



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti ingin meneliti mengenai pengaruh komunikasi visual “Cantik Fest” pada Tokopedia terhadap minat beli konsumen wanita di Jakarta. Maka yang menjadi obyek pada penelitian ini adalah aplikasi Tokopedia.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran dan analisis data berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi (Sekaran dan Bougie, 2017:109).

Desain penelitian adalah rencana dan struktur investigasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga diperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Rencana tersebut mencakup garis besar dari apa yang dilakukan seseorang investigator mulai dari penulisan hipotesis serta implikasi operasionalnya sehingga ke analisis akhir data. (Cooper dan Schindler, 2014:125).

Kemudian menurut Cooper dan Schindler (2014:126) desain penelitian diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Hal ini merupakan tingkat sejauh mana masalah penelitian telah dirumuskan. Studi ini dapat bersifat eksplorasi atau formal. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan berkaitan dengan penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan mencakup prosedur-prosedur yang cermat dan spesifikasi mengenai sumber data.



Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

2. Metode Pengumpulan Data

Dalam hal pengumpulan data, peneliti melakukan metode survei yang dilakukan secara *online* melalui *google forms* yang disebarakan kepada penduduk wanita di Jakarta.

3. Pengendalian Variabel oleh Peneliti

Perspektif ini melihat dari aspek kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel-variabel. Penelitian ini menggunakan *ex post facto* atau yang disebut juga dengan desain laporan sesudah fakta. Pada desain *ex post facto* ini, penelitian tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam arti peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi variabel. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi sesuai dengan kenyataan yang dilihat.

4. Tujuan Penelitian

Terdapat 2 jenis tadi penelitian antara lain studi deskriptif dan kausal, penelitian ini menggunakan studi kausal atau metode sebab-akibat untuk menunjukkan hubungan antara variabel-variabel penelitian.

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan studi lintas bagian atau yang disebut juga dengan *cross-section*. Studi dengan dimensi *cross-section* hanya dilaksanakan satu kali dan diwakili potret dari suatu keadaan pada satu periode tertentu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik, dimana lebih mementingkan keluasaan dan bukan kedalamannya. Studi Statistik berusaha untuk mengetahui karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis akan diuji secara kuantitatif.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

7. Lingkungan Riset

Berdasarkan penelitiannya, penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual atau kondisi lapangan yang dimana subjek dan objek peneliti berada di lingkungan nyata bukan manipulasi. Hal ini disebabkan karena data-data didapatkan secara langsung di lapangan dengan menyebarkan kuesioner.

8. Persepsi Peserta

Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak menyimpang dari situasi sehari-hari. Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian dimana persepsi subjek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat.

C. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:38) variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Terdapat beberapa variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel independen disebut sebagai variabel stimulus, *predictor*, dan *antecedent*.

Variabel bebas ialah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



atau timbulnya variabel terikat (dependent). Dalam penelitian ini, variabel bebas adalah komunikasi visual.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikat adalah minat beli, sedangkan variabel bebas adalah komunikasi visual.

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian Komunikasi Visual

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Komunikasi Visual (X)	<i>Ambiguity and meaning</i>	Saya langsung dapat memahami ilustrasi yang terdapat pada <i>banner</i> “Cantik Fest” di aplikasi Tokopedia.	Interval
		Saya langsung dapat memahami kata-kata yang terdapat pada <i>banner</i> “Cantik Fest” di aplikasi Tokopedia.	
		Saya langsung dapat memahami informasi yang terdapat pada <i>banner</i> “Cantik Fest” di aplikasi Tokopedia.	
	<i>Control of direction</i>	Saya tertarik dengan desain ilustrasi yang digunakan pada <i>banner</i> “Cantik Fest” di aplikasi Tokopedia.	Interval
		Saya ingin mencari tahu informasi lebih lanjut mengenai “Cantik Fest” setelah melihat <i>banner</i> “Cantik Fest” pada beranda aplikasi Tokopedia.	
		Saya berharap informasi yang ditampilkan pada <i>banner</i> “Cantik Fest”	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

	pada beranda aplikasi Tokopedia sesuai dengan apa yang ditawarkan di “Cantik Fest”.	
<i>Ecological Relationship</i>	Saya melihat warna cerah yang mendominasi <i>banner</i> “Cantik Fest” pada aplikasi Tokopedia menggambarkan citra diri wanita yang sesuai dengan tema “Cantik Fest”.	Interval
	Saya melihat desain ilustrasi serta model yang terdapat dalam foto-foto yang ada pada <i>banner</i> “Cantik Fest” memancarkan kecantikan yang dapat dirasakan oleh saya jika menggunakan produk dari “Cantik Fest”.	
	Saya melihat elemen yang digunakan dalam <i>banner</i> “Cantik Fest” pada aplikasi Tokopedia menggambarkan semua kebutuhan saya dapat terpenuhi di “Cantik Fest”.	
<i>Tensional</i>	Tampilan <i>banner</i> “Cantik Fest” yang variatif yang terdapat dalam aplikasi belanja Tokopedia membuat saya ingin mengajak konsumen yang lain untuk berbelanja kebutuhan mereka di “Cantik Fest”.	Interval
	Promo yang menarik yang ditawarkan pada <i>banner</i> “Cantik Fest” membuat saya ingin mengajak konsumen yang lain untuk berbelanja kebutuhan mereka di “Cantik Fest”.	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

	Beragam produk yang ditampilkan pada banner “Cantik Fest” membuat saya ingin berbelanja kebutuhan saya di “Cantik Fest”.	
<i>Unity</i>	Saya melihat perpaduan warna pastel dan simbol ilustrasi yang digunakan dalam tampilan banner “Cantik Fest” pada aplikasi Tokopedia seperti produk kecantikan, perawatan tubuh, keperluan ibu dan anak serta rumah tangga menunjukkan “Cantik Fest” memenuhi semua kebutuhan wanita melalui produk-produk yang dijual.	Interval
	Saya melihat perpaduan warna pastel dan simbol ilustrasi pada <i>banner</i> “Cantik Fest” dalam aplikasi Tokopedia selaras menggambarkan apa yang menjadi kesukaan wanita.	
	Saya melihat perpaduan warna pastel dan simbol ilustrasi pada banner “Cantik Fest” menggambarkan simbol kecantikan dari wanita.	
	Setiap desain ilustrasi pada <i>banner</i> “Cantik Fest” di beranda aplikasi Tokopedia bersifat realistis atau memiliki arti yang sesuai dengan kenyataannya (contoh seperti desain poster: Flash Sale mulai dari Rp 1000 dan Diskon hingga 90%. Maka dapat diartikan produk tersebut sedang ada potongan harga dengan syarat dan	Interval

<i>Realism</i>	ketentuan yang berlaku dan dalam jangka waktu tertentu)	
	Saya melihat produk yang ditampilkan pada <i>banner</i> “Cantik Fest” sama dengan produk yang ada pada dunia nyata.	
	Ilustrasi produk yang ditampilkan pada <i>banner</i> “Cantik Fest” pada aplikasi Tokopedia menggambarkan ketersediaan produk tersebut dan dijual selama “Cantik Fest” berlangsung.	

Sumber : Smith (2005:16)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.2

Operasional Variabel Penelitian Minat Beli

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<p>Minat Beli (Y)</p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	Perhatian (<i>Attention</i>)	Saya tertarik dengan <i>banner</i> “Cantik Fest” yang ditampilkan pada beranda ketika saya membuka aplikasi Tokopedia.	Interval
		Warna dan gambar pada <i>banner</i> “Cantik Fest” menjadi salah satu faktor saya menekan <i>banner</i> pada beranda di aplikasi Tokopedia.	
		Informasi yang ditampilkan pada <i>banner</i> seperti Flash Sale mulai dari Rp1000 dan Diskon hingga 90% menarik perhatian saya untuk menekan <i>banner</i> pada beranda di aplikasi Tokopedia.	
	Minat (<i>Interest</i>)	Saya berminat untuk membeli produk di Catik Fest karena melihat produk-produk yang terdapat pada <i>banner</i> di beranda aplikasi Tokopedia.	Interval
		Saya berminat membeli produk di “Cantik Fest” dan ingin merekomendasikan “Cantik Fest” kepada orang-orang di sekitar saya setelah melihat <i>banner</i> “Cantik Fest” di beranda aplikasi Tokopedia.	
		Saya berminat mencari barang kebutuhan lainnya dalam <i>banner</i>	

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>		“Cantik Fest” di beranda aplikasi Tokopedia.	
	Keinginan (Desire)	Saya berkeinginan untuk membeli produk di “Cantik Fest” karena sesuai dengan kebutuhan saya setelah melihat <i>banner</i> di beranda aplikasi Tokopedia.	Interval
		Saya ingin mencari tahu lebih lanjut mengenai produk yang terdapat pada <i>banner</i> “Cantik Fest” sebelum membeli produk dari “Cantik Fest” yang terdapat dalam aplikasi Tokopedia.	
		Saya ingin mencari tahu lebih lanjut mengenai promo seperti Flash Sale dan Diskon yang terdapat pada <i>banner</i> “Cantik Fest” di aplikasi Tokopedia sebelum membeli produk dari “Cantik Fest”.	
	Tindakan (Action)	Saya memasukkan ke dalam keranjang produk yang ingin saya beli setelah sebelumnya mengumpulkan informasi tentang keunggulan dan kualitas produk yang terdapat pada <i>banner</i> “Cantik Fest” di aplikasi Tokopedia.	Interval
		Saya membeli produk di “Cantik Fest” setelah sebelumnya mengumpulkan informasi tentang keunggulan dan kualitas produk yang dijual di Tokopedia.	
Saya memasukkan ke dalam keranjang produk yang ingin saya beli setelah			

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>sebelumnya mengumpulkan informasi tentang promo yang terdapat pada <i>banner</i> “Cantik Fest” di aplikasi Tokopedia.</p>	
	<p>Saya membeli produk di “Cantik Fest” setelah sebelumnya mengumpulkan informasi tentang promo yang terdapat pada <i>banner</i> “Cantik Fest” di aplikasi Tokopedia.</p>	

Sumber : Kotler dan Keller (2016:814)

D Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk menggumpulkan data (Kriyantono, 2014:86). Angket (kuesioner) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017:142). Angket dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup (dilihat dari cara menjawab) dimana jawabannya sudah disediakan sehingga responden tinggal memilih. Tujuan dari kuesioner adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa membuat khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan (Kriyantono, 2014:95).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner yang akan disebarakan melalui *google form* kepada responden sebagai instrumen penelitian dengan memberikan beberapa pilihan pernyataan untuk dijawab dan memilih sangat tidak setuju hingga sangat setuju.



E. Teknik Pengambilan Sampel

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan oleh peneliti untuk mengambil sampel penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Dengan pendekatan subjektif seperti *non-probability sampling*, probabilitas dalam memilih elemen populasi tidak diketahui. Teknik pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, atau dapat dikatakan sampel non-probabilitas yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:84)

Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh dari responden lebih akurat karena pengambilan sampel ditujukan hanya untuk para responden berjenis kelamin perempuan yang memiliki usia minimal 15 tahun dan memiliki aplikasi belanja online (*e-commerce*) Tokopedia.

Tabel 3.3 Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta

Kelompok Umur	Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin
	Perempuan
	Tahun 2020
15-19	401.788
20-24	400.325
25-29	416.968
30-34	427.007
≥ 35	2.404.139
Jumlah	3.709.179

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil penelusuran responden yakni jumlah penduduk wanita di Jakarta dengan minimal umur 15 sebesar 3.709.179 penduduk (terlampir data dari Badan Pusat Statistik Kota Jakarta). Maka, penentuan samplingnya menggunakan Rumus Slovin.

Rumus Slovin adalah:

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

Keterangan:

n = ukuran sample

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di tolerir

Berikut adalah perumusannya:

$$n = \frac{3.709.179}{1 + 3.709.179 \times 0,1^2} = 99$$

Dengan menggunakan rumus Slovin, jumlah sampel yang didapatkan sejumlah 99 orang.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Moleong, analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Analisis data pada penelitian kuantitatif berbentuk angka-angka, maka analisis datanya berupa perhitungan melalui uji statistik. (Kriyantono, 2006:167).

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini, ada beberapa yang dapat digunakan seperti:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antar suatu variabel. (Ghozali, 2018:51).

Dalam penelitian ini untuk menguji validitasnya digunakan rumus korelasi *Pearson product moment* dengan signifikansi 5%, $n = 30$, jika $r_{hitung} > 0,361$ maka instrument valid. Rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi r Pearson
- n = Jumlah sampel/observasi
- X = Variabel bebas/variabel independen
- Y = Variabel terikat/variabel dependen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indikator-indikator dari variabel suatu variabel laten. Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. (Sugiyono, 2017:130).

Uji reliabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang kali atau lebih. Indikator pernyataan dinyatakan reliable apabila nilai dari Cronbach's Alpha >0,7.

Koefisien *Alpha Cronbach* (Ca) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama 0,70. Rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} = Reliabilitas yang dicari
- n = Jumlah item pertanyaan yang di uji
- $\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varian skor – skor tiap item
- σ_t^2 = Varian total

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.4

Tingkat Reabilitas berdasarkan Nilai *Alpha Cronbach*

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2015:184)

Penelitian ini melakukan pengujian validitas dan reliabilitas pada populasi yaitu penduduk wanita yang dengan usia minimal 15 tahun dan memiliki aplikasi belanja online (*e-commerce*) Tokopedia.

3. Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini, pengujian statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi untuk variabel-variabel penelitian. Statistik deskriptif dapat memberikan deskripsi data berupa nilai rata-rata (*mean*), varian, standar deviasi, nilai maksimum, nilai minimum, sum, range, kurtosis, hingga kemencengan distribusi (*skewness*) (Ghozali, 2018: 19). Dalam penelitian ini, nilai-nilai yang diukur adalah nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan nilai standar deviasi.

4. Uji Normalitas

Tujuan dari dilakukannya uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel residual memiliki distribusi normal dalam model regresi (Ghozali, 2018: 161). Pengujian data dilakukan dengan menggunakan *Kolmogrov-Smirnov* (KS) dengan hipotesis sebagai berikut:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Ho: nilai residual berdistribusi normal

Ha: nilai residual tidak berdistribusi normal

Dasar dari pengambilan keputusan pada *One Sample Kolmogrov-Smirnov Test* dilakukan dengan menggunakan kriteria pengujian $\alpha = 0,05$ dimana:

Jika $\text{sig} > \alpha$, maka residual berdistribusi normal

Jika $\text{sig} < \alpha$, maka residual tidak berdistribusi normal

5 Analisis Linier Regresi Sederhana

Dalam Kriyantono (2014:184), jika terdapat data dari dua variabel riset yang sudah diketahui baik variabel bebas X maupun variabel terikat Y sedangkan nilai-nilai Y lainnya dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan rumus:

$$Y = \alpha + \beta x$$

Keterangan:

Y = Variabel tidak bebas (subjek dalam variabel tak bebas / dependen yang diprediksi)

X = Variabel bebas (subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu)

a = Nilai intercept (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = Koefesien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.



6. Skala Likert

Skala likert adalah suatu skala yang dirancang untuk menelaah seberapa kuat subjek menyetujui suatu pernyataan. (Uma Sekaran dan Roger Bougi, 2019:19). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. (Sugiyono, 2018:93).

Kuesioner atau angket yang akan disebarakan menggunakan skala likert dengan bentuk *checklist*. Dengan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Variabel yang akan diukur menggunakan skala likert adalah optimisme dan kemampuan identifikasi peluang. Skala pengukuran likert ini akan mengukur persetujuan dengan skor 1–5. Keterangan mengenai pembagian skor dan kategori akan ditunjukkan pada Tabel 3.5.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.5
Skala Likert

Keterangan	Jumlah Skor
SS : Sangat Setuju	5
S : Setuju	4
RR : Ragu-Ragu	3
TS : Tidak Setuju	2
STS : Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2018 : 135

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

7 Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian diartikan sebagai jawaban sementara terhadap merumuskan masalah penelitian. Kebeneran dari hipotesis harus diartikan melalui data yang terkumpul. Secara statistik hipotesis diartikan sebagai pertanyaan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan di uji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sample penelitian (statistik parameter) yang akan di uji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sample penelitian (statistik) (Sugiyono, 2018:159-160).

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak ada pengaruh komunikasi visual “Cantik Fest” pada Tokopedia terhadap minat beli konsumen wanita di Jakarta, secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).



a. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat apakah model regresi yang ada layak atau tidak. (Ferdinand, 2014:239). Layak artinya model regresi yang ada dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen (komunikasi visual) pada dependen (minat beli). Melalui tabel ANOVA, Model regresi dinyatakan layak apabila nilai F_{hitung} (Sig.) lebih kecil dari 0,05.

b. Uji Variabel (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. (Ghozali, 2018:152). Jika $t_{hitung} >$ tabel atau nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka disimpulkan bahwa secara individual variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Langkah untuk uji t adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan hipotesis yang akan diuji.

Hipotesis yang akan diuji yaitu:

$H_0 : \beta_i = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh positif dari Komunikasi Visual “Cantik Fest” pada Tokopedia terhadap Minat Beli Konsumen Wanita di Jakarta.

$H_1 : \beta_i > 0$, artinya terdapat pengaruh positif dari Komunikasi Visual “Cantik Fest” pada Tokopedia terhadap Minat Beli Konsumen Wanita di Jakarta.

2. Menentukan tingkat signifikansi = α sebesar 0,05.

3. Menentukan daerah keputusan:

- a) Apabila $t_{sig} <$ dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial komunikasi visual “Cantik Fest” (X) berpengaruh terhadap minat beli konsumen wanita di Jakarta (Y).



- b) Apabila $t_{sig} >$ dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya secara parsial komunikasi visual “Cantik Fest” (X) tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen wanita di Jakarta (Y)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. (Ghozali, 2018:97). *Range* nilai koefisiendeterminasi diukur di antara 0 sampai 1. Semakin kecil nilai R^2 , maka semakin kecil dan terbatas pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, semakin besar nilai R^2 (mendekati satu), maka variabel independen dapat memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Penelitian ini juga menggunakan nilai *Adjusted R Square* dimana nilai ini digunakan sebagai indikator evaluasi dalam menentukan model regresi yang terbaik. Nilai *Adjusted R Square* dapat naik atau turun apabila ditambahkan satu variabel independen ke dalam model.

Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, maka penulis menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = nilai koefisien determinasi

r^2 = nilai koefisien korelasi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Besarnya koefisien determinasi (R^2) terletak diantara 0 dan 1 atau diantara 0% sampai dengan 100%. Sebaliknya jika $R^2 = 0$, model tadi tidak menjelaskan sedikitpun pengaruh variasi variabel X terhadap Y.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.