

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap keputusan pembelian tiket bus wisata *Open Top Tour of Jakarta* melalui data numerik yang dapat dianalisis secara statistik.

Menurut McMillan (2020) metode penelitian merupakan prosedur ilmiah untuk merumuskan masalah, menyusun hipotesis, serta mengumpulkan dan menganalisis data guna memperoleh kesimpulan yang objektif. Neuman (2020) menyatakan bahwa metode kuantitatif menggunakan instrumen terstandar untuk mengumpulkan data yang dapat diolah secara statistik guna menguji hubungan antar variabel.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, dengan tujuan menggambarkan karakteristik data secara sistematis melalui ukuran seperti rata-rata, persentase, dan distribusi frekuensi. Selain itu, digunakan teknik regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh variabel *FoMO* terhadap keputusan pembelian secara langsung. Analisis ini memungkinkan penulis mengidentifikasi hubungan sebab-akibat antara variabel bebas dan variabel terikat berdasarkan data yang dikumpulkan dari responden.

B. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini yaitu *Open Top Tour of Jakarta* yang berada di bawah pengelolaan PT Transportasi Jakarta. *Open Top Tour of Jakarta* dipilih karena fenomena pembeliannya mencerminkan kecenderungan perilaku konsumen wisata perkotaan yang berkaitan dengan pengalaman sosial digital dan sensasi eksklusif, termasuk aspek *Fear of Missing Out (FoMO)*.

1. Profil Perusahaan

PT Transportasi Jakarta merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang bergerak di bidang transportasi publik. Salah satu inovasi terbarunya adalah peluncuran layanan *Open Top Tour of Jakarta*, yang bertujuan untuk menyediakan alternatif wisata dalam kota bagi warga maupun wisatawan.

2. Produk

Produk utama berupa layanan bus tingkat atap terbuka yang melayani rute-rute strategis di Jakarta. Pengalaman wisata yang ditawarkan melibatkan sensasi keliling kota dengan sudut pandang berbeda, disertai narasi sejarah dan budaya.

3. Visi dan Misi

Visi dan misi dari *Open Top Tour of Jakarta* yaitu berkomitmen untuk menjadi penyedia layanan transportasi yang inovatif, aman, serta berkontribusi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, layanan ini dirancang agar memberikan pengalaman wisata perkotaan yang nyaman dan edukatif. Selain itu,

sistem transportasi yang ditawarkan menggabungkan konsep perjalanan dan pariwisata dalam satu layanan terpadu. Dengan rute yang melewati berbagai lokasi ikonik, layanan ini juga berperan dalam mempromosikan daya tarik kota Jakarta kepada wisatawan.

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan elemen yang menjadi objek penelitian dan memiliki karakteristik serupa, baik berupa individu, kejadian, maupun benda tertentu (Handayani, 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah dan sedang menggunakan layanan *Bus Wisata Open Top Tour of Jakarta*. Karena jumlah pengguna layanan ini tidak tersedia secara pasti dan terus berubah setiap waktu, maka populasi dalam penelitian ini dikategorikan sebagai populasi tak terbatas (*infinite population*).

2. Sampel

Menurut Salkind (2020) sampel adalah kelompok individu yang mewakili populasi yang lebih besar yang menjadi fokus penelitian. Sampel diperlukan untuk memperoleh data yang representatif dari populasi yang tidak dapat dijangkau secara keseluruhan, terutama dalam kondisi populasi yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya.

Dalam penelitian ini, populasi dikategorikan sebagai populasi tak terbatas (*infinite population*) karena jumlah pengguna layanan Bus Wisata *Open Top Tour of Jakarta* tidak tersedia secara pasti dan terus berubah setiap waktu. Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel dalam

penelitian ini menggunakan rumus Sugiyono (2019) yang dirancang untuk menghitung ukuran sampel dari populasi besar atau tidak diketahui. Menurut Sugiyono (2019) rumus penentuan sampel berbasis distribusi normal digunakan untuk menghasilkan jumlah sampel yang proporsional, efisien, dan dapat mewakili populasi secara menyeluruh. Rumus tersebut adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{e^2}$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- Z = Nilai Z berdasarkan tingkat kepercayaan (1,96 untuk tingkat kepercayaan 95%)
- p = Proporsi populasi yang diasumsikan (biasanya 0,5 jika belum diketahui secara pasti)
- e = Margin of *error* (batas toleransi kesalahan = 10% atau 0,1)

Jumlah responden yang dibutuhkan dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{(0,1)^2} \\ &= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \\ &= \frac{0,9604}{0,01} \\ &= 96,04 \\ &= 100 \end{aligned}$$

Dengan demikian, jumlah sampel minimum yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Penggunaan rumus ini didukung pula oleh pendapat Cochran (1977) yang menyatakan bahwa untuk populasi yang tidak diketahui atau sangat besar, pendekatan distribusi normal dengan nilai $p = 0,5$ merupakan pendekatan yang konservatif dan efektif untuk memperoleh sampel yang valid. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Kuncoro (2013) yang menyebutkan bahwa dalam penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel, keakuratan penentuan sampel menjadi kunci untuk memperoleh hasil yang valid secara statistik.

Selanjutnya, dalam pengambilan sampel, digunakan teknik *random sampling*, yaitu salah satu metode dalam *probability sampling* yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menurut Creswell (2014), teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang tidak bias dan representatif, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan lebih baik.

D. Metode Pengumpulan Data

Pendekatan yang diterapkan dalam memperoleh data pada penelitian ini meliputi metode berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner digunakan sebagai alat utama untuk memperoleh data primer dari responden. Menurut Check dan Schutt (2021), kuesioner merupakan instrumen terstruktur yang memungkinkan peneliti

mengumpulkan informasi dari sejumlah besar individu dalam waktu yang relatif singkat. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarakan kepada wisatawan yang pernah dan sedang menggunakan layanan Bus Wisata *Open Top Tour of Jakarta*, untuk mengukur persepsi mereka terhadap fenomena *FoMO* dan keputusan pembelian.

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan jumlah melebihi batas minimum sampel yang telah ditentukan, yaitu lebih dari 100 responden. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan akurasi, reliabilitas, dan generalisasi hasil penelitian. Menurut Hair et al. (2010), semakin besar jumlah responden yang diperoleh, maka estimasi statistik yang dihasilkan akan semakin stabil dan dapat dipercaya. Hal ini juga memperkecil *margin of error* dan meningkatkan validitas inferensial dari analisis data.

Sejalan dengan itu, Sugiyono (2019) menegaskan bahwa jumlah sampel minimum merupakan batas dasar yang dibutuhkan agar data dapat dianalisis secara statistik. Namun, apabila peneliti mampu memperoleh jumlah data lebih banyak dari ketentuan minimum, maka hasil analisis akan memiliki daya representasi dan kekuatan inferensi yang lebih tinggi, karena variasi data yang lebih luas dan distribusi yang lebih merata.

Selain itu, menurut Neuman (2020), jumlah responden yang besar membantu mengurangi risiko kesalahan akibat data ekstrem atau bias individu, serta memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis yang lebih kompleks dan komprehensif. Oleh karena itu, dalam

penelitian ini, jumlah penyebaran kuesioner yang melebihi jumlah minimum merupakan bagian dari upaya untuk memperkuat keandalan dan ketepatan temuan penelitian.

Untuk menghindari respons netral, skala Likert empat poin digunakan, sebagaimana disarankan oleh Revilla et al. (2014), yang menyebutkan bahwa skala dengan jumlah kategori genap lebih efektif dalam mendorong responden untuk mengambil sikap secara jelas terhadap pernyataan yang diberikan.

TABEL 2
SKALA LIKERT

Pilihan Jawaban	Singkatan	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Setuju	S	3
Sangat Setuju	SS	4

Keterangan dan Skala Pengukuran:

- a. STS: Sangat Tidak Setuju (1)
- b. TS: Tidak Setuju (2)
- c. S: Setuju (3)
- d. SS: Sangat Setuju (4)

2. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder dari sumber resmi, seperti laporan kegiatan, rekaman jumlah pengunjung,

dan informasi dari pihak penyelenggara. Dokumentasi adalah teknik penting dalam mendukung validitas data dengan sumber tertulis (Ary et al., 2018).

3. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data tambahan yang bersifat pendukung dari narasumber terpilih. Menurut Johnson dan Christensen (2019) wawancara memungkinkan penulis memperoleh informasi secara mendalam mengenai latar belakang data yang tidak terungkap melalui kuesioner.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penjabaran variabel ke dalam indikator yang dapat diamati dan diukur, guna mempermudah pengumpulan data serta menghindari perbedaan makna. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan kejelasan dan batasan yang tepat terhadap variabel yang diteliti (Nurdin et al., 2019).

Pada penelitian ini terdapat 2 variabel yaitu *FoMO* dan Keputusan Pembelian.

1. *Fear of Missing Out* (Variabel X)

Fear of Missing Out (FoMO) adalah kondisi psikologis yang menggambarkan rasa khawatir atau takut tertinggal dari pengalaman menyenangkan yang sedang dialami oleh orang lain. Perasaan ini dapat mendorong individu untuk lebih aktif dalam mencari informasi dan

terlibat dalam aktivitas yang dianggap penting atau populer (Abel et al., 2016).

FoMO dalam penelitian ini diukur melalui lima indikator yang dikembangkan oleh Abel et al. (2016), yaitu:

- a. Ketakutan akan kehilangan pengalaman: Individu merasa takut melewatkan aktivitas atau momen yang menyenangkan dan berharga bagi orang lain.
- b. Kekhawatiran tidak dapat menikmati momen yang sama: Timbulnya rasa cemas saat menyadari bahwa orang lain sedang menikmati suatu momen yang ia tidak bisa alami.
- c. Perasaan jengkel jika ketinggalan suatu pengalaman: Munculnya rasa frustrasi, iri, atau menyesal ketika tidak bisa ikut serta dalam sebuah pengalaman sosial atau hiburan.
- d. Perasaan kekurangan akibat tidak mengikuti tren: Merasa tertinggal atau tidak terlibat dalam hal-hal yang dianggap penting oleh lingkungan sosial, terutama yang terlihat di media sosial.
- e. Harga diri yang terkait dengan pengakuan sosial: Keinginan untuk terus terlibat dalam berbagai aktivitas demi mempertahankan citra diri dan mendapatkan pengakuan dari orang lain.

2. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

Keputusan pembelian merupakan proses pertimbangan yang dilalui konsumen dalam menentukan apakah akan membeli suatu produk atau tidak, dalam konteks ini yaitu tiket bus wisata *Open Top Tour of Jakarta* (Kotler & Armstrong, 2012 dalam Zusrony, 2021).

Menurut Kotler (2012) dalam Zusrony (2021), keputusan pembelian terdiri dari lima tahap utama:

- a. Pengenalan kebutuhan: Proses saat konsumen menyadari adanya kebutuhan atau keinginan yang belum terpenuhi.
- b. Pencarian informasi: Upaya konsumen untuk memperoleh informasi lebih lanjut mengenai produk atau layanan yang menarik minatnya.
- c. Evaluasi alternatif: Perbandingan antara berbagai pilihan produk berdasarkan informasi yang diperoleh sebelumnya.
- d. Keputusan membeli: Tahapan akhir ketika konsumen memutuskan untuk membeli produk tertentu yang paling sesuai dengan kebutuhannya.
- e. Tingkah laku pasca pembelian: Reaksi atau penilaian konsumen setelah membeli dan menggunakan produk, yang dapat berupa kepuasan atau kekecewaan.

TABEL 3
MATRIK OPERASIONAL VARIABEL (MOV)

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item
Perilaku <i>FOMO</i> Menurut Abel et al. (2016)	Ketakutan	Merasa cemas	1
		Takut teman membicarakan jika tidak membeli dan mencoba	2
	Kekhawatiran	Khawatir melihat orang lain membeli	3
		Khawatir melewatkan pengalaman unik	4
		Gelisah jika tidak ikut serta dalam kegiatan <i>offline</i> atau <i>online</i>	5

TABEL 3
MATRIK OPERASIONAL VARIABEL (MOV) (LANJUTAN)

	Perasaan Jengkel	Jengkel saat melihat orang lain mengunggah momen	6
		Merasa tidak suka jika orang lain lebih dulu membeli dan mencoba	7
	Perasaan Gagal/Kekurangan	Merasa kurang diterima dalam lingkungan sosial karena belum mencoba	8
		Merasa kehidupan kurang menarik jika belum mencoba	9
	Harga Diri	Merasa lebih percaya diri setelah membeli tiket dan mencoba	10
		Merasa lebih dihargai dalam pergaulan setelah membagikan pengalaman	11
Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Menurut Kotler (2012) dalam Zusrony (2021)	Pengenalan kebutuhan/masalah	Menyadari kebutuhan untuk membeli setelah melihat ulasan atau unggahan orang lain.	12
		Membeli atas dasar keinginan diri sendiri	13
	Pencarian informasi	Mencari informasi sebelum membeli	14
		Rekomendasi wisata berasal dari teman, kerabat, atau rekan kerja	15
	Evaluasi alternatif	Membandingkan dengan wisata lain	16
		Memilih wisata tersebut karena ingin mengikuti tren	17
	Keputusan membeli	Unique experience	18
		Keputusan berkunjung bukan hanya karena tren tetapi karena daya tarik wisata itu sendiri	19
	Perilaku pasca pembelian	Merasa puas	20

		Bersedia merekomendasikan	21
		Berencana untuk kembali berwisata	22

Sumber: Data olahan penulis, 2025.

F. Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif Kuantitatif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden, termasuk persepsi mereka terhadap fenomena *FoMO* dan kaitannya dengan keputusan pembelian. Data yang diperoleh dari kuesioner akan dianalisis dengan menghitung distribusi persentase dari setiap pilihan responden. Rumus yang digunakan dalam perhitungan distribusi persentase adalah sebagai berikut:

$$DP = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

DP = Distribusi Persentase

n = Jumlah responden yang memilih satu kategori

N = Jumlah total responden

100% = Konstanta

Selanjutnya, untuk mempermudah interpretasi data yang diperoleh dari skala *Likert* 1-4 terkait dengan penilaian responden terhadap *FoMO*, digunakan rumus garis kontinum. Hal ini bertujuan untuk mengetahui tingkat intensitas pengaruh *FoMO* terhadap keputusan pembelian tiket wisata. Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{Rentang} = \frac{\text{skor Tertinggi} - \text{skor Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}} = \frac{4-1}{4} = 0,75$$

Klasifikasi kategori penilaian menggunakan skala *Likert* adalah sebagai berikut:

- 1,00 – 1,75 = Sangat Rendah
- 1,76 – 2,50 = Rendah
- 2,51 – 3,25 = Tinggi
- 3,26 – 4,00 = Sangat Tinggi

Menurut Prasetyo dan Jannah (2020) menjelaskan bahwa klasifikasi ini memungkinkan penulis untuk menilai kecenderungan responden terhadap pernyataan kuesioner secara sistematis, sehingga dapat mengidentifikasi sejauh mana *FoMO* mempengaruhi keputusan pembelian tiket bus wisata di *Open Top Tour of Jakarta*.

2. Teknik Analisis Regresi Linier Sederhana

Setelah memperoleh gambaran deskriptif mengenai pengaruh *FOMO* terhadap keputusan pembelian, analisis regresi linier sederhana akan dilakukan untuk menguji hubungan antara variabel independen (*FOMO*) dan variabel dependen (keputusan pembelian). Model regresi linier sederhana yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian (variabel dependen)

X = Tingkat *FOMO* (variabel independen)

β_0 = Konstanta (intersep)

β_1 = Koefisien regresi

ε = Galat atau *error* (residual)

Model ini akan digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh *FoMO* terhadap keputusan pembelian tiket bus wisata. Jika koefisien β_1 bernilai signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa *FoMO* berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian tiket di *Open Top Tour of Jakarta*.

3. Uji Validitas

Menurut Slamet dan Wahyuningsih (2022) uji validitas bertujuan menilai sejauh mana instrumen, seperti kuesioner, mampu mengukur variabel yang dimaksud secara akurat. Instrumen dinyatakan valid apabila mampu merepresentasikan data sesuai tujuan pengukuran. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan SPSS versi 22.0 untuk menilai ketepatan setiap item dalam mengukur variabel yang diteliti dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Nilai korelasi antara skor setiap item dan total skor

n = Jumlah responden

Σx = Jumlah skor item

Σy = Jumlah skor total

Σxy = Jumlah perkalian antara skor item dengan skor total

ΣX^2 = Jumlah kuadrat skor item

ΣY^2 = Jumlah kuadrat skor total

Menurut Sudaryana dan Agusady (2022) validitas ditentukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel, item dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan pada 131 responden, dengan r tabel sebesar 0,170 pada signifikansi 5%. Hasil pengujian disajikan dalam tabel berikut.

TABEL 4
HASIL UJI VALIDITAS

<i>FoMO</i>					
No. Item	Pertanyaan	R Hitung	R Tabel (0,05)	Sig	Kesimpulan
1	Saya merasa cemas jika tidak mengetahui tentang <i>Open Top Tour of Jakarta</i> .	0,755	0,170	0,000	VALID
2	Saya khawatir teman-teman akan membicarakan ketika tidak ikut serta atau mencoba pengalaman wisata dengan <i>Open Top Tour of Jakarta</i> .	0,809	0,170	0,000	VALID
3	Saya merasa resah ketika melihat orang lain menikmati wisata dengan <i>Open Top Tour of Jakarta</i> .	0,843	0,170	0,000	VALID
4	Saya takut kehilangan pengalaman unik jika tidak datang dan mencoba berwisata dengan <i>Open Top Tour of Jakarta</i> .	0,629	0,170	0,000	VALID
5	Saya merasa gelisah jika tidak terhubung atau ikut serta dalam kegiatan berwisata di <i>Open Top Tour of Jakarta</i> secara online maupun offline.	0,837	0,170	0,000	VALID
6	Saya merasa gelisah jika tidak terhubung atau ikut serta dalam kegiatan berwisata di <i>Open Top Tour of Jakarta</i> secara online maupun offline.	0,837	0,170	0,000	VALID
7	Muncul perasaan benci ketika mengetahui orang lain lebih dulu berwisata dengan <i>Open Top Tour of Jakarta</i> .	0,819	0,170	0,000	VALID
8	Saya merasa kecewa pada diri sendiri jika tidak dapat mengikuti tren bus wisata viral di media ketika karena belum mencoba <i>Open Top Tour of Jakarta</i> .	0,844	0,170	0,000	VALID
9	Saya merasa kurang terima dalam lingkungan pertemanan ketika belum memiliki pengalaman berwisata Bersama <i>Open Top Tour of Jakarta</i> .	0,821	0,170	0,000	VALID

TABEL 4
HASIL UJI VALIDITAS (LANJUTAN)

10	Saya merasa hidup saya menjadi lebih menarik setelah mencoba bus wisata <i>Open Top Tour of Jakarta</i> .	0,609	0,170	0,000	VALID
11	Saya lebih percaya diri karena selalu mengikuti tren di media social saat sudah menikmati bus wisata <i>Open Top Tour of Jakarta</i> .	0,689	0,170	0,000	VALID
Keputusan Pembelian					
12	Mengikuti <i>Open Top Tour of Jakarta</i> merupakan kebutuhan bagi saya untuk tetap mengikuti tren yang sedang populer saat ini.	0,660	0,170	0,000	VALID
13	Keinginan untuk mencoba <i>Open Top Tour of Jakarta</i> muncul dari diri sendiri, bukan karena paksaan.	0,591	0,170	0,000	VALID
14	Mengetahui tentang <i>Open Top Tour of Jakarta</i> bermula dari unggahan media sosial yang ramai dibicarakan dan membuat penasaran.	0,788	0,170	0,000	VALID
15	Rekomendasi untuk mencoba <i>Open Top Tour of Jakarta</i> juga datang dari orang-orang terdekat yang sudah pernah mencoba sebelumnya.	0,635	0,170	0,000	VALID
16	Sebelum memilih <i>Open Top Tour of Jakarta</i> , ada beberapa tempat wisata lain yang juga sempat dipertimbangkan.	0,630	0,170	0,000	VALID
17	Pilihan jatuh pada <i>Open Top Tour of Jakarta</i> karena ingin merasakan hal baru yang sedang tren atau ramai dibicarakan.	0,837	0,170	0,000	VALID
18	Karena unique experience dan kabar wisata ini yang sedang tren di media sosial menjadi alasan kuat untuk ikut mencoba.	0,868	0,170	0,000	VALID
19	Selain mengikuti tren, layanan dari <i>Open Top Tour of Jakarta</i> juga menjadi alasan untuk akhirnya memutuskan ikut serta.	0,841	0,170	0,000	VALID
20	Ada rasa puas setelah mencoba <i>Open Top Tour of Jakarta</i> karena bisa ikut merasakan hal yang sedang populer.	0,786	0,170	0,000	VALID
21	Saya akan merekomendasikan <i>Open Top Tour of Jakarta</i> kepada orang-orang terdekat yang mencari pengalaman wisata baru.	0,755	0,170	0,000	VALID
22	Ingin kembali mencoba <i>Open Top Tour of Jakarta</i> di lain waktu karena pengalaman sebelumnya menyenangkan.	0,719	0,170	0,000	VALID

Sumber: Data olahan penulis, 2025.

4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai konsistensi kuesioner dalam menghasilkan data yang stabil dari waktu ke waktu (Sanaky & Saleh, 2021). Dalam penelitian ini, reliabilitas instrumen diuji menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Menurut Darma (2021)

instrumen dianggap reliabel jika nilai *Alpha* memenuhi batas signifikansi tertentu, seperti 0,5, 0,6, atau 0,7 sesuai kebutuhan analisis.

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- Instrumen dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > dari tingkat signifikansi yang ditetapkan.
- Instrumen dianggap tidak reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* < dari tingkat signifikansi yang ditentukan.

Menurut Riyanto & Hatmawan (2020) perhitungan reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r = Nilai reliabilitas instrumen

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians dari setiap butir

σ_t^2 = Varians total

TABEL 5

HASIL UJI RELIABILITAS

TABEL	<i>FoMO</i>	Keputusan Pembelian
RELIABILITAS	0,927	0,912

Sumber: Data olahan penulis, 2025.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, variabel X (*FoMO*) dan variabel Y (Keputusan Pembelian) menunjukkan nilai koefisien reliabilitas lebih dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan memiliki tingkat keandalan yang baik/reliabel.

5. Uji Asumsi Klasik

Sebelum menerapkan analisis regresi linear sederhana, langkah awal yang dilakukan adalah uji asumsi klasik melalui beberapa tahap berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut Indartini dan Mutmainah (2024) menyatakan bahwa regresi berganda sebagai metode statistik parametrik hanya dapat diterapkan jika data berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan melalui *Kolmogorov-Smirnov*, di mana data dianggap normal jika nilai signifikansi melebihi 0,05 pada tingkat signifikansi 5%.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas dalam model regresi. Suatu model dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 (Ghozali, 2017).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi ketidakkonsistenan distribusi residual dalam model regresi. Model dianggap bebas dari heteroskedastisitas jika penyebaran residual bersifat acak dan tidak membentuk pola tertentu (Ghozali, 2017). Menurut Indartini dan Mutmainah (2024) kondisi ini juga dapat dilihat dari tidak adanya hubungan antara residual dan variabel independen.

6. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan uji hipotesis untuk mengidentifikasi apakah *Fear of Missing Out (FoMO)* mempengaruhi keputusan pembelian tiket bus wisata *Open Top Tour of Jakarta*. Pengujian dilakukan dengan menerapkan analisis regresi linier, yang terbagi dalam dua tahap, yaitu:

a. Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Dalam penelitian ini, uji t bertujuan mengevaluasi apakah *FoMO* secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian tiket bus wisata. Menurut Ghozali (2021) menjelaskan bahwa uji ini membantu menentukan hubungan signifikan antara satu variabel bebas dan variabel terikat tanpa mempertimbangkan variabel lainnya.

Hasil uji t ditentukan sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka *FoMO* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (hipotesis alternatif diterima).
- Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka *FoMO* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (hipotesis nol diterima).

b. Uji F (Simultan)

Setelah uji T dilakukan untuk melihat pengaruh parsial *FoMO*, analisis dilanjutkan dengan uji F guna menilai pengaruh simultan seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Hair et al. (2022) menyatakan bahwa uji F digunakan untuk menguji signifikansi kolektif variabel independen dalam model regresi, sekaligus menilai kelayakan model secara keseluruhan.

Adapun ketentuan hasil uji F sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka model regresi dianggap signifikan secara simultan, artinya *FoMO* secara keseluruhan memengaruhi keputusan pembelian.
- Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka model regresi dianggap tidak signifikan secara simultan, artinya variabel bebas tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap variabel terikat.

G. Jadwal Pelaksanaan

TABEL 6
JADWAL PENELITIAN

NO	KEGIATAN	TAHUN 2025					
		FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL
1	Persiapan Penelitian						
2	Penyusunan Usulan Penelitian						
3	Seminar Usulan Penelitian						
4	Observasi Lapangan						
5	Penyusunan Proyek Akhir						
6	Sidang Proyek Akhir						