

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian menggambarkan bentuk, jenis, dan alur kegiatan penelitian yang akan dilakukan. Rancangan ini merupakan pendekatan sistematis yang mencakup setiap tahap proses penelitian, mulai dari pemilihan metode dan jenis data hingga cara memperoleh data yang akurat untuk menyelesaikan masalah.¹

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, yaitu metode yang didasarkan pada analisis data menggunakan angka sebagai alat untuk menentukan jawaban atas pertanyaan penelitian. Hubungan antarvariabel dalam penelitian ini bersifat asosiatif kausal, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.²

Rancangan ini dipilih karena peneliti bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal atau pengaruh antara variabel independen yang terdiri dari Media Sosial (X1), Gaya Hidup (X2), Motivasi Kemanusiaan (X3), dan Religiusitas (X4) terhadap variabel dependen, yaitu Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Kota Kediri pada Produk Terafiliasi Isu Boikot (Y). Hubungan antarvariabel dalam penelitian ini bersifat asosiatif kausal (sebab-akibat). Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei, dengan instrumen berupa kuesioner tertutup

¹ Novita Azahra, “Analisis Theory Of Planned Behavior(TPB) Pada Masyarakat Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah Dalam Usaha Pertanian Di Kecamatan Tumijajar” (Skripsi, IAIN METRO Lampung., 2024). 38.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 19 ed. (Alfabeta Bandung, 2013).

dan terbuka yang disebarkan kepada responden untuk mendapatkan data yang objektif dan terukur.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Kediri, dengan fokus pada mahasiswa dari perguruan tinggi di wilayah tersebut yang menjadi populasi penelitian.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan unsur atau individu yang membentuk objek penelitian, baik berupa manusia, benda, maupun fenomena tertentu yang dapat dianalisis untuk menarik kesimpulan.³ Populasi yang menjadi objek penelitian adalah mahasiswa di Kota Kediri. Berdasarkan data dari Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDIKTI), yang diperoleh dari 56.967 mahasiswa di Kota Kediri melalui situs resmi masing-masing perguruan tinggi di Kota Kediri.⁴

Menurut Riduwan & Akdon, sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu yang akan diteliti. Karena tidak semua data dan informasi akan diproses dan tidak semua orang atau benda akan diteliti secara menyeluruh menggunakan sampel yang mewakilinya.⁵ Karimuddin Abdullah dkk, 2022 menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁶ Dalam

³ Zuraidah, *Statistika Deskriptif*, 2 ed. (IAIN Kediri Press, 2023).

⁴ *PPDKTI*, t.t., diakses 7 November 2025, <https://pddikti.kemdiktisaintek.go.id/>.

⁵ Nurulita Imansari dan Umi Kholifah, *Metodologi Penelitian Untuk Pendidikan Kejuruan*, 1 ed. (UNIPMA Press Universitas PGRI Madiun, 2023). 83.

⁶ Karimuddin Abdullah dkk., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022). 80.

penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik *non probability sampling* yang menggunakan metode *purposive sampling*. Kriteria penelitian ini yaitu:

- a. Mahasiswa aktif di perguruan tinggi Kota Kediri
- b. Aktif menggunakan media sosial
- c. Mengetahui isu boikot produk pro-Israel
- d. Pernah atau sedang menggunakan produk Unilever
- e. Berdomisili/beraktifitas di Kota Kediri setidaknya satu semester terakhir

Berdasarkan kriteria tersebut, peneliti menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu:

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang diperlukan

N : Jumlah keseluruhan total populasi

e : Tingkat kesalahan sampel (sampling error) = 5% ⁷

Taraf keyakinan/*Confidence Level* 95% akan kebenaran hasil dan Taraf Signifikansi 0,05 (memastikan hanya 5% saja kesalahan yang akan terjadi).⁸ Dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{56.967}{1 + 56.967(0,05)^2}$$

⁷ Hamdi Agustin, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Konsep dan Contoh Penelitian)*, 1 ed. (CV. Mega Press Nusantara, 2023). 108-109.

⁸ *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.86.

$$n = \frac{56.967}{1 + 56.967(0,0025)}$$

$$n = \frac{56.967}{1 + 142,4}$$

$$n = \frac{56.967}{143,4}$$

$$n = 397,2$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka diperoleh 398 responden untuk penelitian ini.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pernyataan tentang definisi dan pengaruh variabel-variabel di dalam sebuah penelitian secara operasional baik berdasarkan teori yang ada maupun pengalaman empiris yang terjadi selama berada di lapangan.⁹ Maka dalam penelitian ini peneliti membagi variabel menjadi dua yaitu:

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga dapat diperoleh informasi dan ditarik kesimpulan.¹⁰ Ada dua jenis variabel utama dalam konteks penelitian kuantitatif:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas): variabel yang memengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lain.¹¹ Dalam penelitian ini

⁹ Benny S. Pasaribu dkk., *METODOLOGI PENELITIAN Untuk Ekonomi dan Bisnis*, 1 ed., 1 (MEDIA EDU PUSTAKA; MEDIA EDU PUSTAKA, 2022). 67.

¹⁰ Agustin, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Konsep dan Contoh Penelitian)*. 111.

¹¹ *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*; Agustin, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Konsep dan Contoh Penelitian)*. 303.

variabel bebasnya adalah media sosial, gaya hidup, motivasi kemanusiaan, dan religiusitas. Indikator variabel bebas pada penelitian ini adalah:

a. Media sosial (X1)

Sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan serta pertukaran konten oleh pengguna (Kaplan, A. M., & Haenlein, M. 2010).¹² Media sosial memiliki beberapa komponen penting yang membentuk pengaruhnya dalam kehidupan individu. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media dalam membentuk opini, menyebarkan informasi, serta memengaruhi perilaku konsumsi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan indikator yang lebih spesifik untuk mengukur media sosial. Indikator tersebut merujuk pada aspek yang dikembangkan oleh Afifah, dkk (2024), yaitu *communication*, *context*, *connection*, dan *collaboration*.

Tabel 3. 1 Variabel Bebas (X1) Media Sosial

Variabel	Indikator
Media Sosial (X1)	<i>Communication</i> : Intensitas mahasiswa dalam menerima, mencari, dan menyebarkan informasi melalui media sosial. <i>Context</i> : Tingkat relevansi dan pentingnya informasi boikot bagi mahasiswa. <i>Connection</i> : Rasa solidaritas yang terbentuk antar mahasiswa. <i>Collaboration</i> : Keterlibatan mahasiswa dalam diskusi atau aktivitas di media sosial.

Sumber: Afifah, dkk (2024)¹³

¹² Kaplan dan Haenlein, "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media."

¹³ Afifah dkk., "Pengaruh Gerakan Boikot Produk Pro Israel di Media Sosial Terhadap Minat Beli Masyarakat Bandar Lampung."

b. Gaya hidup (X2)

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini (Kotler & Keller, 2016). Gaya hidup memiliki beberapa komponen penting yang mencerminkan pola hidup individu dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang mengalokasikan waktu, minat, serta pandangannya terhadap suatu objek atau fenomena. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan indikator yang lebih spesifik untuk mengukur gaya hidup. Indikator tersebut merujuk pada konsep aktivitas, minat, dan opini (AIO) yang dikembangkan oleh Kotler & Keller (2016).

Tabel 3. 2 Variabel Bebas (X2) Gaya Hidup

Variabel	Indikator
Gaya Hidup (X2)	Aktivitas: Kebiasaan rutin mahasiswa dalam menggunakan produk. Minat: Tingkat ketertarikan mahasiswa terhadap produk. Opini: Pandangan mahasiswa terhadap produk dan isu boikot..

Sumber: Kotler & Keller (2016)¹⁴

c. Motivasi kemanusiaan (X3)

Motivasi kemanusiaan merupakan dorongan yang timbul dari empati terhadap penderitaan orang lain dan mendorong tindakan untuk membantu tanpa mengharapkan imbalan (Batson, 2011).¹⁵ Motivasi kemanusiaan memiliki beberapa komponen penting yang mendorong individu untuk bertindak berdasarkan empati terhadap orang lain. Motivasi ini berkaitan dengan dorongan moral untuk membantu dan menunjukkan kepedulian

¹⁴ Kotler, *Marketing Management*.

¹⁵ C. Daniel Batson dkk., "Is Empathic Emotion a Source of Altruistic Motivation?," *American Psychological Association* 40, no. 2 (1981): 290–302, <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0022-3514.40.2.290>.

terhadap isu kemanusiaan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan indikator yang lebih spesifik untuk mengukur motivasi kemanusiaan. Indikator tersebut merujuk pada aspek yang dikembangkan oleh Pandey, Ahmad & Gautam (2020), yaitu *making a difference*, *clean hands*, *expressing concern*, dan *willingness to punish*.

Tabel 3. 3 Variabel Bebas (X3) Motivasi Kemanusiaan

Variabel	Indikator
Motivasi Kemanusiaan (X3)	<i>Making a Difference</i>: Tindakan yang dilakukan dapat memberikan dampak nyata dan positif terhadap isu kemanusiaan. <i>Clean Hands</i>: Melepaskan diri dari segala bentuk dukungan, baik langsung maupun tidak langsung, terhadap pihak yang dianggap melanggar etika. <i>Expressing Concern</i>: Mengekspresikan empati dan kepedulian secara terbuka terhadap korban konflik kemanusiaan. <i>Willingness to Punish</i>: Memberikan sanksi atau hukuman, seperti melakukan boikot, terhadap perusahaan yang dianggap melanggar nilai-nilai kemanusiaan.

Sumber: Pandey, Ahmad & Gautam (2020)¹⁶

d. Religiusitas (X4)

Religiusitas merupakan tingkat ketaatan seseorang terhadap ajaran agamanya yang tercermin dalam sikap dan perilaku sehari-hari (Sulistiyono, 2016).¹⁷ Religiusitas memiliki beberapa komponen penting yang mencerminkan tingkat keimanan dan ketaatan seseorang terhadap ajaran agama. Religiusitas tidak hanya berkaitan dengan keyakinan, tetapi juga praktik dan pengalaman keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan indikator yang lebih spesifik untuk mengukur religiusitas. Indikator tersebut merujuk pada aspek yang dikembangkan oleh Huber & Huber (2012), yaitu pengetahuan, ideologi/keyakinan, praktik publik, praktik pribadi, dan pengalaman.

¹⁶ Pandey dkk., "An Analysis of Consumer Motivations for Boycott."

¹⁷ Maulana dkk., "Pengaruh Brand Awareness dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Customer Produk Pro-Israel."

Tabel 3. 4 Variabel Bebas (X4) Religiusitas

Variabel	Indikator
Religiusitas (X4)	Pengetahuan: Pemahaman terhadap ajaran agama. Ideologi/Keyakinan: Tingkat keyakinan terhadap nilai agama. Praktik Publik: Aktivitas keagamaan di lingkungan sosial. Praktik Pribadi: Ibadah individu sehari-hari. Pengalaman: Pengalaman spiritual individu.

Sumber: Huber & Huber (2012); Zahiidah,dkk¹⁸

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat): Variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel independen.¹⁹ Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Kota Kediri pada Produk Terafiliasi Isu Boikot (Y) sebagai variabel terikat (dependen). Perilaku konsumsi memiliki beberapa komponen penting yang menggambarkan bagaimana individu dalam mengambil keputusan terkait penggunaan suatu produk. Perilaku ini mencerminkan respon individu terhadap berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan indikator yang merujuk pada hasil adaptasi indikator yang dikembangkan oleh Alfian dan Susilowati (2025), dengan tetap mempertahankan substansi makna dari masing-masing indikator, yaitu *participation*, *negative attitude*, *information seeking*, dan *advocacy behavior*.

¹⁸ Zahiidah dkk., “Pengaruh Religiusitas dan Self Enhancement Terhadap Niat Memboikot pada Makanan Cepat Saji (Studi Kasus Konsumen Kota Depok).”

¹⁹ Agustin, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Konsep dan Contoh Penelitian)*.113.

Tabel 3. 5 Variabel Terikat (Y) Perilaku Konsumsi

Variabel	Indikator
Perilaku Konsumsi (Y)	<i>Participation</i> : Keterlibatan dalam boikot melalui keputusan menggunakan atau menghindari pembelian produk yang diboikot
	<i>Negative Attitude</i> : Sikap atau pandangan negatif terhadap produk yang menjadi sasaran boikot
	<i>Information Seeking</i> : Upaya mencari informasi mengenai produk yang diboikot dan isu boikot
	<i>Advocacy Behavior</i> : Tindakan mengajak atau memengaruhi orang lain untuk ikut berpartisipasi dalam boikot

Sumber: Alfian dan Susilowati (2025)²⁰

E. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data merupakan asal informasi yang digunakan dalam penelitian. Secara umum, sumber data dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti melalui metode seperti penyebaran kuesioner untuk menjawab permasalahan penelitian. Sementara itu, data sekunder merupakan data yang telah tersedia dan diperoleh dari pihak lain, seperti jurnal ilmiah, internet, dokumen, maupun laporan yang relevan dengan penelitian.²¹

F. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Instrumen yang digunakan disusun berdasarkan skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai 5,²² yang digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan.²³ Skala Likert digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan

²⁰ Alfian dan Susilowati, “Analisis Dampak syarikah (Boikot, Divestasi, Sanksi) Campaign Terhadap Perilaku Brand-Switching Konsumen Muslim Dari Brand Terafiliasi Israel Ke Brand Lokal.”

²¹ M. S. Harikrishna Rao dkk., *MARKETING RESEARCH*, 1 ed., 1 (Himalaya Publishing, 2018), <https://dokumen.pub/marketing-research-2018.html>. hal 54-56.

²² Agustin, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Konsep dan Contoh Penelitian)*. 91.

²³ Abdullah dkk., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. 58.

penilaian individu terhadap suatu objek atau fenomena. Indikator-indikator dalam penelitian ini dijadikan sebagai dasar dalam penyusunan item pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden.²⁴ Setiap pernyataan dalam kuesioner menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap variabel yang diteliti. Metode ini bertujuan untuk memperoleh data mengenai pengaruh media sosial, gaya hidup, motivasi kemanusiaan, dan religiusitas terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pada produk terafiliasi isu boikot.

G. Prosedur Pengolahan Data

1. *Editing* (Pemeriksaan Data)

Pengeditan adalah pemeriksaan atau koreksi data yang telah dikumpulkan. Pengeditan dilakukan karena kemungkinan data yang masuk tidak sesuai dengan kebutuhan. Pengeditan data dilakukan untuk melengkapi kekurangan atau menghilangkan kesalahan yang terdapat pada data mentah. Kesalahan data dapat dihilangkan dengan membuang data yang tidak memenuhi syarat untuk dianalisis.

2. *Coding* (Kode)

Coding (pengkodean) data adalah penerapan kode-kode spesifik pada setiap jenis data, seperti membuat kategori untuk jenis data yang serupa. Kode adalah simbol unik berupa angka atau huruf untuk mengidentifikasi data. Kode yang diberikan dapat digunakan sebagai data

²⁴ Azahra, "Analisis Theory Of Planned Behavior (TPB) Pada Masyarakat Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah Dalam Usaha Pertanian Di Kecamatan Tumijajar.". 45-46.

kuantitatif (skor).²⁵

3. *Scoring* (Skor)

Penilaian diterapkan pada setiap jawaban individu dan ditentukan oleh tingkat pilihan berikut: ²⁶

- a. (SS) Sangat Setuju : skor nilai 5
- b. (S) Setuju : skor nilai 4
- c. (N) Netral : skor nilai 3
- d. (TS) Tidak Setuju : skor nilai 2
- e. (STS) Sangat Tidak Setuju : skor nilai 1

4. *Tabulating*

Tabulasi adalah proses menempatkan data dalam bentuk tabel dengan cara membuat tabel yang berisikan data sesuai dengan kebutuhan analisis. Tabel yang dibuat sebaiknya mampu meringkas semua data yang akan dianalisis.²⁷

5. *Processing*

Pengolahan Data analisis dan tahap perhitungan didasarkan pada analisis statistik. Prosedur statistik ini dilakukan menggunakan SPSS untuk memperoleh data yang lebih objektif.

H. Uji Instrumen Penelitian

Sebelum instrumen digunakan untuk mengukur variabel penelitian, dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas guna memastikan bahwa

²⁵ Muhamad Afifuddin Nur dan Made Saihu, "PENGOLAHAN DATA," 25 Juli 2024 2, no. 11 (2024): 172-173.

²⁶ *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. 142.

²⁷ Nur dan Saihu, "PENGOLAHAN DATA." 173.

instrumen tersebut layak digunakan.

a. Uji Instrumen (Uji Validitas, Uji Realibilitas)

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan rhitung dengan rtabel menggunakan rumus (*r product moment*). Suatu pernyataan dinyatakan valid apabila rhitung lebih besar dari rtabel serta bersifat positif.²⁸

Keabsahan instrumen ini dianalisis menggunakan korelasi *pearson product moment*. Suatu pernyataan dalam kuesioner dianggap valid atau tidak berdasarkan tingkat signifikansi 5% dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka item-item kuesioner dinyatakan valid
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka item-item kuesioner dinyatakan tidak valid²⁹

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi atau keandalan instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha yang menunjukkan tingkat konsistensi yang baik. Adapun kriteria penilaian reliabilitas adalah sebagai berikut:

²⁸ Zainuddin Iba dan Aditya Wardhana, *Riset Manajemen Menggunakan SPSS dan Smart-PLS Implementasi pada Manajemen SDM, Pemasaran, Keuangan, Pendidikan, Kesehatan, Pemerintahan, & Kewirausahaan*, 1 ed. (CV.EUREKA MEDIA AKSARA, 2024). 48.

²⁹ *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. 104.

- 1) Nilai alpha di antara rentang nilai 0,00-0,2 yaitu kurang reliable.
- 2) Nilai alpha di antara rentang nilai 0,21-0,4 yaitu agak reliable.
- 3) Nilai alpha di antara rentang nilai 0,41-0,60 yaitu cukup reliable.
- 4) Nilai alpha di antara rentang nilai 0,61-0,8 yaitu reliable
- 5) Nilai alpha 0,81-1,00 artinya sangat reliabel.³⁰

A. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data, sedangkan statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian melalui uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda. Penjelasan masing-masing teknik analisis adalah sebagai berikut:

- 1 Statistik Deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai data penelitian, seperti nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Statistik ini membantu memahami persebaran dan kecenderungan data sebelum dilakukan pengujian lebih lanjut.³¹
- 2 Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual terdistribusi secara normal. Pengujian dapat dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal.
- 3 Multikolinearitas. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi

³⁰ Iba dan Wardhana, *Riset Manajemen Menggunakan SPSS dan Smart-PLS Implementasi pada Manajemen SDM, Pemasaran, Keuangan, Pendidikan, Kesehatan, Pemerintahan, & Kewirausahaan*. 66.

³¹ *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

korelasi tinggi antar variabel independen. Indikator tidak terjadi multikolinearitas adalah jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10.³²

- 4 Uji Heterokedanstisitas adalah untuk menentukan apakah terdapat perbedaan variasi antara satu pengamatan residual dengan pengamatan residual lainnya. Uji dilakukan menggunakan pola pada grafik scatterplot. Jika tidak ada pola tertentu pada grafik, maka data bebas dari heteroskedastisitas.³³
- 5 Uji Regresi Berganda. Metode ini digunakan untuk memprediksi suatu variabel berdasarkan variabel lain.³⁴ Regresi berganda menganalisis hubungan antara dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen.³⁵

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

- a. Y = Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Kota Kediri pada Produk Terafiliasi Isu Boikot
- b. X1 = Media Sosial
- c. X2 = Gaya Hidup
- d. X3 = Motivasi Kemanusiaan
- e. X4 = Religiusitas
- f. a = konstanta

³² Iba dan Wardhana, *Riset Manajemen Menggunakan SPSS dan Smart-PLS Implementasi pada Manajemen SDM, Pemasaran, Keuangan, Pendidikan, Kesehatan, Pemerintahan, & Kewirausahaan*. 66.

³³ S. Sahir, *Metodologi Penelitian*, 1 ed. (Kbm Indonesia, 2021). 71.

³⁴ Ali Sahab, *Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik Dengan SPSS* (Airlangga University Press, 2018).

³⁵ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, 1 ed. (CV. WADE GROUP, 2016).

- g. b_1, b_2, b_3, b_4 = koefisien regresi masing-masing variabel independen
- h. e = *error term*

6. Uji Hipotesis (Uji F, Uji T, Koefisien Determinasi)

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan, serta mengukur seberapa besar kontribusi model

- a. Uji F ini digunakan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh dari variabel bebas yang bersamaan terhadap variabel terikat. Jika probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Uji-t ini berguna untuk menentukan apakah ada hubungan antara variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini. Tidak ada hubungan antara variabel dependen dan independen jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$. Ada hubungan antara variabel dependen dan independen jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$.
- c. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengevaluasi kemampuan model regresi dalam menganalisis variabel dependen berdasarkan prinsip bahwa variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) berada pada rentang 0 sampai 1. Semakin mendekati 1, maka semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, semakin mendekati 0, maka kemampuan

variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin kecil.³⁶

³⁶ Sahir, *Metodologi Penelitian*.