Dapat Diandalkan.	
Keputusan Masyarakat (Y)	keputusan konsumen merupakan proses yang melibatkan identifikasi masalah, meneliti informasi tentang produk atau merek, mengevaluasi efektivitas setiap pilihan dalam memecahkan masalah dan akhirnya membuat keputusan pembelian yang tepat	1. Adanya kemantapan produk 2. Adanya kebiasaan pembelian. 3. Rekomendasi dari orang lain 4. Pembelian berulang	Kotler Philip

Sumber: Data Diolah Peneliti Dari Berbagai Sumber

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ialah langkah untuk mengolah data menjadi sebuah informasi berupa hasil penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah cara untuk menentukan apakah instrumen itu asli atau tidak. Pengujian validitas mengacu pada seberapa baik suatu perangkat menjalankan fungsinya. Alat ukur dianggap berguna ketika mengukur sesuatu yang perlu diukur dengan suatu alat, seperti berat suatu benda dengan menggunakan timbangan. Menurut Arikunto, validitas adalah suatu kondisi yang

menggambarkan tingkat instrumen yang diukur.⁷¹ Untuk menentukan apakah kuesioner tersebut valid, perlu dilakukan pengujian dengan menggunakan uji korelasi antara skor (nilai) masing-masing butir pertanyaan dan skor total dari kuesioner tersebut.

Untuk menentukan butir soal valid atau tidak valid dapat dilakukan dengan melihat nilai sig atau nilai pearson corelation yang diperoleh. Berdasarkan nilai signifikan, jika nilai signifikan $< 0,10$ maka soal valid, sebaliknya jika nilai signifikan $> 0,10$ maka soal tidak valid. Berdasarkan nilai pearson corelation, jika nilai pearson corelation $>$ dari rtabel maka soal valid, sebaliknya jika nilai pearson corelation $<$ dari rtabel maka soal tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Masri Singarimbun, reliabilitas merupakan indikator pengukur sejauh mana alat ukur dapat dipercaya. Alat ukur dianggap dapat diandalkan jika digunakan dua kali untuk mengukur fenomena yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh menunjukkan konsistensi yang relatif realibel. Dengan kata lain, kenyataan menunjukkan konsistensi alat ukur dalam fenomena pengukuran yang sama.⁷²

Teknik yang digunakan peneliti untuk mengukur reliabilitas instrumen penelitian adalah Teknik Cronbach Alpha. Dalam metode ini, nilai reliabilitas yang mendekati 1 menunjukkan reliabilitas yang tinggi. Secara umum reliabilitas dianggap memuaskan jika $\geq 0,7$. Nilai alpha $> 0,7$ berarti reliabilitasnya baik (reliabilitas cukup). Jika Alpha $> 0,80$, berarti semua item reliabel

⁷¹ Slamet Widodo et al., *Metodologi Penelitian*, 2023.

⁷² Musrifah Mardiani Sanaky, "Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah," *Jurnal Simetrik* 11, no. 1 (2021): 432–39, <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>.

dan semua tes secara konsisten menunjukkan reliabilitas kuat. Atau ada pula yang mengartikannya sebagai sebagai berikut:⁷³

- Jika $\alpha > 0,90$, keandalannya sempurna.
- Keandalan tinggi ketika α berada di antara 0,70 dan 0,90.
- Jika α antara 0,50 dan 0,70, reliabilitasnya sedang.
- Jika $\alpha < 0,50$, keandalannya rendah. Jika α rendah, satu atau beberapa elemen mungkin tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu prosedur yang digunakan untuk dapat membedakan antara data dari populasi yang terdistribusi normal dan data dari kumpulan yang terdistribusi tidak normal.⁷⁴ Alat uji Kolmogrov-Smirnov pada SPSS digunakan untuk uji normalitas pada penelitian ini pada taraf signifikansi 0,10. Pengambilan kesimpulan yang membuktikan apakah data tersebut mengikuti distribusi normal. Jika signifikansi $> 0,10$ maka variabel tersebut berdistribusi normal, dan sebaliknya jika signifikansi $< 0,10$ berarti variabel tersebut tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ialah ikatan linier antar variabel independen dalam regresi berganda. Pengujian multikolinearitas bertujuan buat mengetahui ikatan/ korelasi antara tiap- tiap variabel. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak terdapatnya korelasi antar variabel independen. Bila variabel leluasa berkorelasi satu sama lain, hingga variabel tidak orgonal. Variabel orgonal ialah variabel leluasa dimana nilai korelasi antara variabel

⁷³ Sanaky.

⁷⁴ Nuryadi et al., *Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, Sibuku Media, 2017.

leluasa sama dengan 0.⁷⁵ Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam model regresi, ikuti langkah-langkah berikut:

- 1) Jika nilai toleransi lebih besar dari 0,10, maka regresi mempunyai masalah multilinearitas terhadap data yang diuji.
- 2) Jika nilai toleransi kurang dari 0,10, maka regresi tidak mempunyai masalah multilinearitas terhadap data yang diuji.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan alat pengujian model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan varians dari residu observasi yang satu ke observasi yang lainnya. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.⁷⁶

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (t-test)

Uji statistik yang menggunakan pengujian parametrik dikenal sebagai uji-T. Uji t adalah metode yang digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen.⁷⁷

1. jika $t_{hitung} > t_{table}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel independen memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

⁷⁵ Effiyaldi Yaldi et al., "Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia," *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)* 1, no. 2 (2022): 94–102, <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89>.

⁷⁶ Ghozali Imam, "Uji Heteroskedastisitas," *Web*, 2014, 151–52, [http://repository.unpas.ac.id/32933/7/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/32933/7/BAB%20III.pdf).

⁷⁷ Riana Magdalena and Maria Angela Krisanti, "Pengujian Independent Sample T-Test Di PT.Merck, Tbk.," *Jurnal Tekno* 16, no. 2 (2019): 35–48.

2. jika $t_{hitung} < t_{table}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji F

Pengujian ini, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono, digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen dipengaruhi secara signifikan oleh dua variabel independen yang bekerja bersama-sama atau secara simultan. Uji statistik F menguji signifikansi pengaruh dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).⁷⁸ Suatu model regresi memenuhi kriteria *fit* apabila variabel-variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Sebaliknya, jika tidak ada pengaruh timbal balik, maka hal tersebut diklasifikasikan sebagai tidak sesuai atau *non fit*.

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

c. Uji Koefisiens Determinasi (R²)

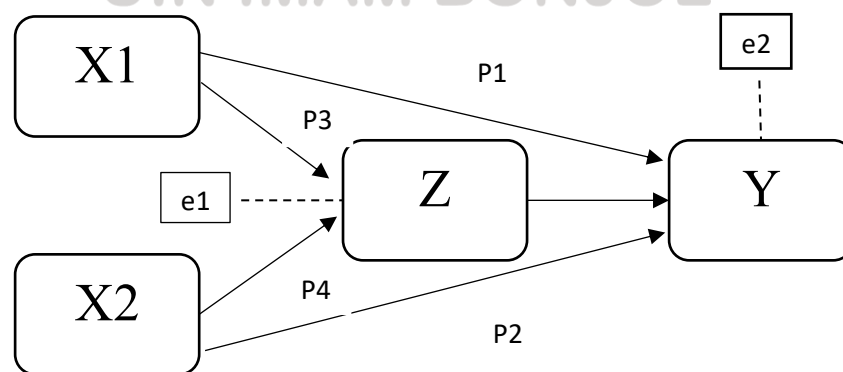
Koefisien determinasi (R²) pada dasarnya mengukur sejauh mana suatu model mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ini berkisar antara 0 hingga 1. Menurut Kuncoro, koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur kemampuan suatu model dalam menjelaskan pengaruh variabel independen. Variabel terikat. Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel relevan dan dinyatakan dalam persentase. Semakin besar persentasenya maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas (X)

⁷⁸ Gusti Pratiwi and Tukimin Lubis, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli Di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan," *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Sosiety* 1, no. 3 (2021): 27–41, <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v1i3.83>.

mempunyai pengaruh atau peranan yang lebih besar terhadap variabel terikat, namun sisanya sebesar persentase disebabkan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini menjadi variabel bebas. Sebaliknya semakin kecil persentasenya maka semakin kecil kontribusi atau peran variabel independen (X) dalam mempengaruhi variabel dependen.⁷⁹

4. Analisis Jalur Path (Path Analysis)

Analisis jalur merupakan analisis yang di gunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya. Menurut Retherford, Analisis jalur adalah suatu metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel, yang terjadi dalam regresi berganda ketika variabel independen memengaruhi variabel dependen tidak hanya secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung.⁸⁰ Perhitungan pengaruh secara langsung dan tidak langsung dilakukan dengan mengacu pada nilai unstandardized coefficients regresi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah representasi analisis jalur dari penelitian ini:



Persamaan strukturalnya adalah :

Gambar 3. 1 Model Struktur Analisis Jalur

⁷⁹ Greissela A. Sehangunaung, Silvy L. Mandey, and Ferdy Roring, "Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Manado," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 11, no. 3 (2023): 1–11, <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>.

⁸⁰ M.Si' Dr. Duryadi, *Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan SmartPLS*, Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, vol. 7, 2021.

$$Y : a + b_1X_1 + b_2X_2 + e_2$$

$$Z : a + b_1X_1 + b_2X_2 + B_3Y + e_1$$

Keterangan :

Y = Keputusan Masyarakat

a = nilai konstanta

b = koefisien korelasi

X1 = *Personal Branding*

X2 = *Viral Marketing*

Z = *Trust*

e = eror

