

### **BAB III**

## **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Priyono (2016) menyatakan “Metode” dan “Logos” adalah dasar kata yang membentuk Metodologi Penelitian. Metodologi Penelitian sendiri adalah suatu proses atau cara untuk mencapai suatu tujuan dengan menggunakan pikiran seksama.

Pada penelitian kali ini mengenai Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung ke Museum Sejarah Jakarta ini menggunakan desain deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, metode ini digunakan guna mendapatkan hasil dari pemecahan masalah yang di teliti.

Metode kuantitatif sudah umum digunakan dalam penelitian sehingga sering disebut metode tradisional. Selain dikenal dengan metode kuantitatif, metode ini dapat juga disebut metode positivistik yang mana berdasar pada filsafat positivisme. Metode ini tergolong metode ilmiah karena sudah memenuhi kaidah ilmiah yang diperlukan. Kemudian metode ini juga disebut metode *discovery* karena dapat dikembangkan dan ditemukan untuk iptek baru. Jenis data yang digunakan sendiri berupa angka dan dijabarkan dalam statistik Sugiyono (2018).

Lexy dalam Masyhuri & Zainuddin (2011) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah menyampingkan suatu kedalaman data. Penelitian ini tidak terlalu menitik beratkan pada kedalaman data dan lebih menekankan pada perekaman data yang didapat sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas.

Berdasarkan teori diatas dapat diartikan bahwa penelitian kuantitatif merupakan metode positivistik karena bersifat konkrit dan dapat di kembangkan terhadap iptek baru, tidak menitik beratkan pada kedalaman data tetapi mengambil data pada suatu populasi yang bersifat luas dan data tersebut berupa angka.

## **B. Obyek Penelitian**

Sugiyono (2017) memaparkan bahwa obyek penelitian adalah suatu target ilmiah guna mengumpulkan data dengan kegunaan dan tujuan tertentu mengenai sesuatu hal obyektif, valid, dan reliabel dengan variable tertentu. Obyek dari penelitian ini adalah media sosial yang digunakan Museum Sejarah Jakarta.

Obyek penelitian ini di Museum Sejarah Jakarta yang terletak di Kawasan Kota Tua, Jl. Taman Fatahillah no 1 Jakarta Barat. Berikut merupakan data kunjungan wisatawan ke Museum Sejarah Jakarta.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Margono dan Hardani (2020) menyatakan populasi merupakan kumpulan objek penelitian yang terdiri dari objek maupun kejadian sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. Populasi pada penelitian kali ini merupakan wisatawan yang sedang atau sudah mengunjungi Museum Sejarah Jakarta. Jumlah populasi pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Museum Sejarah Jakarta” sebanyak 138988.

### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian bagian dari suatu populasi yang mana diambil dengan teknik pengambilan sampling. Husain dan Purnomo, dalam Hardani (2020). Dalam membentuk sampel terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan, salah satunya sampel harus mencerminkan keadaan populasi itu sendiri, hal ini sampel merupakan kesimpulan dari suatu populasi yang dijadikan acuan dalam pembentukan sampel. Terdapat beberapa Teknik sampling guna memperoleh responden yang representative pada suatu penelitian, antara lain, *Non-Probability Sampling* dan *Probability Sampling*.

Penelitian kali ini menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* yang meliputi sampling sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh, *snowball* Sugiyono (2016). Dalam teknik *Non-Probability Sampling* tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel.

Penelitian kali ini menggunakan pengambilan sampel dengan teknik *Accidental Sampling*. Menurut Priyono (2016) Aksidental Sampling menganut prinsip kemudahan dalam penggunaannya. Sampel terpilih karena berada pada waktu, situasi dan tempat yang tepat. Dalam hal ini sampelnya adalah pengunjung Museum Sejarah Jakarta.

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

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

Pada penelitian kali ini, penulis menggunakan penyebaran kuesioner sebagai teknik pengumpulan data.

Menurut Riyadi (2015) penyebaran kuisisioner (angket) adalah salah satu cara pengumpulan data dengan membagikan angket yang mana berisi sejumlah pertanyaan tertulis untuk mendapatkan opini atau pendapat dan fakta dari responden. Dalam penelitian ini, kuisisioner akan berfungsi sebagai pengumpul data utama. Kuisisioner akan diberikan langsung oleh peneliti kepada pengunjung Museum Sejarah Jakarta melalui *platform online google form* untuk selanjutnya diisi.

Menurut Sugiyono (2017) Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan yang tertutup atau terbuka kepada responden untuk dijawab yang dapat diberikan secara langsung atau melalui internet kepada responden. Sugiyono menjelaskan bahwa kuesioner tepat digunakan apabila jumlah responden luas dan tersebar.

## **2. Alat Pengumpulan Data**

Alat pengumpulan data yang digunakan pada penelitian kali ini adalah kuesioner.

Menurut Sugiyono (2018) “Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang mana dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner sendiri merupakan metode yang efisien jika peneliti sudah tahu akan tujuan, variabel dan apa yang diharapkan dari responden itu sendiri.

Menurut Hardani (2020) Kuesioner umumnya menggunakan daftar pemeriksaan dan skala penilaian. Sedangkan skala penilaian digunakan untuk suatu perilaku perlu dievaluasi dan umumnya menggunakan skala Likert. Dalam penelitian ini kuesioner disebarkan melalui *platform online* yaitu *google form*.

Menurut Priyono (2018) Skala Likert adalah pernyataan yang sistematis guna menyatakan sikap responden terkait suatu pernyataan.

Teknik likert merupakan salah satu teknik pencarian data yang dibuat pada tahun 1931 oleh Dr. Rensis Likert, seorang sosiologis dari Universitas Michigan. Dalam teknik ini, responden akan diminta untuk memberikan respon individunya terhadap satu kondisi tertentu melalui lima buah tingkat persetujuan (Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju). Setiap jawaban akan memiliki poinnya masing-masing dan peneliti akan mendapatkan hasil dari respon individu dengan menjumlahkan poin-poin tersebut sesuai jumlah pertanyaan yang ditanyakan.

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan kuesioner guna mengetahui berapa besar pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan berkunjung ke Museum Sejarah Jakarta dengan memberikan beberapa pertanyaan.

## **E. Uji Validitas dan Reliabilitas**

### **a. Uji Validitas**

Hardani (2020) mengatakan bahwa mengukur derajat ketepatan dari data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang didapatkan oleh peneliti digunakan validitas. Data dapat dikatakan valid apabila data tersebut tidak berbeda antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang didapatkan oleh peneliti.

Uji validitas instrument penelitian dilakukan untuk mendapatkan instrument yang dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas instrument ini dilakukan kepada 30 orang yang sudah berkunjung ke Museum Sejarah Jakarta dan menggunakan media sosial Instagram. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi item-total *Product Moment* (Pearson). Uji validitas dilakukan dengan bantuan SPSS. Instrument yang valid adalah instrumen yang memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.. Hasil uji validitas kedua variabel ditunjukkan pada tabel berikut:

**TABEL 2**  
**HASIL UJI VALIDITAS**

<b>VARIABEL MEDIA SOSIAL</b>				
NO. ITEM	PERNYATAAN	R HITUNG	R TABEL	KESIMPULAN
8	Feeds Instagram @museumkesejarahan sangat menarik untuk dilihat karena designnya bagus dan tidak membosankan.	.681	0.361	VALID
9	Saya dengan mudah mendapatkan informasi mengenai Museum Sejarah Jakarta hanya dengan melihat update dari Instagram @museumkesejarahan	.812	0.361	VALID
10	Informasi yang diberikan pada media sosial Museum Sejarah Jakarta disampaikan dengan lengkap dan jelas.	.584	0.361	VALID
11	Informasi yang diberikan pada media sosial Museum Sejarah Jakarta disampaikan dengan jelas.	.565	0.361	VALID



**TABEL 2 (LANJUTAN)****HASIL UJI VALIDITAS**

12	Konten pada media sosial Museum Sejarah Jakarta selalu up-to-date dengan trend yang sedang berkembang.	.730	0.361	VALID
13	Account Instagram @museumkesejarahan memberikan informasi – informasi baru yang dapat menambah pengetahuan.	.375	0.361	VALID
14	Pihak Museum Sejarah Jakarta selalu menanggapi komentar yang saya berikan pada media sosial mereka.	.606	0.361	VALID
15	Account Instagram @museumkesejarahan sering melakukan live Instagram yang membuat saya dapat bertanya lebih lanjut mengenai informasi museum secara langsung.	.783	0.361	VALID
16	Pihak Museum Sejarah Jakarta sering mengadakan virtual tour di Instagram @museumkesejarahan yang membuat saya mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai museum.	.581	0.361	VALID

**TABEL 2 (LANJUTAN)****HASIL UJI VALIDITAS**

17	Pihak Museum Sejarah Jakarta sering mengadakan acara melalui aplikasi Zoom yang membuat saya dapat berinteraksi langsung dengan pemandu wisata.	.865	0.361	VALID
18	Account instagram @museumkesejarahan selalu memberikan kuis yang terkait dengan benda koleksi museum.	.521	0.361	VALID
19	Pihak museum selalu memberikan informasi kepada saya mengenai event yang dapat saya ikuti.	.859	0.361	VALID
20	Pihak museum selalu menanggapi dengan ramah mengenai apa yang saya butuhkan.	.786	0.361	VALID
21	Saya selalu ingin kembali datang ke Museum Sejarah Jakarta.	.577	0.361	VALID

<b>VARIABEL KEPUTUSAN BERKUNJUNG</b>				
<b>NO. ITEM</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>R HITUNG</b>	<b>R TABEL</b>	<b>KESIMPULAN</b>
22	Saya mengetahui adanya <i>Instagram account</i> @museumkesejarahan	.596	0.361	<i>VALID</i>
23	Saya mengetahui keberadaan Museum Sejarah Jakarta karena <i>Instagram account</i> @museumkesejarahan	.648	0.361	<i>VALID</i>
24	Saya tertarik mencari informasi lebih lanjut tentang Museum Sejarah Jakarta setelah melihat video pada instagram @museumkesejarahan	.669	0.361	<i>VALID</i>
25	Saya follow instagram account @museumkesejarahan	.461	0.361	<i>VALID</i>
26	Saya tertarik mencari informasi lebih lanjut tentang Museum Sejarah Jakarta setelah melihat instagram account @museumkesejarahan	.608	0.361	<i>VALID</i>

**TABEL 2 (LANJUTAN)****HASIL UJI VALIDITAS**

27	Saya mencari informasi mengenai Museum Sejarah Jakarta melalui tagged photo pada Instagram account @museumkesejarahan	.482	0.361	<i>VALID</i>
28	Saya dengan mudah mendapatkan informasi mengenai Museum Sejarah Jakarta hanya dengan melihat instagram account @museumkesejarahan	.733	0.361	<i>VALID</i>
29	Saya memutuskan untuk datang ke Museum Sejarah Jakarta setelah melihat postingan yang ada pada Instagram account @museumkesejarahan	.603	0.361	<i>VALID</i>
30	Saya memutuskan untuk ikut serta dalam kegiatan yang diselenggarakan Museum Sejarah Jakarta yang dipromosikan melalui Instagram account @museumkesejarahan	.718	0.361	<i>VALID</i>
31	Saya memutuskan untuk ikut dalam kegiatan Virtual Tour yang diselenggarakan oleh Museum Sejarah Jakarta yang ditayangkan pada Instagram account @museumkesejarahan	.678	0.361	<i>VALID</i>

**TABEL 2 (LANJUTAN)****HASIL UJI VALIDITAS**

32	Saya membagikan pengalaman saat dan setelah saya berkunjung ke Museum Sejarah Jakarta di media sosial yang saya miliki.	.488	0.361	<i>VALID</i>
33	Saya menceritakan pengalaman saya setelah berkunjung ke Museum Sejarah Jakarta ke teman dan saudara saya.	.572	0.361	<i>VALID</i>
34	Saya akan merekomendasikan kunjungan ke Museum Sejarah Jakarta pada account instagram saya.	.755	0.361	<i>VALID</i>
35	Saya akan merekomendasikan kunjungan ke Museum Sejarah Jakarta pada teman dan saudara saya.	.703	0.361	<i>VALID</i>

*Sumber: Olahan Peneliti, 2021*

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel Media Sosial Instagram (X) dinyatakan valid dan variabel Keputusan Berkunjung (Y) dinyatakan valid karena  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Output hasil pengujian validitas kedua variabel tersebut terdapat pada lampiran 1.

## b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014) reliabilitas merupakan suatu instrument yang menghasilkan data yang sama jika digunakan beberapa kali pada objek yang sama.

Uji reliabilitas instrument pengumpul data penelitian dilakukan untuk melihat keseragaman internal instrument yang digunakan. Pengujian ini sendiri menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan bantuan SPSS. Instrumen dapat dikatakan handal atau reliable jika memiliki koefisien reliabilitas atau alpha sebesar 0.6 atau lebih. Hasil pengujian dapat dilihat dari kedua variabel ditunjukkan pada tabel berikut.

**TABEL 3**  
**HASIL UJI RELIABILITAS**

VARIABEL	RELIABILITAS
Media Sosial (X)	.761
Keputusan Berkunjung (Y)	.752

*Sumber: Olahan Peneliti, 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa kedua instrument yaitu instrument Media Sosial Instagram (X) dan Keputusan Berkunjung (Y) dikatakan termasuk handal, karena memiliki koefisien reliabilitas  $> 0.6$ . Output hasil pengujian reliabilitas terdapat pada lampiran 2.

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas yang telah dilakukan maka instrument penelitian siap digunakan untuk mengumpulkan data tentang Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Museum Sejarah Jakarta. Instrument penelitian dapat dilihat pada lampiran 3.

## F. Matriks dan Definisi Operasional Variabel

Berikut adalah Matriks Operasional Variabel dalam penelitian ini:

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

VARIABEL	SUB-VARIABEL	INDIKATOR	PERNYATAAN
<p><i>Menurut Heuer dalam Solis (2010) terdapat 4C dalam mengoperasikan media soial yaitu context, communications, collaboration, dan connection</i></p>	<p><i>Context</i></p>	<p>Konten yang tersedia di instagram @museumkesejarahan menarik.</p>	<p><i>Feeds</i> Instagram @museumkesejarahan sangat menarik untuk dilihat karena designnya bagus dan tidak membosankan.</p>
		<p>Konten yang disajikan informatif.</p>	<p>Saya dengan mudah mendapatkan informasi mengenai Museum Sejarah Jakarta hanya dengan melihat <i>update</i> dari Instagram @museumkesejarahan</p>
			<p>Informasi yang diberikan pada instagram @museumkesejarahan disampaikan dengan lengkap.</p>



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

			Informasi yang diberikan pada instagram @museumkesejarahan disampaikan dengan jelas.
		Konten yang disajikan disesuaikan dengan kebutuhan generasi milenial.	Konten pada instagram @museumkesejarahan selalu <i>up-to-date</i> dengan <i>trend</i> yang sedang berkembang.
			<i>Account</i> Instagram @museumkesejarahan memberikan informasi – informasi baru yang dapat menambah pengetahuan.
	<i>Communicatons</i>	Komunikasi yang terjadi antara pihak pengelola Museum Sejarah Jakarta dan pengguna media sosial.	Pihak Museum Sejarah Jakarta selalu menanggapi komentar yang saya berikan pada instagram mereka.
<i>Account</i> Instagram @museumkesejarahan sering melakukan <i>live</i> Instagram yang membuat saya dapat bertanya lebih lanjut mengenai informasi museum secara langsung.			

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

	<i>Collaborations</i>	Konten yang disajikan memungkinkan keterlibatan pengguna media sosial.	Pihak Museum Sejarah Jakarta sering mengadakan <i>virtual tour</i> di Instagram @museumkesejarah yang membuat saya mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai museum.
			Pihak Museum Sejarah Jakarta sering mengadakan acara melalui aplikasi Zoom yang membuat saya dapat berinteraksi langsung dengan pemandu wisata.
			<i>Account</i> instagram @museumkesejarah selalu memberikan kuis yang terkait dengan benda koleksi museum.
	<i>Connections</i>	Pihak museum menjalin hubungan baik dengan wisatawan.	Pihak museum selalu memberikan informasi kepada saya mengenai event yang dapat saya ikuti.

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

			Pihak museum selalu menanggapi dengan ramah mengenai apa yang saya butuhkan.
			Saya selalu ingin kembali datang ke Museum Sejarah Jakarta.
Dentsu (2011) mengembangkan pola perilaku pembelian konsumen menjadi AISAS ( <i>Attention, Interest, Search, Action and Share</i> ) yang sebelumnya merupakan AIDMA ( <i>Attention, Interest, Desire, Memory and Action</i> ).	<i>Attention</i>	Media Sosial yang digunakan oleh Museum Sejarah Jakarta.	Saya mengetahui adanya Instagram <i>account</i> @museumkesejarahan
			Saya mengetahui adanya Instagram <i>account</i> @museumkesejarahan
	<i>Interest</i>	Konten yang disajikan pada media sosial Museum Sejarah Jakarta menarik.	Saya tertarik mencari informasi lebih lanjut tentang Museum Sejarah Jakarta setelah melihat video pada instagram @museumkesejarahan
			Saya <i>follow</i> Instagram <i>account</i> @museumkesejarahan

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

	<i>Search</i>	Konten yang disajikan informatif	Saya mencari informasi mengenai Museum Sejarah Jakarta melalui <i>tagged post</i> pada Instagram <i>account @museumkesejarahan</i>
			Saya dengan mudah mendapatkan informasi mengenai Museum Sejarah Jakarta hanya dengan melihat Instagram <i>account @museumkesejarahan</i>
	<i>Action</i>	Konten yang ada pada Instagram <i>account @museumkesejarahan</i> membuat konsumen tertarik untuk datang.	Saya memutuskan untuk ikut serta dalam kegiatan yang diselenggarakan Museum Sejarah Jakarta yang dipromosikan melalui Instagram <i>account @museumkesejarahan</i>
			Saya memutuskan untuk ikut dalam kegiatan <i>Virtual Tour</i> yang diselenggarakan oleh Museum Sejarah Jakarta yang ditayangkan pada Instagram <i>account @museumkesejarahan</i>

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

			Saya membagikan pengalaman saat dan setelah saya berkunjung ke Museum Sejarah Jakarta di media sosial yang saya miliki.
			Saya menceritakan pengalaman saya setelah berkunjung ke Museum Sejarah Jakarta ke teman dan saudara saya.
			Saya akan merekomendasikan kunjungan ke Museum Sejarah Jakarta pada <i>account</i> instagram saya.
			Saya akan merekomendasikan kunjungan ke Museum Sejarah Jakarta kepada teman dan saudara saya.
	<i>Share</i>	Wisatawan membagikan pengalamannya setelah berkunjung.	

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

Menurut Sugiyono (2012) definisi operasional merupakan penjelasan mengenai sifat yang akan diteliti sehingga nantinya akan menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional mempermudah pembaca dalam mengartikan makna penelitian. Selain itu, definisi menjabarkan tentang variabel penelitian yang akan memberikan informasi ilmiah bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang sama.

Definisi operasional sendiri memiliki dua variabel yaitu, variabel Media Sosial dengan menggunakan 4C atau variabel (X) yang terdiri dari empat dimensi yaitu *context, communications, collaboration, dan connection*. Selanjutnya variabel Keputusan Berkunjung dengan menggunakan model AISAS atau variabel (Y) yang terdapat lima dimensi, yaitu *Attention, Interest, Search, Action* dan *Share*.

## **G. Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis regresi linier ganda. Priyono (2020) menyatakan analisis regresi linier adalah ukuran statistic yang berguna untuk mengetahui hubungan tiap variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Jika variabel dependen digabungkan dengan suatu variabel independen akan menghasilkan regresi sederhana. Jika lebih dari satu, regresi yang dihasilkan adalah regresi linier berganda. Ukuran statistic ini diperuntukan untuk variable yang memiliki rasio dengan arah hubungan asimetrik.

Analisis regresi berganda pada kondisi peneliti memiliki satu variabel dependen yang dapat dikatakan sebagai fungsi dari dua atau lebih variabel. Tujuan dari analisis ini untuk memprediksi variabel dependen berdasarkan kovariansnya dengan semua variabel independen yang terkait (Kothari dalam Silalahi, 2015).

Silalahi (2015) menyatakan tujuan analisis regresi ganda adalah dengan memanfaatkan variabel independen yang sudah diketahui nilainya untuk memprediksi nilai variabel dependen tunggal yang digunakan oleh peneliti. Prediksi ini umumnya akan menghasilkan satu persamaan prediksi yang mana hal ini dapat digunakan persamaan regresi berganda. Kekuatan prediksi ganda dapat diketahui melalui persamaan:

$$Y' = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

Keterangan:

$Y'$  = Variabel dependen yang diprediksi

$\alpha$  = Konstan

$\beta$  = Koefisien regresi distandarisasi

$X$  = Nilai dari variabel predictor

Terdapat uji F dalam analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Kriteria dalam pengujian nilai F-hitung terhadap F-tabel adalah :

- Jika nilai F-hitung < F-tabel maka H0 diterima dan Ha ditolak
  - Jika nilai F-hitung > F-tabel maka H0 ditolak dan Ha diterima
- $\alpha = 0.05$  serta  $df1 = k - 1$ , (dimana k adalah jumlah variabel (bebas dan terikat))  
 $df1 = 4 - 1 = 3$  dan  $df2 = n - k$  (n adalah jumlah observasi/sampel pembentuk regresi)  $df2$

Selanjutnya terdapat Uji T yaitu pengujian variabel independen secara parsial atau secara individual. Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria diterimanya hipotesis :

- Jika t-hitung > t-tabel maka H0 ditolak dan Ha diterima
- Jika t-hitung < t-tabel maka H0 diterima dan Ha ditolak

Nilai t-tabel dalam penelitian ini adalah 1.973. Nilai tersebut dapat diperoleh dengan  $\alpha = 0.05$  dan  $df = n - k = 182$ .

Regresi linear berganda menjabarkan seberapa besar keterkaitan antara dua variabel yaitu Media Sosial Instagram sebagai variabel bebas (independen) dan Keputusan Berkunjung sebagai variabel terikat (dependen) yang diprediksi.

Terdapat uji asumsi klasik dalam analisis regresi linier berganda yang mana merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi. Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji, apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak diuji atau tidak. Model regresi yang diperoleh berdistribusi normal dan terbebas dari multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

Uji normalitas digunakan untuk menguji variabel dependen dan



independen memiliki distribusi yang normal atau tidak. Selanjutnya adalah uji multikolinieritas. Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji adanya korelasi antar variabel independen, untuk menentukan terjadi atau tidaknya penyimpangan dalam uji multikolinieritas dengan cara melihat nilai Tolerance dan VIF masing-masing variabel independen, jika nilai Tolerance  $> 0.10$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka data tersebut bebas dari gejala multikolinieritas.

Selanjutnya adalah uji heteroskedastisitas yang bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam uji heteroskedastisitas, untuk mengetahui apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Data dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

## H. Jadwal Penelitian

**TABEL 5**  
**JADWAL PENELITIAN**

NO	Kegiatan	2020				2021						
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Pembuatan TOR dan Turn it in											
2	Pengajuan TOR											
3	Pembuatan Proposal Penelitian											
4	Seminar Usulan Penelitian											
5	Revisi Proposal											
6	Pengumpulan Data											
7	Penyusunan Skripsi											
8	Pengumpulan Skripsi											
9	Sidang Skripsi											