BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan pendapat Sugiyono mengatakan bahwa, metode penelitian pada dasarnya merupakan ciri-ciri ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Keivin Prayuda, Asri Neli Putri 2021). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan uji kausalitas granger (Sugiono, 2017). Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam hal ini, penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah media sosial, khususnya facebook dan instagram sebagai alat promosi, memiliki pengaruh terhadap minat peserta didik.

Untuk menguji hubungan tersebut, digunakan uji kausalitas granger, yaitu sebuah metode analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu variabel independen (tidak bebas) dapat memengaruhi variabel dependen (bebas), dan sebaliknya, apakah variabel tersebut juga dapat saling memengaruhi dalam waktu yang berbeda. Hubungan ini disebut sebagai hubungan kausal, di mana satu variabel dapat menjadi penyebab bagi variabel lainnya (Reizard 2019). Variabel dependent (Y) dalam penelitian ini yaitu minat peserta didik. Sedangkan variabel independent (X) pada penelitian ini yaitu media sosial sebagai alat promosi diantaranya X1 facebook sebagai alat promosi dan X2 instagram sebagai alat promosi. Oleh karena itu, pendekatan

UIN IMAM BONJOL PADANG

kuantitatif dengan uji kausalitas Granger dianggap tepat untuk mengetahui hubungan timbal balik atau pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti.

Jadi berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa metode dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif melalui pendekatan kausalitas. Dalam hal ini fokus penelitiannya adalah pengaruh media sosial sebagai alat promosi terhadap minat peserta didik

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Kubung, yang mana merupakan sekolah yang terletak di jalan Tampuniak Selayo, Selayo, Kec. Kubung, Kab. Solok, Prov. Sumatra Barat. Tempat ini peneliti pilih berdasarkan atas pertimbangan peneliti dengan harapan pelaksanaan penelitian dapat berjalan dengan lancar.

2. Waktu penelitian

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan pada aspek media sosial facebook, instagram dan minat peserta didik dalam masuk ke sekolah SMA Negeri 1 Kubung di jalan Tampuniak Selayo, Selayo, Kec. Kubung, Kab. Solok, Prov. Sumatra Barat terhitung mulai dari bulan Mei 2025 sampai dengan bulan Juni pada tahun ajaran 2024/2025.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiono populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

UIN IMAM BONJOL PADANG

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarikkesimpulannya (Sugiyono, 2011). Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh peserta didik kelas X di SMA Negeri 1 Kubung yang berjumlah 425 orang. Pemilihan kelas X sebagai populasi didasarkan pada pertimbangan bahwa peserta didik pada jenjang ini berada pada tahap awal masa transisi dari SMP ke SMA yang menjadi objek sasaran dalam mempromosikan melalui media sosial sekolah sehingga calon peserta didik tertarik untuk masuk ke SMA Negeri 1 Kubung. Berikut data peserta didik baru kelas X di SMA Negeri 1 Kubung yaitu:

Tabel 3.1
Jumlah populasi

Kelas	Jenis Kelamin		Total
	Perempuan	Laki-laki	
X.1	20	15	35
X.2	21	14	35
X.3	21	13	34
X.4	21	15	36
X.5	20	16	36
X.6	19	16	35
X.7	22	14	36
X.8	20	16	34
X.9	19	17	36
X.10	21	15	36
X.11	23	13	36
X.12	19	15	34
Jumlah			425

Berdasarkan data jumlah peserta didik kelas X di SMA Negeri 1 Kubung tersebut, maka yang akan menjadi populasi adalah seluruh peserta didik kelas X yang berjumlah 425 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karateristik dari populasi (Imam Gunawan, 2016). Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunkan teknik sampling. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel random sedehana. Sampel random sederhana adalah metode pemilihan sampel di mana setiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih. Tujuan utama dari SRS adalah untuk memastikan bahwa sampel yang diambil adalah representatif dari populasi, sehingga hasil analisis dapat digeneralisasikan ke populasi secara keseluruhan. Dalam metode ini, pemilihan sampel dilakukan secara acak tanpa memandang karakteristik individu dalam populasi.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Pengambilan sampel random sederhana merupakan sebuah sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga setiap unit penelitian atau satuan elementar dari populasi, mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Menurut Djali metode pengambilan sampel dengan random sederhana dapat ditempuh melalui cara undian, tabel bilangan random atau dengan menggunakan program komputer (Djaali, 2020).

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan sampel peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel random sederhana. Yang dimana

sampel random sederhana adalah metode pemilihan sampel di mana setiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih. Metode pengambilan sampel random sederhana yang peneliti gunakan ditempuh dengan cara tabel bilangan random. Maka sampel akan didapatkan setelah adanya hasil dari teknik pengambilan sampel random sederhana.

Menurut Suharsimi Arikunto, bila subyek dari populasi kurang dari 100, lebih baik diambil semua, tetapi jika subyeknya lebih dari jumlah tersebut, maka dapat diambil sample antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui, maka penulis menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Kelonggaran ketelitian (10%) karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir (Prasetyo 2016).

Dari rumus di atas didapat angka sebagai berikut:

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

$$n = \frac{425}{1 + 425.10\%^2}$$

$$n = \frac{425}{1 + 425.0{,}1^2}$$

UIN IMAM BONJOL PADANG

$$n = \frac{425}{1 + 425.0{,}01}$$

$$n = \frac{425}{1 + 4{,}25}$$

$$n = \frac{425}{5{,}25}$$

n = 80,95.

Jadi dalam penelitian ini, peneliti tidak mungkin mengambil sampel dari semua peserta didik yang berjumlah 425 orang. Maka sampel penelitian ini setelah dibulatkan sebanyak 81 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Sampling Friction Per Cluster* dengan rincian sebagai berikut:

$$fi = \frac{Ni}{n}$$

Keterangan:

fi : *sampling fraction cluster*

Ni : banyaknya anggota yang dijadikan sampel

n : jumlah Populasi

Maka dapat dijelaskan yaitu: $fi = \frac{Ni}{n}$

$$fi = \frac{81}{425}$$

$$= 0{,}19$$

Kemudian untuk mengetahui besarnya *sampel per cluster* digunakan rumus sebagai berikut: ni = fi x n

Keterangan :

UIN IMAM BONJOL PADANG

ni : banyaknya anggota yang dimasukkan menjadi sub sampel

fi : *sampel per cluster*

n : banyaknya anggota yang dimasukkan sampel

Tabel 3.2
Sampel Penelitian

Kelas	Populasi	Jumlah Sampel
X.1	35	ni = 0,19 x 35 = 6,65 = 7
X.2	35	ni = 0,19 x 35 = 6,65 = 7
X.3	34	ni = 0,19 x 34 = 6,46 = 6
X.4	36	ni = 0,19 x 36 = 6,84 = 7
X.5	36	ni = 0,19 x 36 = 6,84 = 7
X.6	35	ni = 0,19 x 35 = 6,65 = 7
X.7	36	ni = 0,19 x 36 = 6,84 = 7
X.8	34	ni = 0,19 x 34 = 6,46 = 6
X.9	36	ni = 0,19 x 36 = 6,84 = 7
X.10	36	ni = 0,19 x 36 = 6,84 = 7
X.11	36	ni = 0,19 x 36 = 6,84 = 7
X.12	34	ni = 0,19 x 34 = 6,46 = 6
Jumlah	425	81

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampel random sampling atau sampel acak sederhana. Menurut sugiyono *random sampling* merupakan setiap anggota populasi mempunyai peluang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Berdasarkan kutipan di atas maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 10% dari masing-masing kelas. Maka dalam penelitian ini penulis menggunakan sampel kelas X sebanyak 6 atau 7 orang perkelas.

D. Variabel Penelitian

Menurut Hikmawati Variabel adalah sifat-sifat yang sedang dipelajari. Contohnya: jenis kelamin, kelas sosial, mobilitas pekerjaan dan sebagainya (Hikmawati 2017). Agar memudahkan pernahaman tentang macam jenis

UIN IMAM BONJOL PADANG

variabel, maka identifikasi variabel menurut Sugiyono dalam penelitian ini adalah:

1) Variabel bebas (variabel *independent*): sebagai variabel stimulus, prediktor. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab berubahnya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Maka variabel bebas dalam penelitian ini adalah facebook sebagai alat promosi (X1) dan instagram sebagai alat promosi (X2).
2) Variabel terikat (variabel *dependent*): sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, kerena adanya variabel bebas. Maka variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat masuk peserta didik (Y).

E. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian yang dilakukan dalam skripsi ini ada tiga tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap penyelesaian. Berikut rincian tahap-tahap penelitian yaitu:

UIN IMAM BONJOL PADANG

1. Tahap Persiapan
   a. Melakukan observasi kesekolah
   b. Merumuskan masalah yang akan diteliti
   c. Menyusun proposal penelitian dan mengajukan proposal penelitian
   d. Melaksanakan seminar proposal pada Jum’at, 26 April 2024
   e. Menentukan sampel penelitian
   f. Mempersiapkan instrumen pengumpulan data
   g. Memvalidasi semua perangkat penelitian yang diperlukan

h. Menyelesaikan segala administrasi seperti surat izin penelitian dari kampus, dari dinas, dan dari sekolah dapat dilihat pada lampiran.

2. Tahap Pelaksanaan

Proses pelaksanaan penelitian ini berlangsung mulai dari tanggal 28 April 2025 dengan melakukan uji coba instrumen dilakukan pada kepada 30 orang peserta didik SMA Negeri 4 Padang yang tidak menjadi sampel penelitian. Setelah dilakukan validas dan reliabilitas instrumen penulis melanjutkan melakukan penelitian mulai dari tanggal 08 Mei 2025 di SMA Negeri 1 Kubung dengan jumlah responden 81. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kausalitas granger dengan mengambil responden penelitian kelas X. Alasan penulis memilih kelas X dikarenakan kelas ini adalah peserta didik yang baru melalui proses pemilihan sekolah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial sebagai alat promosi terhadap minat masuk peserta didik di SMA Negeri 1 Kubung.

UIN IMAM BONJOL PADANG

3. Tahap Akhir

a. Mengumpulkan data dan mengolah data yang didapatkan dari kelas sampel.

b. Mengambil kesimpulan dari data hasil penelitian yang dianalisis.

c. Menyusun laporan hasil penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data (Ridwan 2004). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a) Angket

Menurut Istijanto dalam Taluke angket atau kuesioner adalah suatu daftar pertanyaan yang digunakan periset untuk memperoleh data secara langsung dari sumber melalui proses komunikasi dengan mengajukan pertanyaan. Sedangkan angket dalam penelitian ini adalah pertanyaan yang tertulis berkaitan dengan judul ini yang ditunjukkan kepada responden. Jawaban angket dengan skala likert (Taluke et al. 2019).

Metode angket ini digunakan untuk mengetahui respon penggunaan media sosial sebagai alat promosi di sekolah. Angket ini berisi tanggapan peserta didik SMAN 1 Kubung tentang promosi yang dilakukan SMAN 1 Kubung melalui media sosial. Jenis angket ini adalah angket langsung tertutup yang sudah ada jawabannya. Responden hanya perlu memilih jawabnnya yang sesuai dengan keadaan dirinya.

b) Dokumentasi

Menurut Sudaryono dalam (Prawiyogi et al. 2021) dokumentasi adalah teknik untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, seperti buku-buku yang relevan, laporan kegiatan, foto-foto kegiatan

UIN IMAM BONJOL PADANG

penelitian, file dokumentar. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya biodata sekolah, sejarah sekolah, visi, misi dan tujuan sekolah, keadaan siswa, keadaan guru-guru, dan kurikulum.

2. Instrumen

Sesuai dengan data yang diperlukan maka instrumen penelitian yang digunakan adalah lembaran angket (kuisioner), angket tersebut berupa angket tertutup. Pernyataan mencakup tentang pengaruh media sosial terhadap minat masuk peserta didik. Menurut Sugiyono instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial ke dalam lima poin skala dengan interval yang sama. Diharapkan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada setiap responden, peneliti dapat menghimpun data yang relevan dengan tujuanpenelitian dan memiliki tingkat reliabilitas serta validitas yang tinggi (Muhammad, 2018).

Metode ini akan digunakan untuk mengumpulkan data tentang pengaruh media sosial sebagai alat promosi terhadap minat masuk peserta didik menggunakan skala likert. Skala likert pada digunakan untuk mengukur sikap dan penadapat. Jawaban setiap item instrumen pada skala likert skornya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skala Likert

UIN IMAM BONJOL PADANG

No.	Alternatif Jawaban	Positif	Negatif
1.	Selalu (SL)	5	1
2.	Sering (SR)	4	2
3.	Kadang-kadang (KK)	3	3
4.	Jarang (JR)	2	4
5.	Tidak Pernah (TP)	1	5

Dalam penelitian ini akan digunakan teknik angket yang berisi sejumlah pernyataan tertulis dengan menggunakan skala likert sebagai opsi jawaban guna mendapatkan informasi tentang seberapa besar pengaruh media sosial sebagai alat promosi terhadap minat masuk peserta didik di SMA Negeri 1 Kubung. Adapun Langkah-langkah yang dilakukan dalam pembuatan instrumen dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Kajian literatur untuk mengkaji konsep-konsep atau variabel yang akan diukur.
b. Menyusun kisi-kisi instrumen berdasarkan kajian teori yang dipakai, mulai dari menjabarkan variabel sampai pada rumusan item-item pernyataan yang mengungkapkan gambaran mengenai pengaruh media sosial sebagai alat promosi terhadap minat masuk peserta didik di SMA Negeri 1 Kubung. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat sebagai berikut:

UIN IMAM BONJOL PADANG

1) Variabel (X1) Facebook sebagai Alat Promosi

Tabel 3.4
Instrumen Facebook

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item	
				(+)	(-)
1	2	3	4	5	6
1.	Facebook sebagai Alat Promosi (X1), Teori Zainal	1. Keterjangkauan Informasi	1. Frekuensi posting konten promosi. 2. Jumlah pengguna yang melihat atau menjangkau konten 3. Jumlah pengikut atau like pada halaman Facebook	1, 2, 3	
		2. Interaksi Pengguna	1. Jumlah like, komentar, dan share pada konten promosi. 2. Respon atau *feedback* pengguna terhadap konten. 3. Tingkat partisipasi dalam event atau program yang dipromosikan.	4, 6	5
		3. Kreativitas Konten	1. Desain visual dan kualitas media (gambar, video). 2. Keunikan pesan promosi. 3. Konsistensi branding atau citra sekolah/produk	7, 9	8
		4. Kredibilitas Informasi	1. Keakuratan dan kejelasan informasi yang disampaikan. 2. Profesionalitas dalam menyusun konten (ejaan, layout, sumber). 3. Kesesuaian informasi dengan kebutuhan audiens	11, 12	10

UIN IMAM BONJOL PADANG

		5. Efektivitas Promosi	1. Jumlah respon atau minat yang muncul setelah promosi. 2. Keterlibatan peserta didik atau masyarakat dalam kegiatan yang dipromosikan. 3. Perubahan sikap atau peningkatan kesadaran terhadap program/produk	13, 14, 15	
		6. Kualitas Konten	1. Kejelasan pesan. 2. Profesionalisme Bahasa dan Desain. 3. Kreativitas Visual	16, 17	18

2) Variabel (X2) Instagram sebagai Alat Promosi

Tabel 3.5
Intrumen Instagram

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item	
				(+)	(-)
1	2	3	4	5	6
1.	Instagram sebagai Alat Promosi (X2), Teori Kurnianto	1. Estetika dan Desain Visual	1. Konsistensi warna, tema, dan tata letak. 2. Kreativitas dalam desain konten. 3. Daya tarik visual gambar atau video.	1, 2, 3	
		2. Komunikasi	1. Kejelasan pesan dalam caption dan visual. 2. Relevansi konten dengan tujuan promosi. 3. Kesesuaian isi dengan kebutuhan dan minat audiens.	5, 6	4
		3. Keterlibatan Audiens	1. Jumlah interaksi (like, komentar, share, save).	7, 8, 9	

UIN IMAM BONJOL PADANG

			2. Responsif terhadap komentar atau direct message. 3. Partisipasi pengguna dalam fitur interaktif.		
		4. Frekuensi dan Konsistensi Posting	1. Frekuensi unggahan (harian/mingguan). 2. Konsistensi waktu posting. 3. Jadwal posting yang terencana.	11	10, 12
		5. Kredibilitas dan Keaslian	1. Bio akun resmi dan informasi kontak. 2. Ulasan atau testimoni asli dari pengguna. 3. Foto dan caption yang tidak berlebihan atau menipu.	13, 14, 15	
		6. Pemanfaatan Fitur Instagram	1. Penggunaan Story, Highlights, Reels, dan IGTV. 2. Pemakaian hashtag yang relevan dan populer. 3. Tag lokasi, mention, dan tautan eksternal.	16, 18	17

UIN IMAM BONJOL PADANG

3) Variabel (Y) Minat Peserta Masuk Didik

Tabel 3.6
Instrumen Minat Masuk Peserta Didik

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item	
				(+)	(-)
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
1.	Minat Masuk Peserta Didik (Y), Teori Safari	1. Perasaan Senang	1. Merasa puas melihat informasi yang disukai. 2. Suka melihat kegiatan sekolah melalui media sosial.	1, 3	2

			3. Senang mencari informasi terbaru		
		2. Ketertarikan peserta didik	1. Tertarik pada tampilan sekolah. 2. Tertarik pada prestasi sekolah. 3. Tertarik dengan kegiatan yang dilakukan sekolah 4.	5, 6	4
		3. Perhatian peserta didik	1. Memperhatikan sekolah yang diminati. 2. Memperhatikan program yang ditawarkan. 3. Memperhatikan update terbaru media sosial sekolah	7, 8	9
		4. Kesukaan peserta didik	1. Suka melihat aktivitas sekolah. 2. Memberi like terhadap informasi yang dilihat di media sosial. 3. Suka tampilan konten sekolah	10,12	11
		5. Motivasi	1. Termotivasi masuk sekolah yang diinginkan. 2. Mempunyai target prestasi dalam sekolah. 3. Berusaha memenuhi syarat masuk sekolah	13, 14, 15	
		6. Keinginan untuk mengetahui lebih lanjut	1. Sering melihat media sosial sekolah. 2. Mengikuti open house, seminar, atau event yang diselenggarakan sekolah.	16, 17, 18	

UIN IMAM BONJOL PADANG

			3. Mengunjungi langsung lokasi sekolah untuk melihat fasilitasnya.		

c. Menyusun item pernyataan tentang media sosial facebook dan instagram terhadap minat masuk peserta didik.

d. Menelaah kesesuaian pernyataan instrumen penelitian dengan kisi-kisi instrumen, yang bertujuan untuk mengetahui apakah item-item yang dikembalikan sudah mewakili setiap indikator yang dibutuhkan.

e. Menyusun petunjuk pengisian instrumen penelitian untuk memudahkan responden dalam memahami apa yang dikehendaki oleh instrumen, dan menghindari kesalahan dalam mengumpulkan data yang dilakukan.

f. Menyusun pernyataan-pernyataan instrumen dalam bentuk angket. Instrumen yang telah disusun dengan mengacu pada teori-teori yang telah dibahas dalam kajian pustaka, dikonsultasikan dengan kedua pembimbing dan dilakukan perbaikan sesuai dengan petunjuk pembimbing. Berdasarkan hasil bimbingan setelah memperhatikan bahasa masing-masing item pernyataan yang telah disusun dan mengetahui apakah instrumen sudah dapat mengukur apa yang ingin diukur, maka diperoleh angket final.

g. Uji coba instrumen, guna melihat apakah instrumen tersebut dapat dimengerti oleh orang-orang yang sama karakteristiknya dengan responden. Uji coba instrumen dilakukan pada tanggal 30 April 2025

UIN IMAM BONJOL PADANG

kepada 30 orang peserta didik SMA Negeri 4 Padang yang tidak menjadi sampel penelitian.

h. Uji validitas dan reliabilitas instrumen. Uji validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu dengan cara menguji korelasi antara skor setiap item dengan skor total item. Item valid apabila nilai t-hitung masing-masing butir pernyataan lebih besar dari Fiabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2 dengan taraf signifikan alpha 0,05.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji ini dilakukan dengan membandingkan antara r-hitung yang didapat dari nilai *Corrected item total correlation* dengan r tabel. Jika r-hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2013). Uji validitas berguna untuk mengukur validitas (kesahihan) instrumen (angket).

Menurut arikunto dalam Sagala, veliditas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahan suatu instrumen. Suatu instrumen dinyatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu angket mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh angket

UIN IMAM BONJOL PADANG

tersebut. Suatu instrument atau skala yang valid atau shahih mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Sagala 2021).

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang di teliti secara tepat. Untuk menguji validitas instrumen yang digunakan rumus *Correlation Produk Moment* dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY \ - (\sum X).(\sum Y)}{\sqrt{[N.\sum_X 2 - (\sum_{X)} 2][N.\sum_Y 2 - (\sum_{Y)} 2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

N = Jumlah Subjek

$\sum X$ = Jumlah skor butir pertanyaan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah skor total pertanyaan variabel Y

$\sum X\,Y$ = Jumlah perkalian skor butir dengan skor total

$\sum_X 2$ = Total kuadrat skor butir pertanyaan

$\sum_Y 2$ = Jumlah kuadrat skor butir pertanyaan (Abdul Rozak 2019).

Suatu instrumen dikatan valid atau mempunyai validitas yang tinggi apabila alat itu betul-betul mampu mengukur menilai apa yang ingin diukur dan dinilai (Yusuf 2011). Validitas lebih berupa derajat kedekatan kepada kebenaran dan bukan masalah sama sekali benar atau sekali salah.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Kriteria pengambilan keputusan dalam menentukan valid atau tidaknya suatu butir item yaitu: setelah r-hitung ditemukan, kemudian dikonsultasikan dengan r-tabel untuk mengetahui butir yang valid dan tidak valid.

Uji validitas dilakukan dengan bantuan Software SPSS versi 26, jika r-hitung lebih besar dari r-tabel pada signifikansi 5% maka butir item pernyataan dalam angket dinyatakan valid, dan jika r-hitung lebih kecil dari r-tabel maka butir item pernyataan dalam angket dinyatakan tidak valid. Untuk pengujian validitasnya, maka peneliti membandingkan *pearson correlation*, setiap butir soal dengan table r *product moment*. Jika r-hitung > r-tabel maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid. Hasil uji validitas dapat disajikan pada tabel dibawah ini dengan n=30, maka didapatkan df sebesar 30-2 = 28 dan a = 5% maka nilai r-tabel sebesar 0, 3610.

r-hitung > 0, 3610 $maka\ item\ pernyataan\ kuesioner\ valid$

r-hitung < 0, 3610 $maka\ item\ pernyataan\ kuesioner\ tidak\ valid.$

Adapun hasil uji validitas dalam hasil uji coba ini adalah dapat dilihat sebagai berikut:

1) Facebook sebagai Alat Promosi

Data yang diperoleh dari responden selanjutnya diuji validitas nya. Pada pengujian validitas ini peneliti mengujikan kepada 30 orang responden. Hasil uji coba variabel media sosial facebook

UIN IMAM BONJOL PADANG

diketahui bahwa semua item pernyataan yang berjumlah 17 dinyatakan valid karena nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel. Dengan hasil ini, semua pernyataan valid tersebut akan dilanjutkan ke tahap uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi data yang diperoleh.

2) Instagram sebagai Alat Promosi

Data yang diperoleh dari responden selanjutnya diuji validitas nya. Pada pengujian validitas ini peneliti mengujikan kepada 30 orang responden. Hasil uji coba variabel media sosial instagram diketahui bahwa semua item pernyataan yang berjumlah 12 dinyatakan valid karena nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel. Dengan hasil ini, semua pernyataan valid tersebut akan dilanjutkan ke tahap uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi data yang diperoleh.

3) Minat Masuk Peserta Didik

Data yang diperoleh dari responden selanjutnya diuji validitas nya. Pada pengujian validitas ini peneliti mengujikan kepada 30 orang responden. Hasil uji coba variabel minat masuk peserta didik diketahui bahwa semua item pernyataan yang berjumlah 12 dinyatakan valid karena nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel. Dengan hasil ini, semua pernyataan valid tersebut akan dilanjutkan ke tahap uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi data yang diperoleh. Berikut tabel hasil uji validitas variabel media sosial

UIN IMAM BONJOL PADANG

facebook, instagram dan minat masuk peserta didik yang sudah dinyatakan valid:

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

No	Facebook (X1)		Instagram (X2)		Minat Peserta Didik (Y)		Keterangan
	R_{hitung}	R_{tabel} 5% n=30	R_{hitung}	R_{tabel} 5% n=30	R_{hitung}	R_{tabel} 5% n=30	
1.	0,7629	0, 3610	0, 7721	0, 3610	0,5360	0, 3610	Valid
2.	0,5701	0, 3610	0, 6930	0, 3610	0,4830	0, 3610	Valid
3.	0,5302	0, 3610	0, 5160	0, 3610	0,6261	0, 3610	Valid
4.	0,7583	0, 3610	0, 6242	0, 3610	0,6520	0, 3610	Valid
5.	0,6136	0, 3610	0, 8168	0, 3610	0,7585	0, 3610	Valid
6.	0,5639	0, 3610	0, 7306	0, 3610	0,6300	0, 3610	Valid
7.	0,5410	0, 3610	0, 7100	0, 3610	0,5257	0, 3610	Valid
8.	0,5984	0, 3610	0, 7120	0, 3610	0,6895	0, 3610	Valid
9.	0,7337	0, 3610	0, 6990	0, 3610	0,7921	0, 3610	Valid
10.	0,5326	0, 3610	0,6601	0, 3610	0,8285	0, 3610	Valid
11.	0,4723	0, 3610	0,6007	0, 3610	0,6319	0, 3610	Valid
12.	0,6659	0, 3610	0,5292	0, 3610	0,5668	0, 3610	Valid
13.	0,6063	0, 3610	0,5779	0, 3610	0,5103	0, 3610	Valid
14.	0,6170	0, 3610	0,5371	0, 3610	0,4455	0, 3610	Valid
15.	0,6770	0, 3610	0,4660	0, 3610	0,5664	0, 3610	Valid
16.	0,6797	0, 3610	0,7924	0, 3610	0,4433	0, 3610	Valid
17.	0,7279	0, 3610	0,7087	0, 3610	0,4923	0, 3610	Valid

UIN IMAM BONJOL PADANG

18.	0,4870	0, 3610	0,5437	0, 3610	0,4410	0, 3610	Valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Pada penelitian Suryani (2014) mensyaratkan nilai ini cukup sekurang kurangnya 0,60. Reliabilitas sebenarnya lebih kepada konsistensi atau kestabilan suatu skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama dan diberikan dalam waktu yang berbeda (Yusuf 2014). Uji ini yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran data dapat memberikan hasil relatif tidak berbeda bila di lakukan pada subjek yang sama atau untuk menunjukkan adanya kesesuaian sesuatu yang diukur dengan jenis alat Likert yang digunakan dengan menggunakan rumus:

UIN IMAM BONJOL PADANG

$$r_{11}=\left[\frac{k}{(k-1)}\right]\left[1-\frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 t}\right]$$

Ket:

r_{11} = koefisien reliabilitas instrumen

k = jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varian butir

$\sigma^2 t$ = Varians Total

Uji reliabilitas intrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik Alpha *Cronbach* menggunakan program SPSS versi 26. Adapun hasil uji reabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.8
Uji Reliabilitas
Facebook sebagai Alat Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.894	18

Sumber: Output SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS pada tabel di atas, didapatkan informasi bahwa diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,894 nilai tersebut lebih besar dari 0,60 maka nilai *Cronbach Alpha* 0,894 >0,60. Berdasarkan hal tersebut maka dipahami bahwa data tersebut reliabel atau konsisten dan layak digunakan untuk melakukan penelitian. Karena 0,60 adalah nilai batas *Cronbach's Alpha* yang digunakan oleh Wiratna Sujerweni untuk menentukan apakah suatu kuesioner reliabel atau tidak. Jika nilai *Cronbach's Alpha* ≥ 0,60, maka kuesioner dianggap reliable atau memiliki konsistensi internal yang baik.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Tabel 3.9
Uji Reliabilitas
Instagram sebagai Alat Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	18

Sumber: Output SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS pada tabel di atas, didapatkan informasi bahwa diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,904 nilai tersebut lebih besar dari 0,60 maka nilai *Cronbach Alpha* 0,904>0,60. Berdasarkan hal tersebut maka dipahami bahwa data tersebut reliabel atau konsisten dan layak digunakan untuk melakukan penelitian. Karena 0,60 adalah nilai batas *Cronbach's Alpha* yang digunakan oleh Wiratna Sujerweni untuk menentukan apakah suatu kuesioner reliabel atau tidak. Jika nilai *Cronbach's Alpha* ≥ 0,60, maka kuesioner dianggap reliable atau memiliki konsistensi internal yang baik.

Tabel 3.10
Uji Reliabilitas Minat Peserta Didik

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.872	18

Sumber: Output SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS pada tabel di atas, didapatkan informasi bahwa diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,872 nilai tersebut lebih besar dari 0,60 maka nilai *Cronbach Alpha* 0,872 > 0,60. Berdasarkan hal tersebut maka dipahami bahwa data tersebut reliabel atau konsisten dan layak digunakan untuk melakukan penelitian. Karena 0,60 adalah nilai batas *Cronbach's Alpha* yang digunakan oleh Wiratna Sujerweni untuk menentukan apakah suatu kuesioner reliabel atau tidak. Jika nilai *Cronbach's Alpha* ≥ 0,60,

maka kuesioner dianggap reliable atau memiliki konsistensi internal yang baik.

G. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang ada dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengolahan data melalui program SPSS (*Statistical Package for The Social Sciences*) versi 26. Selanjutnya analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis data menurut Patton dalam Sofwatillah adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap hasil analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian (Sofwatillah et al. 2024). Untuk menganalisis variabel yang teliti digunakan teknik analisis secara deskriptif, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

UIN IMAM BONJOL PADANG

Distribusi frekuensi merupakan teknik penyusunan data dalam bentuk kelompok mulai dari yang terkecil sampai yang terbesar berdasarkan kelas-kelas interval dan kategori tertentu (Dodiet Aditya Setyawan 2021). Berikut langkah-langkah tabel distribusi ferkuensi interval kelas:

a) Mengurutkan data mulai dari yang terkecil hingga yang terbesar.

(1) Variabel X1 (facebook sebagai alat promosi) didapatkan, nilai maksimal 88 dan nilai minimal 55.

(2) Variabel X2 (instagram sebagai alat promosi) didapatkan, nilai maksimal 85 dan nilai minimal 53.

(3) Variabel Y (minat masuk peserta didik) didapatkan, nilai maksimal 86 dan nilai minimal 52.

b) Menghitung rentang/Range (R), yaitu data terbesar dikurangi dengan data terkecil.

(1) Variabel X1 (facebook sebagai alat promosi), R = nilai maksimum kurang nilai minimum, jadi R = 88-55 = 33.

(2) Variabel X2 (instagram sebagai alat promosi), R = nilai maksimum kurang nilai minimum, jadi R = 85-53 = 32.

(3) Variabel Y (minat masuk peserta didik), R = nilai maksimum kurang nilai minimum, jadi R = 86-52 = 34.

c) Menentukan jumlah kelas, dengan menggunakan rumus Sturges:

K = 1 + 3,3. Log n.

K = 1+3,3.Log (55)

K = 1+3,3 x 1,908

K = 1+6,269

K = 7,269 dibulatkan menjadi 7

Jadi jumlah kelas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 7 kelas pada variabel X1, X2 dan variabel Y.

d) Menghitung panjang kelas atau interval, dengan rumus panjang kelas:

P = Rentang (R)/Jumlah Kelas (K)

UIN IMAM BONJOL PADANG

(1) Variabel X1 (facebook sebagai alat promosi), didapatkan nilai dengan rumus:

P = R/K

P = 33/7

P = 4,714 dibulatkan menjadi 5.

(2) Variabel X1 (instagram sebagai alat promosi), didapatkan nilai dengan rumus:

P = R/K

P = 32/7

P = 4,571 dibulatkan menjadi 5.

(3) Variabel Y (minat masuk peserta didik), didapatkan nilai dengan rumus:

P = R/K

P = 34/7

P = 4,857 dibulatkan menjadi 5.

e) Membuat tabel distribusi frekuensi sementara yang terdiri atas kolom interval kelas dan frekuensi dapat dilihat pada temuan penelitian BAB IV. Tabel 4.4 distribusi frekuensi variabel X1 (facebook sebagai alat promosi) pada halaman 116, tabel 4.6 distribusi frekuensi variabel X1 (instagram sebagai alat promosi) pada halaman 118, serta tabel 4.8 distribusi frekuensi variabel Y (minat masuk peserta didik) pada halaman 120.

UIN IMAM BONJOL PADANG

2. Uji Persyarat Analisis

Sebelum dilakukan uji statistik langkah awal yang harus dilakukan adalah melakukan *screening* terhadap data yang akan diolah. Salah satu asumsi penggunaan statistik parametris adalah setiap variabel berdistribusi normal dan semua kombinasinya linier. Hal ini bertujuan untuk mengurangi hambatan dalam analisis selanjutnya sesuai dengan teknik analisis yang telah direncanakan, uji prasyarat yang digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, regresi linear berganda, uji F, uji T dan koefisien determinasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapat memiliki distribusi normal atau tidak normal, sehingga pemilihan statistik dapat dilakukan dengan tepat. Analisis uji normalitas yang digunakan yaitu uji normalitas Kolmogorov-Sminov, uji normalitas Kolmogorov-Sminov digunakan karena jumlah sampel lebih dari 50.

$$D_{hitung} = \{F_{0\ (X)} - S_{N\ (X)}\}$$

Keterangan:

$F_{0\ (X)}$ = distribusi frekuensi komulatif teoritis

$S_{N\ (X)}$ = distribusi frekuensi komulatif skor observasi

Kriteria pengujian untuk uji normalitas adalah dengan menggunakan aplikasi SPSS Statistic versi 26 adalah sebagai berikut:

UIN IMAM BONJOL PADANG

1) Jika nilai p > 0,05, maka H0 (hipotesis nol), diterima, dan Ha (hipotesis alternatif) ditolak.
2) Jika nilai p < 0,05, maka H0 (hipotesis nol), ditolak, dan Ha (hipotesis alternatif) diterima.

Uji normalitas dilakukan pada kedua variabel Facebook (X1), Instagram (X2) dan Minat Masuk Peserta didik (Y). Desain dari penelitian ini menggunakan statistik parametris dalam menguji hipotesisnya yang mensyaratkan bahwa data variabel berdistribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Apabila berdistribusi normal *statistik inferensial parametris* dapat digunakan. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan menggunakan bantuan *software* komputer yaitu SPSS *Statitics* versi 26 dengan teknik analisis Kolmogorov-Sminov.

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah melihat besaran nilai dari hasil nilai dari Asymp. sig. (2-tailed) apabila nilai lebih dari 0,05 (Asymp. Sig.>0,05), maka sebaran data dari variabel berdistribusi normal. Adapun uji normalitas dengan menggunakan aplikasi SPSS Statistic versi 26 adalah sebagai berikut:

Tabel 3.12
Uji Normalitas

Tests of Normality			
	Kolmogorov-Smirnov[a]		
	Statistic	df	Sig.
Facebook sebagai Alat Promosi	.083	81	.200*
Instagram sebagai Alat Promosi	.090	81	.160

UIN IMAM BONJOL PADANG

Minat Masuk Peserta Didik	.089	81	.170
*. This is a lower bound of the true significance.			
a. Lilliefors Significance Correction			

Sumber: Output SPSS Versi 26

Tabel 3. 13
Uji Normalitas signifikan Kolmogorov-Smirnov

No.	Variabel	Asymp. Sig (2-tailed)	Taraf Signifikan	Kesimpulan
1	X1 Facebook sebagai Alat Promosi	.200*	> 0,05	Berdistribusi Normal
2	X2 Instagram sebagai Alat Promosi	.160	> 0,05	Berdistribusi Normal
3	Y Minat Masuk Peserta Didik	.170	> 0,05	Berdistribusi Normal

Hasil Uji normalitas di atas, diperoleh nilai signifikan Kolmogorov-Smirnov yaitu pada variabel facebook sebagai alat promosi sebesar 0,200, variabel instagram sebagai alat promosi sebesar 0,160 dan variabel minat masuk peserta didik sebesar 0,170. Angka sig Kalmogorov-Smirnov tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan taraf signifikan 5% (0,05) atau sig > 0,05 Hal tersebut memberikan gambaran bahwa data ketiga variabel berdistribusi normal.

UIN IMAM BONJOL PADANG

b. Uji Heteroskedastisitas

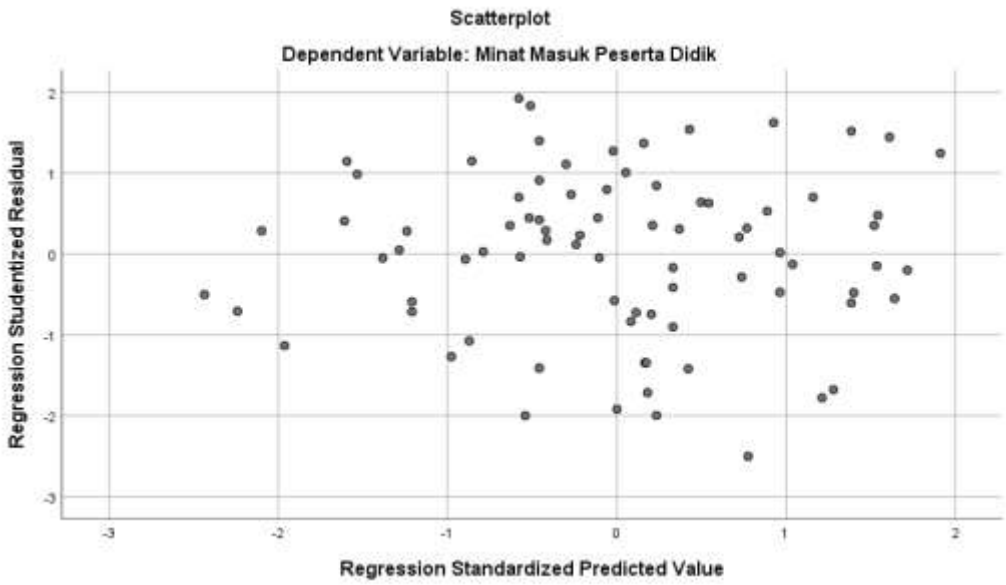
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians antara residu observasi yang satu dengan observasi yang lain dalam suatu model regresi (Ghozali, 2018). Uji heteroskedastisitas menggunakan metode uji glejser artinya uji hipotesis yang digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas dalam model regresi (Feronika, Anderson, and Hnly 2024). Keputusan terjadi

atau tidaknya heterokedastisitas pada model regresi linier adalah melihat nilai probabilitas F-Statistik (F hitung).

a) Apabila nilai probabilitas F hitung lebih besar dari tingkat alpha 0,05 (5%) maka H0 diterima yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

b) Apabila nilai probabilitas F hitung lebih kecil dari tingkat alpha 0,05 (5%) maka H0 ditolak yang artinya terjadi heteroskedastisitas.

Kriteria pengujian untuk uji heteroskedastisitas adalah apabila titik-titik tersebar secara acak baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Adapun uji heteroskedastisitas dengan menggunakan aplikasi SPSS Statistic versi 26 adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Output SPSS Versi 26

Seperti yang ditunjukkan oleh hasil gambar *scatterplot*, data titik-titik tersebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas sehingga model regresi dapat digunakan.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas menampilkan kekuatan hubungan antara variabel bebas pada model regresi berganda. Apabila terdapat dua variabel bebas yang berkorelasi sangat kuat, maka persamaan regresinya hanya satu variabel saja yang digunakan. Bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel bebas yang berhubungan dengan variabel bebas lainnya.

Dalam hal ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas yaitu dengan menggunakan Vatiance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai VIF lebih besar dari 10 dan nilai tolerance kurang dari 0.10 maka terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018). Uji Multikoloneritas menurut Ghozali, bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel bebas (Independent Variable) (Sriningsih, Hatidja, and Prang 2018).

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkolerasi, maka variabel-variabel ini tidak ortagonal. Variabel ortagonal adalah variabel bebas yang dinilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Menurut Ghozali, mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas

UIN IMAM BONJOL PADANG

di dalam model regresi dapat dilihat dari besaran VIF (Variance Inflation Factor) dan tolerance. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.

Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena VIF = 1/tolerance). Nilai cutoff yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance ≤ 0,10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10. Artinya jika VIF < 10 maka antar variabel bebas tidak terjadi multikoloieritas.

Kriteria pengujian untuk uji multikolinearitas adalah apabila titik-titik tersebar secara acak baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

a. Apabila nilai VIF > 10 atau *tolerance* < 0,10, maka dapat dinyatakan terjadi gejala multikolinearitas.
b. Apabila nilai VIF < 10 atau *tolerance* > 0,10, maka dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Adapun uji multikolinearitas dengan menggunakan aplikasi SPSS Statistic versi 26 adalah sebagai berikut:

Tabel 3.14
Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]			
Model		*Collinearity Statistics*	
		Tolerance	*VIF*
1	*Facebook sebagai Alat Promosi*	*.860*	*1.163*
	Instagram sebagai Alat Promosi	*.860*	*1.163*
a. Dependent Variable: Minat Masuk Peserta Didik			

Sumber: Output SPSS Versi 26

UIN IMAM BONJOL PADANG

Pada tabel 4.3, nilai tolerance yang dimiliki variabel facebook sebagai alat promosi dan instagram sebagai alat promosi sebesar 0,86 > 0,10, sedangkan nilai VIF pada variabel facebook dan instagram sebesar 1,163 < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

3. Uji Hipotesis

a. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda menyatakan hubungan kausalitas antara dua atau lebih variabel bebas (Sanusi, 2014). Dalam analisis regresi, variabel yang terpengaruh disebut variabel bebas atau independen, dan variabel yang terpengaruh disebut variabel terkait atau dependen (Husdi and Dalai 2023). Adapun persamaan regresinya dinyatakan sebagai berikut:

$$\gamma = \partial + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Media sosial

∂ = constanta

b_1-b_2 = koofesien regresi

X = variabel

b. Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual (parsial) dalam menerangkan variasi variabel dependen. Prosedur pengujiannya sebagai berikut:

UIN IMAM BONJOL PADANG

Tabel 3.15
Titik Presentase Distribusi t

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22698
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

UIN IMAM BONJOL PADANG

1) Menentukan taraf signifikansi

   Taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05.

2) Menentukan t-hitung dan t-tabel

   a) t-hitung untuk variabel facebook sebagai alat promosi adalah 2,614 (nilai t-hitung diambil dari tabel 4.12), sedangkan untuk t-hitung variabel instagram sebagai alat promosi yaitu 2.040 (nilai t-hitung diambil dari 4.12).

   b) t-tabel diperoleh dari rumus df = n – k – 1 atau 81 – 2 – 1 = 78. Diketahui t-tabel 1,664 dengan signifikansi 0,05/2 = 0,025 (uji dua sisi) yang dapat dilihat pada tabel 3.15.

      Keterangan:

n : Jumlah sampel

k : Jumlah variabel independen

3) Pengambilan keputusan

a) Jika t-hitung > t-tabel atau sig < 0,05, maka Ha diterima dan H0 ditolak.

b) Jika t-hitung < t-tabel atau sig > 0,05, maka Ha ditolak dan H0 diterima.

c. Koefesien Determinasi

Dalam rumus korelasi juga didefenisikan rumus koefisien determinasi yaitu pangkat dua dari koefisien korelasi. Koefesien korelasi berguna untuk mengatakan seberapa besar hubungan kedua variabel. Rumus koefisien determinsi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

D = Determinasi

r = Koefisien korelasi

UIN IMAM BONJOL PADANG

d. Uji F

Uji f bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Uji f dilakukan untuk melihat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Adapun prosedur pengujiannya yaitu:

1) Menentukan taraf signifikan

2) Menentukan f-hitung dan f-tabel

a) f-hitung adalah 3,190 (nilai f-hitung diambil dari tabel 4.10).

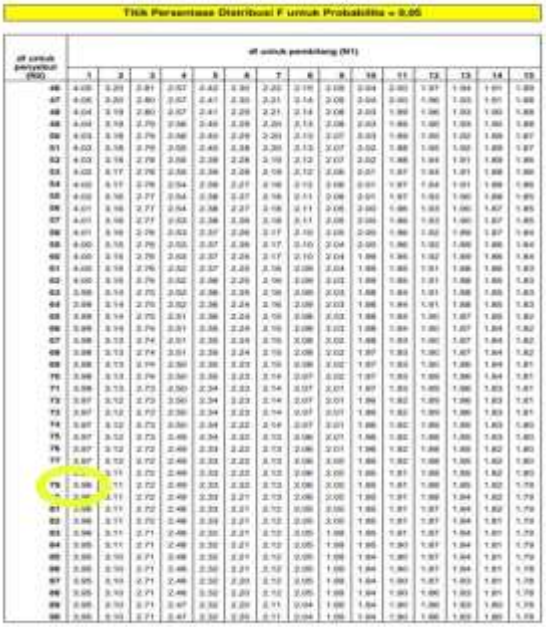
b) f-tabel dapat diperoleh dari tabel statistik dengan signifikansi 0,05 df1 = k – 1 atau 2 – 1 = 1, dan df2 = n – k atau 81 – 2 = 79, maka didapat f-tabel adalah 3,96.

Keterangan :

n : Jumlah data atau sampel

k : Jumlah variabel

Tabel 3.16
Titik Presentase Distribusi F



3) Pengambilan keputusan

a) Jika f-hitung > f-tabel atau sig < 0,05 maka Ha diterima dan H0 ditolak.

b) Jika f-hitung < f-tabel atau sig > 0,05 maka Ha ditolak dan H0 diterima.