

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Menurut Sanusi (2011) desain penelitian deskriptif merupakan salah satu desain penelitian yang disusun melalui rangka untuk memberikan gambaran secara sistematis mengenai informasi ilmiah yang asalnya dari subyek atau obyek penelitian. Selain itu, saat melakukan analisis data penelitian alat analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif yang dimana analisis ini mencari persentase, mean, serta modus, yaitu tingkat frekuensi seringnya sebuah jawaban atau respon (Musfiqon, 2012). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena melalui survey yang dilakukan dapat menilai efektivitas konten Instagram sebagai media informasi di PT. City Neonindo Indah Murni.

#### **B. Objek Penelitian**

Objek penelitian menurut Surokim (2016), objek penelitian adalah suatu permasalahan yang akan diteliti. Objek penelitian adalah sifat atau keadaan dari suatu orang, benda, dan bisa juga sesuatu hal yang akan menjadi pusat perhatian dan menjadi sasaran penelitian. Pada penelitian ini, objek penelitian terfokus pada akun media sosial Instagram @cityneonindo milik PT. City Neonindo Indah Murni. Kemudian, sebagai bagian dari objek penelitian, terdapat subjek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini. Subjek penelitian merupakan

batasan penelitian yang dapat berupa benda, orang maupun hal dalam tempat data di mana variabel penelitian berada dan dipermasalahkan (Suharsimi Arikunto 1989). Dengan demikian, objek penelitian dalam penelitian ini adalah pengikut instagram @cityneonindo.

### **C. Populasi dan Sample**

#### **1. Populasi**

Populasi menurut Amin, (2023), populasi adalah keseluruhan elemen dalam penelitian meliputi objek dan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu. Dapat diambil kesimpulan bahwa, populasi mengacu pada keseluruhan dari objek yang diteliti dalam suatu penelitian, sehingga populasi merupakan sekumpulan orang yang memiliki karakteristik dan kualitas seperti yang telah ditentukan. Populasi adalah keseluruhan objek yang akan atau ingin diteliti. Populasi yang tidak pernah diketahui dengan pasti jumlahnya disebut “populasi infinitive” atau tidak terbatas, dan populasi yang jumlahnya diketahui dengan pasti disebut “populasi finitif” (tertentu/terbatas) (Syahrums & Salim, 2014). Pada penelitian ini menggunakan populasi finitif atau populasi yang dapat diketahui jumlahnya atau terbatas. Populasi yang ditentukan oleh peneliti pada penelitian ini yaitu pengikut Instagram @cityneonindo milik PT. City Neonindo Indah Murni dengan jumlah pengikut 1.141.

#### **2. Sampel**

Sampel dapat diketahui sebagai sebuah bagian dari populasi yang dapat menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, sampel adalah sebagian dari populasi yang telah dipilih dalam

mewakili seluruh populasi (Amin, Garancang, Kamaludin, 2023). Adapun sampel itu sendiri adalah bagian dari populasi, sehingga analisis data sampel yang dilakukan pada pendekatan kuantitatif akan memperoleh statistik sampel yang berguna untuk memperhitungkan parameter populasi.

Penentuan besar sampel dihitung berdasarkan rumus Krecjie dan Morgan, dengan rumus:

$$n = \frac{X^2 \cdot N \cdot P(1 - P)}{(N - 1) \cdot d^2 + X^2 \cdot P(1 - P)}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

X<sup>2</sup> : Nilai Chi kuadrat (digunakan 95% = 1,96, maka X<sup>2</sup> = 3,841)

P : Proporsi populasi (digunakan 50% = 0,5)

d : Tingkat akurasi (digunakan 5% = 0,05)

Berdasarkan hasil perhitungan rumus Krecjie dan Morgan di atas, didapatkan jumlah sampel yang perlu diambil oleh penulis pada penelitian ini adalah 285,96 dibulatkan menjadi 290 sampel dari 1141 populasi yang merupakan pengikut akun Instagram @cityneonindo.

Penelitian ini menerapkan teknik sampling probability, sebagaimana menurut Sugiyono (2015) Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi

untuk dipilih menjadi anggota sampel. Peneliti kemudian menggunakan metode yang tercakup dalam probability sampling, yakni metode simple random sampling, yang berarti anggota sampel diambil dari populasi penelitian ini dilakukan secara acak dan tidak melihat kriteria tertentu yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2015).

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Teknik Pengumpulan Data**

###### **a. Data Sekunder**

Menurut Hikmawati, (2020) data sekunder merupakan jenis data yang tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti tetapi diakses melalui sumber lain, seperti buku teks, jurnal ilmiah, artikel akademik, situs web terpercaya, atau melalui interaksi dengan orang lain yang memiliki pengetahuan atau pengalaman terkait dengan topik penelitian, sehingga dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat untuk mendukung atau melengkapi data primer yang dikumpulkan oleh peneliti.

###### **1) Wawancara**

Menurut Esterberg dikutip dari Sugiyono (2015), bahwasanya wawancara merupakan sebuah pertemuan antara dua orang untuk bisa bertukar informasi maupun ide dengan melakukan tanya jawab, dengan tujuan agar dapat diketahui makna dalam topik yang telah ditentukan. Selanjutnya teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur yang dimana dalam

melaksanakannya secara lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur.

Dalam melakukan wawancara, peneliti akan melakukannya dengan mendengarkan informan secara teliti dan mencatat apa yang akan dikemukakan (Sugiyono, 2015). Peneliti akan berkomunikasi langsung dengan sumber data untuk mendapatkan informasi mengenai masalah yang secara langsung berkaitan dengan penelitian. Adapun Wawancara ini akan dilakukan kepada *Social Media Handling* dan *marketing* di PT. City Neonindo Indah Murni. Adapun data pendukung ini diambil untuk mengetahui tanggapan dari sisi perusahaan mengenai permasalahan yang ada.

## 2) Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan menurut Nazir (2013) adalah metode pengumpulan data dengan mengkaji berbagai literatur, buku, laporan, maupun catatan yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang sedang diteliti. Studi kepustakaan digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh pendapat dan dasar secara tertulis, yang diperoleh melalui pengkajian dan pembelajaran pada berbagai literatur yang berkesinambungan dengan masalah dalam penelitian.

### **b. Data Primer**

Data yang bersumber oleh sumber pertama disebut data primer. Bentuknya dapat berupa hasil wawancara langsung dengan peserta atau hasil pengisian kuesioner oleh peserta sendiri (Sugiyono, 2015). Dalam wawancara langsung, peneliti dapat mengajukan pertanyaan secara tatap

muka kepada responden untuk menggali informasi yang mendalam. Sementara itu, kuesioner memungkinkan peneliti mengumpulkan data dalam jumlah besar dengan memberikan beragam pertanyaan dalam bentuk tertulis.

Keunggulan utama dari data primer adalah kemampuannya untuk memberikan informasi yang akurat dan relevan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Data ini dapat disesuaikan secara spesifik untuk menjawab pertanyaan penelitian yang belum tentu terjawab oleh data sekunder. Oleh karena itu, peneliti harus merencanakan proses pengumpulan data primer dengan cermat, termasuk menentukan metode yang paling sesuai, memilih sampel yang representatif, dan memastikan validitas serta reliabilitas data yang dikumpulkan.

#### 1) Penyebaran Kuesioner/Angket

Kuesioner adalah instrumen penelitian yang terdiri dari pertanyaan atau pernyataan untuk responden isi, bertujuan untuk mengumpulkan data penelitian (Sugiyono, 2015). Peneliti membagikan kuesioner kepada sampel yang telah merupakan pengikut instagram @cityneonindo dengan menggunakan Google Form sebagai media untuk mengumpulkan jawaban responden dari pertanyaan kuesioner mengenai efektivitas konten Instagram sebagai media informasi di PT. City Neonindo Indah Murni.

## 2. Alat Pengumpulan Data

### a. Literatur

Dalam penelitian ini, peneliti turut mengumpulkan dan menggunakan data serta teori-teori terdahulu melalui sumber kepustakaan seperti jurnal, buku, penelitian terdahulu hingga data dari perusahaan yang peneliti teliti, maupun referensi lainnya yang berkaitan dengan judul penulis.

### b. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara merupakan tulisan yang berisikan daftar sebagai acuan dalam mengumpulkan informasi (Alhamid & Anufia, 2019). Pedoman wawancara ini digunakan penulis sebagai acuan dalam melakukan kegiatan wawancara kepada *social media handling* dan *marketing* PT. City Neonindo Indah Murni.

### c. Kuesioner/Angket

Kuesioner adalah sarana pengumpulan data yang berwujud pernyataan atau pertanyaan yang ditujukan untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini, kuesioner merupakan data primer yang diperoleh dan diolah oleh peneliti, yang mana kuesioner dibuat dan disebar menggunakan platform Google Form.

Adapun dalam kuesioner penelitian ini, perhitungan serta analisa data menggunakan skala likert. Skala likert menjadi salah satu cara pengukuran persepsi, sikap, maupun pendapat sekelompok orang atau seseorang mengenai permasalahan atau kemampuan suatu objek,

metode membentuk produk, rangka produk serta produk yang telah dijelaskan atau digambarkan (Sugiyono, 2015). Berikut merupakan skala likert yang digunakan dalam penelitian ini.

Adapun dalam kuesioner penelitian ini, perhitungan serta analisa data menggunakan skala likert. Skala likert menjadi salah satu cara pengukuran persepsi, sikap, maupun pendapat seseorang atau sekelompok orang mengenai kemampuan atau permasalahan suatu objek, metode membentuk produk, rangka produk serta produk yang telah dijelaskan atau digambarkan (Sugiyono, 2015). Berikut merupakan tabel yang berisi skala likert yang akan digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

**TABEL 2**  
**SKALA LIKERT**

SKALA LIKERT	
SANGAT SETUJU	5
SETUJU	4
CUKUP SETUJU	3
TIDAK SETUJU	2
SANGAT TIDAK SETUJU	1

*Sumber: Sugiyono, 2015*

#### **E. Operasional Variabel**

Operasional variabel pada penelitian ini mengacu pada sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2015) yaitu suatu atribut, sifat, atau nilai dari kegiatan atau objek yang memiliki suatu variasi dan telah ditentukan peneliti untuk diteliti serta selanjutnya diambil kesimpulan. Pendefinisian variabel yang

digunakan dalam penelitian perlu dirumuskan secara spesifik agar mencegah terjadinya kekeliruan pada pengumpulan data. Pada penelitian ini telah dirumuskan definisi operasional variabel berdasar pada teori MRACE yang dimana di dalamnya terdapat *Measure* yang akan mengukur setiap dimensi yang ada, sebagai berikut:

### **1. *Reach***

Dimensi ini digunakan untuk melihat sejauhmana kesadaran dan visibilitas merek, produk, dan layanan perusahaan dibangun melalui konten-konten pada media sosial kepada para pengunjung atau calon konsumen. Hal ini melibatkan bagaimana jangkauan dari waktu ke waktu dalam menciptakan banyak interaksi menggunakan berbagai titik kontak media, dimiliki, dan diperoleh. Hal tersebut sebagaimana media sosial merupakan suatu wadah bagi perusahaan untuk menyebarkan informasi perusahaan, produk, dan layanan kepada publik.

### **2. *Act***

Pada dimensi ini, akan dilihat bagaimana perusahaan membujuk pengunjung situs untuk dapat mengambil langkah selanjutnya, Tindakan dimulai ketika pengunjung pertama kali membuka situs (kehadiran pada media sosial), bagaimana pengunjung maupun pengikut dapat berinteraksi pada akun instagram setelah melihat konten yang disajikan, hingga mencari tahu lebih banyak tentang perusahaan atau produknya dari berbagai sumber.

### 3. *Convert*

Dimensi ini melibatkan pengunjung situs apakah dapat dikonversikan menjadi pengunjung mulai aktif dan memahami mengenai ruang lingkup, produk dan layanan perusahaan melalui beragam konten yang disajikan, sehingga mengambil langkah penting berikutnya yang mengubah pengikut biasa menjadi pelanggan yang membayar maupun dapat membantu dalam pemasaran perusahaan untuk melakukan promosi atau merekomendasikan perusahaan kepada ranah yang lebih luas.

### 4. *Engage*

Dalam dimensi ini ditujukan untuk keterlibatan dan komunikasi dengan pelanggan bisa terus dijaga, yaitu mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pengunjung baru untuk membangun loyalitas dengan menggunakan komunikasi yang baik melalui konten-konten di media sosial.

**TABEL 3**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL KUESIONER**

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen	Ket
MRACE (Suomen Digimarkkinoint Company, 2023)	Efektivitas konten Instagram	Reach	Pesan dilihat oleh pengunjung	Kuisisioner	Q1
			Perhatian pengunjung	Kuisisioner	Q2

**TABEL 3**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL KUESIONER**  
**(LANJUTAN)**

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen	Ket
			Kesadaran pengunjung	Kuisisioner	Q3
			Kejelasan Informasi	Kuisisioner	Q4
		Act	menyukai informasi	Kuisisioner	Q5
			Kemudahan dalam mengakses informasi produk	Kuisisioner	Q6
			Mencari ulasan lebih lanjut mengenai perusahaan	Kuisisioner	Q7
			komunikasi baik dengan pengunjung	Kuisisioner	Q8
		Convert	Mengetahui produk dan layanan perusahaan	Kuisisioner	Q9
			Membandingkan perusahaan dengan pesaingnya	Kuisisioner	Q10
			Membantu pemasaran dan penjualan	Kuisisioner	Q11
			Penggambaran kualitas produk dan layanan.	Kuisisioner	Q12
		Engage	Sesuai dengan kebutuhan target pengunjung	Kuisisioner	Q13
			Upaya memahami pengunjung	Kuisisioner	Q14

**TABEL 3**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL KUESIONER**  
**(LANJUTAN)**

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen	Ket
			Berkunjung ke sosial media	Kuisisioner	Q15
			Desain Menarik	Kuisisioner	Q16

*Sumber: Olahan Data Penulis, 2024*

**TABEL 4**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL WAWANCARA**

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Instrumen Penelitian
MRACE (Suomen Digimarkkinoint Company, 2023)	<i>reach</i>	Kejelasan Informasi	Menurut anda, Apakah konten- konten dalam memberikan informasi yang sudah diunggah, sudah sangat mudah untuk diingat dan dimengerti?	Wawancara
		Kesadaran pengunjung	Menurut anda, bagaimana peran konten-konten Instagram yang sudah diunggah. Apakah dapat membantu tim marketing dalam menjangkau masyarakat yang lebih luas untuk dapat memperkenalkan perusahaan?	Wawancara
	<i>act</i>	Menyukai informasi	Apakah interaksi pengikut Instagram @cityneonindo sesuai dengan apa yang diharapkan?	Wawancara

**TABEL 4**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL WAWANCARA**  
**(LANJUTAN)**

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Instrumen Penelitian
		Komunikasi baik dengan pengunjung	Bagaimana strategi dalam menghadapi komunikasi secara langsung oleh pengunjung instagram melalui direct message atau kolom komentar?	Wawancara
	<i>convert</i>	Membandingkan perusahaan dengan pesaingnya	Menurut pendapat anda, konten-konten yang diunggah sudah sangat informatif dengan perkembangan zaman dan tidak kalah dengan Instagram perusahaan pesaing?	Wawancara
		Membantu pemasaran dan penjualan	Konten-konten yang diunggah, apakah sudah dapat menunjang kegiatan bisnis perusahaan	Wawancara
		Penggambaran kualitas produk dan layanan.	Apakah kualitas produk dan layanan yang ditampilkan dalam konten-konten yang diunggah dapat membantu dalam membangun citra perusahaan?	Wawancara

**TABEL 4**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL WAWANCARA**  
**(LANJUTAN)**

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Instrumen Penelitian
	<i>engage</i>	Berkunjung ke media sosial	Adakah tantangan tersendiri dalam mempertahankan keterlibatan pengikut dalam setiap konten Instagram @cityneonindo dan bagaimana cara mengatasinya?	Wawancara
		Upaya memahami pengunjung	Apakah konten-konten yang diunggah sesuai dengan apa yang diinginkan pengunjung media sosial intagram @cityneonindo?	Wawancara
		Desain Menarik	Apakah desain dari konten yang diunggah sudah sangat menarik bagi pengikut Instagram @cityneonindo?	Wawancara

*Sumber:Olahan Data Penulis, 2024*

## **F. Analisis Data**

### 1. Teknik Analisa Data

Teknik analisis statistik deskriptif digunakan dalam penelitian sebagai bagian dari pendekatan kuantitatif. Pengertian dari teknik analisis statistik deskriptif adalah sebagai teknik analisis yang dapat memberikan gambaran umum mengenai karakteristik setiap variabel penelitian, yang mana diketahui melalui nilai rata-rata (mean), minimum dan maksimum. Sugiyono (2018) mengemukakan bahwasannya analisis deskriptif dipergunakan dengan tujuan untuk melakukan analisis data dengan

menggambarkan atau menguraikan data yang telah didapatkan atau terkumpul sebagaimana adanya, serta tanpa menetapkan kesimpulan yang bersifat mengeneralisir.

## 2. Alat Analisis Data

Data yang didapatkan pada penelitian ini akan diolah secara mandiri menggunakan Microsoft Excel dan software Statistical Product and Service Solutions (SPSS) untuk pengolahan data secara komputerisasi.

Teknik penyematan skor untuk kuesioner penelitian ini menggunakan teknik skala Likert. Adapun penggunaan skala Likert mengacu pada konsep oleh Sugiyono (2015), yang mana skala Likert merupakan skala yang dapat digunakan untuk mengukur pendapat, sikap maupun persepsi sekelompok individu atau seorang individu terkait suatu fenomena sosial. Dalam penelitian kali ini, dilakukan perhitungan nilai kumulatif yang didapatkan dari penjumlahan nilai jawaban dari 290 responden pada setiap pernyataan. Selanjutnya, nilai kumulatif tersebut akan dikalikan dengan bobot nilai pada skala likert yang tersedia dalam tabel.

**TABEL 5**  
**SKOR SKALA LIKERT**

Kriteria Jawaban	Simbol	Bobot Skor
SANGAT SETUJU	SS	5
SETUJU	ST	4
CUKUP SETUJU	CS	3
TIDAK SETUJU	TS	2
SANGAT TIDAK SETUJU	STS	1

*Sumber: Olahan Data Penulis, 2024*

Secara umum, skor dari setiap dimensi mampu dipahami posisinya berdasarkan jumlah yang diperoleh dalam rekapitulasi suatu data. Kemudian berdasarkan jumlah yang telah diperoleh, dapat dibandingkan dengan skor standar yang diperoleh dari pengumpulan skor ideal dan skor terendah. Adapun, melalui skor standar dapat menghasilkan garis kontinum yang mampu memperlihatkan nilai ideal dari tiap-tiap variabel penelitian (Sugiyono, 2015). Dalam mengetahui skor daerah kontinum, pada penelitian ini penulis menggunakan rumus Sudjana sebagai berikut:

- a. Mengetahui angka skor tertinggi dengan rumus:

$$\text{Skor ideal} = \text{Skor tertinggi} \times \text{nilai setiap bobot} \times \text{total responden}$$

- b. Mengetahui angka skor minimum dengan rumus:

$$\text{Skor minimum} = \text{skor terkecil} \times \text{nilai setiap item} \times \text{total responden}$$

- c. Mengetahui jarak interval:

$$(\text{Jarak interval kelas} = \text{skor ideal} - \text{skor minimum})/5$$

- d. Persentase skor = ( total skor : skor ideal ) x 100%

$$\text{Rentang Skala} = \text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum Kelas Interval}$$

Pada penelitian ini, dilakukan pengklasifikasian yang bersumber pada data yang telah terkumpul dari garis kontinum, dengan selanjutnya rentang tersebut digunakan agar dapat mengetahui jarak rentang setiap kelas interval dan dapat mengetahui letak interval hasil jawaban dari responden penelitian. Adapun untuk dapat mengetahui skor daerah kontinum, pada penelitian ini penulis menggunakan rumus Sudjana sebagai berikut:

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

*Sumber: Pancaningrum, E., & Sari, D. K. (2019)*

Dimana:

RS = Rentang Skala

n = Nilai terendah dalam kuesioner

m = Nilai tertinggi dalam kuesioner

b = banyaknya pilihan jawaban dalam kuesioner

## **G. Validitas dan Reliailitas**

### **1. Validitas**

Validitas adalah suatu ketepatan dan kecermatan alat atau instrumen penelitian dalam mengukur apa yang ingin diukur dalam penelitian. (Budiastuti, 2022). Instrumen yang dikatakan valid dapat menunjukkan bahwa alat ukur tersebut tepat sasaran dalam mengukur variabel yang perlu diukur dalam penelitian tersebut. Dalam melakukan uji validitas, turut digunakan metode korelasi bivariat Pearson. Korelasi bivariat Pearson

digunakan dalam penelitian ini untuk menguji validitas dengan cara membandingkan antara nilai  $r$  hitung pada setiap pernyataan atau pertanyaan dengan nilai  $r$  tabel. Suatu pernyataan dapat dinyatakan kuat dan meyakinkan apabila nilai  $r$  hitung memiliki hasil lebih besar dari nilai  $r$  tabel serta memiliki hasil nilai positif (Sugiyono, 2015). Software SPSS Statistics Version 25.0 digunakan peneliti untuk membantu dalam melakukan uji validitas pada penelitian ini. Selanjutnya teknik analisis yang akan dipergunakan dalam melakukan penelitian adalah *korelasi product moment*.

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

Dimana:

$r$  = Koefisien korelasi antara X dan Y

X = Jumlah sampel X

Y = Jumlah sampel Y

N = Jumlah responden

Pada konsepnya, suatu instrumen penelitian dikatakan valid jika nilai dari  $r$  hitung memiliki hasil yang lebih besar dari nilai  $r$  tabel. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan aplikasi SPSS untuk melakukan uji validitas. Berikut merupakan data hasil yang didapatkan dari uji validitas dengan 30 responden dengan jumlah  $r$  tabel didapat yaitu 0,361.

**TABEL 6**  
**UJI VALIDITAS**

--	--	--	--	--

No Butir Kuesioner	R tabel	R hitung	Sig.	Keterangan
1	0,361	0,685	0,000	VALID
2	0,361	0,738	0,000	VALID
3	0,361	0,812	0,000	VALID
4	0,361	0,799	0,000	VALID
5	0,361	0,572	0,001	VALID
6	0,361	0,777	0,000	VALID
7	0,361	0,841	0,000	VALID
8	0,361	0,811	0,000	VALID
9	0,361	0,819	0,000	VALID
10	0,361	0,691	0,000	VALID
11	0,361	0,713	0,000	VALID
12	0,361	0,829	0,000	VALID
13	0,361	0,828	0,000	VALID
14	0,361	0,691	0,000	VALID
15	0,361	0,550	0,002	VALID
16	0,361	0,813	0,000	VALID

*Sumber: Olahan Data Penulis, 2024*

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan sesuatu hal yang dapat dipercaya atau suatu keadaan bisa dipercaya, Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi seberapa konsisten angket yang akan dipakai pada penelitian ini. Dengan demikian, angket yang telah dirancang sebelumnya dapat diandalkan dalam melakukan pengukuran variabel penelitian, bahkan ketika angket dan

kuesioner yang sama digunakan berulang kali (Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. 2021). Pengukuran reliabilitas pada penelitian akan menggunakan instrumen dengan rumus Alpha Cronbach.

$$r_{11} = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n S_i^2}{S_t^2}$$

Dimana:

$r_{11}$  = koefisien reliabilitas

$n$  = jumlah butir dari pertanyaan

$S_i^2$  = Varians bobot nilai soal ke – i

$S_t^2$  = Varians total bobot nilai

Software IBM SPSS Statistics versi 26.0 dimanfaatkan dalam penelitian ini untuk melakukan uji reliabilitas. Suatu pernyataan instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel apabila hasil nilai Cronbach's Alpha menghasilkan angka di atas 0,6 (Muslihah, 2018). Berdasarkan uji reliabilitas yang telah dilakukan untuk penelitian ini, didapatkan hasil sebagai berikut:

**TABEL 7**  
**RELIABILITAS**

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Reability</b>	<b>Keterangan</b>
0,60	0,945	Reliabel

*Sumber: Olahan Data Penulis, 2024*

#### H. Jadwal Penelitian

**TABEL 8**  
**JADWAL PENELITIAN**

No	Perencanaan Kegiatan	2024						
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug
1	Pembuatan <i>Term of Reference</i>							
2	Pengumpulan TOR dan Pengajuan Dosen Pembimbing							
3	Pembagian Dosen Pembimbing							
4	Penyusunan Usulan Penelitian							
5	Sidang Usulan Penelitian							
6	Survey dan Pengumpulan Data							
7	Penyusunan Proyek Akhir							
8	Sidang Proyek Akhir							

*Sumber: Olahan Data Penulis, 2024*