

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif dimana data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner. Peneliti menggunakan metode deskriptif karena masalah dalam penelitian ini berdasarkan pada fenomena masa sekarang dan peneliti ingin menggambarkan masing-masing variabel sebagaimana adanya serta mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya untuk menggambarkan populasi. Sedangkan, peneliti menggunakan metode kuantitatif karena jenis datanya berupa angka dan analisa datanya bersifat statistik yang hasilnya dapat digeneralisasikan untuk menguji hipotesis.

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan menganalisa pengaruh *Fear of Missing Out (FOMO)* (variabel X) terhadap minat berkunjung wisatawan (variabel Y) ke Kota Bandung untuk berwisata kuliner pada pengikut akun Instagram @duniakulinerbdg.

B. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah variabel yang diteliti oleh peneliti di lokasi penelitian dilakukan (Supriyadi, 2015). Pada penelitian ini, obyek penelitiannya adalah *Fear of Missing Out (FOMO)* (variabel X) dan minat berkunjung wisatawan (variabel Y) pada pengikut akun Instagram @duniakulinerbdg, yang selanjutnya akan dicari sejauh mana FOMO

dalam mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Kota Bandung untuk berwisata kuliner pada pengikut akun Instagram tersebut.

Penggunaan media sosial yang terus meningkat membuat istilah FOMO semakin dikenal secara luas. FOMO merujuk pada rasa takut dan perasaan tertinggal seseorang akibat *postingan* orang lain di media sosial mengenai kegiatan menarik yang dilakukan oleh orang tersebut tetapi tidak dilakukan oleh dirinya sendiri, yang kemudian mempengaruhi minatnya untuk meniru dan mengikuti kegiatan tersebut demi mendapatkan pengalaman yang sama dan menurunkan tingkat FOMOnya.

Instagram sendiri yang menjadi media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke-2 di Indonesia setelah Whatsapp, memiliki peran besar dalam memicu perasan FOMO terutama dalam konten wisata kuliner. Wisata kuliner semakin populer dimana kuliner merupakan kebutuhan utama yang harus dipenuhi dan menjadi salah satu preferensi utama wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Salah satu destinasi wisata kuliner di Indonesia yang telah ditetapkan oleh Kemenparekraf adalah Kota Bandung. Kota Bandung memiliki banyak makanan tradisional, makanan kekinian, maupun jajanan khas yang menjadi daya tarik wisata kulinernya hingga meraih penghargaan “Best Food Cities in The World” versi Taste Atlas Awards 2023/2024. Kota Bandung dengan potensi wisata kulinernya yang luar biasa dapat menarik minat berkunjung wisatawan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke kota itu sendiri.

Oleh karena itu, akun Instagram @duniakulinerbdg, yang dibuat oleh Victor dan Ranie pada bulan September 2013, untuk secara khusus membagikan konten pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung, dengan jumlah *postingan* terbanyak dibandingkan akun serupa lainnya, menjadi lokus penelitian yang tepat untuk meneliti obyek penelitian FOMO dan minat berkunjung wisatawan sehingga bisa mendapatkan gambaran sejauh mana FOMO dalam mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Kota Bandung untuk berwisata kuliner.

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan kumpulan orang, kejadian, atau hal-hal menarik yang ingin diselidiki dan ditarik kesimpulannya oleh peneliti (Sekaran dan Bougie, 2013).

Populasi dari penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @duniakulinerbdg yang berjumlah 574.345, karena sebagai pengikut akun tersebut aktif melihat konten pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung yang dibagikan pada akun tersebut, yang dapat memicu perasaan FOMO dan mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Kota Bandung untuk berwisata kuliner.

GAMBAR 2
JUMLAH PENGIKUT AKUN INSTAGRAM
@DUNIAKULINERBDG



Sumber : Temuan Peneliti yang diakses pada Instagram 27 April 2024

2. *Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), sampel merupakan bagian dari keseluruhan anggota populasi yang hendak diselidiki. Demikian, sampel dari penelitian ini merupakan bagian dari keseluruhan pengikut akun Instagram @duniakulinerbdg.

Metode pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, metode dimana tidak memberikan setiap anggota populasi kesempatan dan peluang yang sama untuk dapat dipilih (Sugiyono, 2013). Lebih lanjut teknik sampling yang diterapkan adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan mengacu pada pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan (Sugiyono, 2013). Peneliti menerapkan metode dan teknik ini karena peneliti memiliki kriteria sampel pengikut akun Instagram @duniakulinerbdg yang domisili asalnya harus di luar Kota Bandung sehingga nantinya pengikut akun tersebut bisa dikatakan berkunjung ke Kota Bandung. Selain itu, kriteria sampel yang diinginkan adalah pengikut akun yang masih aktif dalam menggunakan Instagram.

Kemudian, peneliti menggunakan tabel Isaac dan Michael (1981) untuk menentukan jumlah sampel yang jumlah populasinya sudah diketahui. Dengan menggunakan tabel ini, peneliti mendapatkan kemudahan dimana peneliti tidak perlu lagi menghitung jumlah sampel dengan rumus yang rumit. Dalam penelitian ini, populasi yang berjumlah 574.345 dibulatkan menjadi 550.000 dan peneliti

menggunakan taraf signifikansi sebesar 10% mengingat besarnya jumlah populasi, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini berdasarkan tabel Isaac dan Michael adalah 270 atau dengan kata lain sampel penelitian ini adalah 270 pengikut akun Instagram @duniakulinerbdg.

TABEL 2
TABEL ISAAC DAN MICHAEL

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Sumber : Sugiyono, 2013

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data
 - a. Penyebaran Kuesioner

Peneliti menerapkan teknik pengumpulan data penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data primer, data yang dikumpulkan

langsung oleh peneliti. Kuesioner sendiri adalah serangkaian pernyataan yang telah disusun sebelumnya dalam bentuk tertulis dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban dari responden. (Sekaran dan Bougie, 2013). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berupa *self administered questionnaire*, kuesioner yang harus diisi oleh responden secara mandiri.

Penyebaran kuesioner ini dilakukan peneliti secara daring dalam bentuk Google Form kepada pengikut akun Instagram @duniakulinerbdg dengan memanfaatkan fitur *message* pada Instagram. Hal ini mempermudah peneliti untuk menjangkau jumlah responden yang besar dari berbagai daerah, sambil meminimalkan gangguan kepada responden karena responden dapat mengisi kuesioner sesuai dengan waktu yang mereka tentukan sendiri.

b. Studi Pustaka

Peneliti menerapkan teknik pengumpulan data studi pustaka untuk mendapatkan data sekunder, data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain dan kemudian digunakan kembali oleh peneliti, untuk mendukung penelitian. Studi pustaka dilakukan dengan mencari, membaca, dan menganalisis literatur tertulis seperti jurnal, buku, dan publikasi lainnya yang relevan dengan topik yang diteliti. Melalui teknik pengumpulan data ini, peneliti memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang topik yang diteliti, yang dapat menjadi dukungan penting dalam penelitian.

c. Dokumentasi

Peneliti juga menerapkan teknik pengumpulan data dokumentasi untuk mendapatkan data sekunder untuk mendukung penelitian. Teknik pengumpulan data dokumentasi dilakukan dengan meninjau data tertulis maupun tidak tertulis seperti berita media massa, majalah, buku harian individu, surat pribadi, peraturan hukum, iklan, cuitan Twitter, status Facebook, website, film, video di Youtube, dan lainnya (Kriyantono, 2022). Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan peneliti dengan meninjau berbagai artikel, data statistik, data dari media sosial Instagram, dan lainnya, yang mendukung penelitian.

2. Alat Kumpul Data

Kriyantono (2019) menjelaskan bahwa alat kumpul data, yang juga disebut sebagai instrumen penelitian, adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, di mana kualitas alat tersebut akan mempengaruhi kualitas data yang terkumpul.

Alat kumpul data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dalam bentuk Google Form. Kuesioner ini terdiri dari serangkaian pernyataan tertulis yang disusun oleh peneliti dengan mengacu pada matriks operasional variabel yang bersumber dari kajian teori FOMO dan minat berkunjung wisatawan yang telah disesuaikan dengan judul penelitian, serta akan diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum disebarkan. Kuesioner dalam penelitian ini merupakan

kuesioner tertutup di mana opsi jawaban telah disediakan sehingga responden hanya perlu memilih salah satu dari opsi jawaban yang tersedia. Kuesioner ini disusun menggunakan skala Likert untuk memperoleh jawaban responden dengan lima pilihan jawaban. Skala likert menurut Sugiyono (2013) merupakan skala untuk mengukur pendapat, persepsi, dan sikap seseorang tentang suatu fenomena sosial. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

TABEL 3
SKALA LIKERT

Keterangan	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Netral (N)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
Bobot Nilai	1	2	3	4	5

Sumber : Sugiyono, 2013

Opsi jawaban netral (3) digunakan untuk memberikan kesempatan kepada responden yang tidak memiliki pendapat yang kuat atau yang merasa tidak yakin dalam menanggapi pernyataan yang diajukan. Dengan begitu, responden tidak harus terpaksa memilih setuju atau tidak setuju sehingga dapat mencerminkan secara akurat pandangan responden terhadap pernyataan yang diajukan mengingat intensitas FOMO pada setiap orang berbeda-beda.

Selain kuesioner, alat kumpul data dalam penelitian ini adalah literatur tertulis (jurnal dan buku) serta dokumen-dokumen lainnya (artikel, data statistik, data dari media sosial Instagram), untuk mendukung penelitian.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah proses reduksi konsep-konsep abstrak menjadi sesuatu yang terukur secara konkret (Sekaran dan Bougie, 2013). Variabel yang diteliti didefinisikan, dan diturunkan ke dalam dimensi dan indikator hingga menjadi pernyataan yang sesuai dengan judul penelitian sehingga dapat diukur secara lebih konkret. Penelitian ini terdiri dari satu variabel independen dan satu variabel dependen.

1. Variabel Independen (Variabel X)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Fear of Missing Out* (FOMO). FOMO adalah sebuah respon emosional seseorang sebagai rasa takut kehilangan pengalaman yang dapat membantu dirinya mempertahankan atau meningkatkan diri pribadi atau sosialnya yang membuat ia merasa tertinggal jika terlewatkan, yang terdiri dari dimensi *personal* FOMO dan *social* FOMO (Zhang et al., 2020).

2. Variabel Dependen (Variabel Y)

Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah minat berkunjung wisatawan. Minat berkunjung wisatawan dapat disamakan dengan minat beli konsumen, yang merupakan minat yang timbul dalam proses pembelian yang menciptakan motivasi pada ingatan konsumen secara terus menerus yang kemudian menjadi keinginan kuat yang mendorong konsumen untuk mewujudkan apa yang ada di ingatannya tersebut ketika harus memenuhi kebutuhannya, yang terdiri dari indikator minat transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif (Ferdinand dalam Salim dan Widaningsih, 2017).

TABEL 4
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	No. Item
<i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>	<i>Personal FOMO</i>	Perasaan Cemas	Saya merasa cemas karena saya belum memiliki pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung yang dibagikan akun @duniakulinerbdg	Q1
			Saya merasa cemas karena sesuatu yang penting dan menyenangkan pasti telah terjadi ketika saya melewatkan pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung yang dibagikan akun @duniakulinerbdg	Q2
		Perasaan Tertinggal	Saya merasa tertinggal dibandingkan dengan orang lain ketika saya melewatkan pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung yang dibagikan akun @duniakulinerbdg	Q3
			Saya terus menerus memikirkan apa yang terjadi ketika saya melewatkan pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung yang dibagikan akun @duniakulinerbdg	Q4
			Saya mencoba mencari tahu mengenai pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung yang dibagikan akun @duniakulinerbdg yang saya lewatkan	Q5
		Perasaan Sedih	Saya merasa sedih melewatkan pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung yang dibagikan akun @duniakulinerbdg karena suatu kendala	Q6
	Saya merasa sedih dengan keadaan hidup saya saat ini setelah melewatkan pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung yang dibagikan akun @duniakulinerbdg		Q7	
	Perasaan Menyesal	Saya merasa menyesal melewatkan pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung yang dibagikan akun @duniakulinerbdg	Q8	
		Saya merasa pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung yang dibagikan akun @duniakulinerbdg yang saya lewatkan itu begitu penting	Q9	
	<i>Social FOMO</i>	Keinginan Diterima	Saya merasa saya diperlakukan secara berbeda oleh teman-teman saya ketika saya melewatkan pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung yang dibagikan akun @duniakulinerbdg yang dimiliki dan dinikmati oleh teman-teman saya tersebut	Q10
			Saya merasa dikucilkan oleh teman-teman saya ketika saya melewatkan pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung yang dibagikan akun @duniakulinerbdg yang dimiliki dan dinikmati oleh teman-teman saya tersebut	Q11
		Keinginan Diakui	Saya pikir teman-teman saya meremehkan saya ketika saya melewatkan pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung yang dibagikan akun @duniakulinerbdg yang dimiliki dan dinikmati oleh teman-teman saya tersebut	Q12

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	No. Item	
			Saya merasa diabaikan/dilupakan oleh teman-teman saya ketika saya melewatkan pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung yang dibagikan akun @duniakulinerbdg yang dimiliki dan dinikmati oleh teman-teman saya tersebut	Q13	
			Keinginan Berhubungan Sosial	Saya merasa asing jika bersama dengan teman-teman saya ketika saya melewatkan pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung yang dibagikan akun @duniakulinerbdg yang dimiliki dan dinikmati oleh teman-teman saya tersebut	Q14
				Saya merasa terputus dari interaksi sosial dengan teman-teman saya ketika saya melewatkan pengalaman wisata kuliner di Kota Bandung yang dibagikan akun @duniakulinerbdg yang dimiliki dan dinikmati oleh teman-teman saya tersebut	Q15
Minat Berkunjung Wisatawan		Minat Transaksional	Saya berminat berkunjung ke Kota Bandung untuk berwisata kuliner karena ingin mencicipi makanan Kota Bandung	Q16	
			Saya berminat berkunjung ke Kota Bandung untuk berwisata kuliner karena ingin menikmati suasana kuliner di Kota Bandung	Q17	
			Saya berminat berkunjung ke Kota Bandung untuk berwisata kuliner karena ingin mengabadikan momen pengalaman menarik berkuliner di Kota Bandung	Q18	
		Minat Referensial	Saya berminat berkunjung ke Kota Bandung untuk berwisata kuliner karena mendapatkan referensi dari media sosial/kerabat	Q19	
			Saya berminat merekomendasikan wisata kuliner di Kota Bandung kepada orang lain	Q20	
			Saya berminat mengajak orang lain untuk berkunjung ke Kota Bandung untuk berwisata kuliner	Q21	
		Minat Preferensial	Saya berminat berkunjung ke Kota Bandung karena menyukai makanan Kota Bandung	Q22	
			Saya berminat berkunjung ke Kota Bandung karena menyukai suasana kuliner di Kota Bandung yang menarik	Q23	
			Saya berminat berkunjung ke Kota Bandung karena menyukai pengalaman berkuliner di Kota Bandung	Q24	
		Minat Eksploratif	Saya berminat mencari tahu tentang informasi wisata kuliner di Kota Bandung	Q25	
			Saya berminat menambah informasi tentang beragam jenis wisata kuliner di Kota Bandung	Q26	

Sumber : Olahan Peneliti, 2024

F. Analisis Data

Analisis data adalah proses memilah dan mengelompokkan data, baik data dalam kategori yang sama maupun data antar kategori, sehingga dapat ditentukan tema dan dapat dilakukan uji hipotesis dengan analisis data pada penelitian kuantitatif banyak berupa penghitungan melalui uji statistik (Kriyantono, 2022). Berikut langkah-langkah analisis data pada penelitian ini:

1. Analisis Deskriptif

Salah satu analisis yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Dalam pendapat Kriyantono (2022), analisis deskriptif merupakan analisis untuk menggambarkan fenomena dari suatu variabel yang diteliti tanpa berupaya menjelaskan hubungan/pengaruh yang ada. Hasil analisis ini menjadi dasar bagi perhitungan analisis berikutnya untuk menghitung pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Dalam analisis deskriptif, penyajian data dilakukan dengan tabel serta perhitungan mean.

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh keterangan tentang *Fear of Missing Out* (FOMO) dan minat berkunjung wisatawan ke Kota Bandung untuk berwisata kuliner pada pengikut akun Instagram @duniakulinerbdg.

2. Uji Validitas

Suatu pernyataan dianggap valid jika pernyataan tersebut dapat mengukur apa yang ingin diukur dan dapat mengungkap data dari

variabel yang diteliti secara tepat. Jika dalam uji validitas, terdapat pernyataan yang tidak valid maka pernyataan tersebut tidak konsisten dengan pernyataan lain.

Untuk melakukan uji validitas dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum XY)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

X = Jumlah Nilai Variabel X

Y = Jumlah Nilai Variabel Y

n = Jumlah Sampel

Sebuah pernyataan dinyatakan valid jika r hitung > r tabel. Sebaliknya pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid jika r hitung < r tabel.

Peneliti telah melakukan uji validitas terhadap 270 sampel dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25. Nilai r tabel dengan taraf signifikansi 10% (0,1) untuk 270 sampel adalah 0,1003. Demikian, seluruh pernyataan dalam penelitian ini dapat dikatakan valid jika r hitung-nya > 0,1003. Hasil uji validitas dengan SPSS versi 25 dapat dilihat dalam tabel berikut:

TABEL 5
HASIL UJI VALIDITAS
n = 30

Variabel Fear of Missing Out (X)			
Nomor Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Q1	0,329	0,1003	VALID
Q2	0,381	0,1003	VALID
Q3	0,262	0,1003	VALID
Q4	0,477	0,1003	VALID
Q5	0,640	0,1003	VALID
Q6	0,199	0,1003	VALID
Q7	0,816	0,1003	VALID
Q8	0,250	0,1003	VALID
Q9	0,339	0,1003	VALID
Q10	0,703	0,1003	VALID
Q11	0,687	0,1003	VALID
Q12	0,550	0,1003	VALID
Q13	0,772	0,1003	VALID
Q14	0,593	0,1003	VALID
Q15	0,633	0,1003	VALID
Variabel Minat Berkunjung Wisatawan (Y)			
Nomor Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Q16	0,605	0,1003	VALID
Q17	0,579	0,1003	VALID
Q18	0,572	0,1003	VALID
Q19	0,696	0,1003	VALID
Q20	0,712	0,1003	VALID
Q21	0,643	0,1003	VALID
Q22	0,754	0,1003	VALID
Q23	0,644	0,1003	VALID
Q24	0,574	0,1003	VALID
Q25	0,602	0,1003	VALID
Q26	0,576	0,1003	VALID

Sumber : Olahan Peneliti, 2024

Hasil uji validitas yang tertera dalam tabel di atas menunjukkan seluruh pernyataan valid karena r hitung-nya $> 0,1003$.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi apakah suatu instrumen penelitian memberikan hasil jawaban yang relatif konstan apabila instrumen tersebut digunakan berkali-kali (Kriyantono, 2022).

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Rumus dari Cronbach's Alpha sebagai berikut:

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

Keterangan:

α = Koefisien Reliabilitas Tes

k = Banyaknya Butiran Item yang dikeluarkan kedalam Tes

1 = Bilangan Konstan

$\sum S_i^2$ = Jumlah Varian Skor dari Tiap-Tiap Butir Item

S^2 = Varian total

Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alphanya memiliki nilai $> 0,6$. Sebaliknya jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,6$ maka instrumen tersebut tidak reliabel untuk digunakan dalam penelitian.

Peneliti juga telah melakukan uji reliabilitas terhadap 270 sampel dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25 dan hasilnya dapat dilihat dalam tabel berikut:

TABEL 6
HASIL UJI RELIABILITAS
n = 30

Variabel	Reliabilitas
<i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)(X)	0,789
Minat Berkunjung Wisatawan (Y)	0,851

Sumber : Olahan Peneliti, 2024

Hasil uji reliabilitas yang tertera dalam tabel di atas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha kedua variabel memiliki nilai $> 0,6$ yang berarti seluruh instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Sebelum melakukan uji analisis tersebut, perlu dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu yang merupakan uji prasyarat yang bertujuan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan memenuhi asumsi yang diperlukan untuk melakukan analisis. Hal ini penting agar kesimpulan yang diperoleh dari analisis regresi linear sederhana tidak menyimpang dan dapat dipertanggungjawabkan. Uji asumsi klasik dilakukan dengan serangkaian pengujian sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual dalam penelitian ini memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual berdistribusi normal.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov Z dengan bantuan SPSS versi 25. Jika nilai signifikansi $> 10\%$ (0,1) maka nilai residual pada penelitian ini berdistribusi normal. Sedangkan jika nilai signifikansi $< 10\%$ (0,1) maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk menguji apakah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen dalam model regresi bersifat linear. Model regresi yang baik mengharuskan hubungan antara variabel independen dan dependen bersifat linear.

Uji linearitas dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25 yaitu dengan membandingkan nilai signifikansi *deviation from linearity* yang dihasilkan pada SPSS dengan nilai alpha yang digunakan. Jika nilai signifikansi $> 10\%$ (0,1) maka terdapat hubungan yang linear antara variabel independen dan dependen. Sebaliknya jika nilai signifikansi $< 10\%$ (0,1) maka tidak terdapat hubungan yang linear.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ketidaksamaan/perbedaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak terjadinya heteroskedastisitas atau dapat dikatakan harus terjadi homoskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser dengan bantuan SPSS versi 25. Jika nilai signifikansi $> 10\%$ (0,1) maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika nilai signifikansi $< 10\%$ (0,1) maka menunjukkan terjadinya heteroskedastisitas. Selain itu, apabila letak titik acak maka bisa disebut heteroskedastisitas tidak terjadi.

5. Uji Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau uji simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Uji F atau uji simultan dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25 yaitu dengan membandingkan nilai F tabel dengan nilai F hitung. Jika nilai signifikansi $< 10\%$ (0,1) dan F hitung $> F$ tabel maka variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau H_a diterima. Sebaliknya jika nilai signifikansi $> 10\%$ (0,1) dan F hitung $< F$ tabel maka variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau H_0 diterima.

b. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dependen.

Uji koefisien determinasi dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25. Nilai R^2 yang kecil menandakan bahwa pengaruh variabel independen terhadap dependen kecil. Sedangkan nilai R^2 yang mendekati 1 menandakan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen besar.

6. Analisis Regresi Linear Sederhana

Tujuan analisis regresi linear sederhana adalah untuk mengetahui bagaimana arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang bisa dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25. Regresi linear sederhana dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Nilai yang Diprediksi (Nilai Variabel Dependen)

a = Konstanta apabila Harga X=0

b = Koefisien Regresi

X = Nilai Variabel Independen

G. Jadwal Penelitian

**TABEL 7
JADWAL PENELITIAN**

No.	Kegiatan	Tahun 2024					
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Pengajuan TOR dan Pembimbing						
2	Pendaftaran Turnitin						
3	Penyusunan Usulan Penelitian						
4	Bimbingan Usulan Penelitian						
5	Pengumpulan Usulan Penelitian						
6	Seminar Usulan Penelitian						
7	Penelitian/Observasi Lapangan						
8	Penyusunan Proyek Akhir						
9	Bimbingan Proyek Akhir						
10	Pengumpulan Proyek Akhir						
11	Sidang Proyek Akhir						

Sumber: Panduan Usulan Penelitian dan Proyek Akhir, 2024