

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan kerangka kerja ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian sehingga dapat membantu peneliti dalam memecahkan permasalahan yang dikaji. Menurut Sugiyono (2023), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu agar data yang dihasilkan dapat digunakan secara objektif dalam menjawab permasalahan penelitian. Pendekatan ilmiah ini diperlukan agar proses penelitian dapat dilakukan secara terarah dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Melalui metode penelitian yang tepat, peneliti dapat menghasilkan informasi yang bersifat objektif, valid, dan akurat berdasarkan proses pengumpulan serta pengolahan data yang terstruktur.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran variabel secara numerik serta pengujian hubungan antarvariabel menggunakan data statistik. Metode ini dianggap sesuai untuk menjelaskan fenomena penelitian secara objektif berdasarkan data yang diperoleh dari responden.

Menurut Sugiyono (2023), metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dalam metode ini dilakukan melalui

penggunaan instrumen penelitian yang disusun secara sistematis. Selanjutnya, data dianalisis secara kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menggambarkan kondisi variabel dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Data yang telah diperoleh dari responden kemudian dianalisis dengan menggunakan landasan teori yang relevan agar hasil penelitian dapat dipahami secara komprehensif. Analisis data ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi objek penelitian yang diteliti. Dengan demikian, kesimpulan yang dihasilkan tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memiliki dasar teoritis dan empiris yang kuat.

Sugiyono (2023) menyatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan kondisi suatu variabel penelitian, baik satu variabel maupun lebih. Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk membandingkan atau menghubungkan antarvariabel. Dalam penelitian ini, metode deskriptif digunakan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pembuatan konten dan pilihan saluran media sosial sebagai bentuk *transformasi* digital pada *brand Fashion Mouva*.

Selanjutnya, penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2023) merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis. Metode ini dilakukan dengan menguji hubungan antara dua variabel atau lebih melalui pendekatan statistik. Dalam penelitian ini, metode verifikatif digunakan untuk menguji pengaruh pembuatan konten (X_1) dan pilihan saluran media sosial (X_2) terhadap *transformasi* digital (Y) pada *Fashion Mouva*.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama penelitian yang disebarakan kepada responden.

Kuesioner digunakan karena mampu mengumpulkan data secara efisien dan seragam sesuai dengan variabel yang diteliti. Seluruh jawaban responden selanjutnya dicatat, diolah, dan dianalisis secara kuantitatif untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh pembuatan konten dan pilihan saluran media sosial terhadap *transformasi* digital pada *brand Fashion Mouva*.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi operasional dalam penelitian ini merupakan penjabaran variabel penelitian ke dalam konsep yang dapat diamati dan diukur secara empiris sesuai dengan judul dan paradigma penelitian yang telah dirumuskan. Variabel yang diteliti terdiri atas variabel *independen* (X_1) yaitu Pembuatan Konten, variabel *independen* (X_2) yaitu Pilihan Saluran Media Sosial, serta variabel dependen (Y) yaitu *transformasi* digital pada *Fashion Mouva*. Setiap variabel tersebut dioperasionalkan untuk memastikan bahwa konsep yang diteliti dapat diukur secara sistematis dan objektif.

Operasionalisasi variabel disusun dalam bentuk tabel yang memuat uraian mengenai dimensi, indikator, serta skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian. Penyajian operasional variabel ini bertujuan untuk memberikan kejelasan mengenai cara pengukuran masing-masing variabel. Dengan demikian, proses analisis data dapat dilakukan secara terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan unsur yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari guna memperoleh data yang dibutuhkan dalam menjawab permasalahan penelitian. Menurut Sugiyono (2023), variabel adalah segala

sesuatu yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti sehingga dapat diperoleh data dan ditarik kesimpulan mengenai fenomena yang diamati. Dalam penelitian ini, pengukuran variabel dilakukan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner, kemudian data yang diperoleh dianalisis untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antarvariabel.

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel *independen* (variabel bebas) dan variabel *dependen* (variabel terikat). Variabel *independen* berperan sebagai faktor yang memengaruhi perubahan pada variabel lainnya. Sementara itu, variabel *dependen* merupakan variabel yang dipengaruhi sebagai akibat dari perubahan pada variabel *independen*.

1. Variabel *Independen* (X)

Menurut Sugiyono (2023), variabel *independen* adalah variabel yang menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel *dependen*. Dalam penelitian ini, variabel *independen* terdiri dari dua variabel, yaitu sebagai berikut.

a. Pembuatan Konten (X₁)

Pembuatan konten merupakan proses perancangan dan produksi konten digital yang disajikan melalui media berbasis teknologi informasi. Appel *et al.* (2020) menjelaskan bahwa konten digital berperan sebagai sarana utama dalam membangun interaksi berbasis teknologi serta mendorong munculnya ide-ide baru dalam lingkungan digital. Dalam konteks penelitian ini, pembuatan konten dipandang sebagai aktivitas kreatif yang mendukung terciptanya *transformasi* digital melalui pemanfaatan media sosial secara optimal.

b. Pilihan Saluran Media Sosial (X_2)

Pilihan saluran media sosial merujuk pada pemilihan *Platform* digital yang digunakan sebagai media distribusi konten dan interaksi berbasis teknologi. Menurut Peres *et al.* (2024), pemilihan *Platform* digital yang tepat memungkinkan organisasi untuk menyesuaikan karakteristik teknologi dengan kebutuhan pengguna serta dinamika lingkungan digital. Dalam penelitian ini, pilihan saluran media sosial mencerminkan bagaimana *Fashion Mouva* memanfaatkan berbagai *Platform* digital untuk mendukung proses *transformasi* digital secara berkelanjutan.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independen* dan menjadi fokus utama dalam penelitian. Sugiyono (2023) menyatakan bahwa variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh perubahan pada variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *transformasi* digital (Y).

a. *Transformasi* Digital (Y)

Transformasi digital merupakan proses perubahan organisasi melalui pemanfaatan teknologi digital yang mencakup strategi, proses bisnis, dan interaksi dengan konsumen untuk menciptakan nilai baru. Peter C. Verhoef *et al.* (2021) menjelaskan bahwa *transformasi* digital tidak hanya melibatkan penggunaan teknologi, tetapi juga perubahan model bisnis dan pengalaman pelanggan. Dalam konteks *Fashion Mouva*, *transformasi* digital tercermin dari pemanfaatan pembuatan konten dan pemilihan saluran media sosial sebagai bagian dari strategi digital untuk meningkatkan keterlibatan konsumen dan memperkuat citra merek.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini berfungsi sebagai tahapan untuk menjabarkan setiap variabel penelitian ke dalam bentuk yang dapat diamati dan diukur secara empiris. Setiap variabel perlu didefinisikan secara operasional agar proses pengukuran dapat dilakukan secara sistematis menggunakan instrumen penelitian yang sesuai. Menurut Sugiyono (2023), definisi operasional variabel merupakan penjelasan mengenai variabel penelitian yang dirumuskan dalam bentuk konsep yang dapat diukur sehingga menghasilkan data yang akurat dan objektif.

Melalui operasionalisasi variabel, konsep yang bersifat abstrak dapat diterjemahkan menjadi dimensi dan indikator yang lebih konkret. Proses ini dilakukan dengan merinci variabel penelitian ke dalam unsur-unsur yang jelas, mulai dari dimensi, indikator, hingga skala pengukuran yang digunakan. Dengan demikian, setiap variabel dalam penelitian ini dapat dipahami secara konsisten serta meminimalkan perbedaan penafsiran dalam proses pengumpulan dan analisis data.

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Pembuatan Konten (X₁) Pembuatan konten merupakan proses perancangan dan penyajian konten digital yang menekankan aspek kreativitas, relevansi, konsistensi, interaktivitas, serta efektivitas dalam menyampaikan informasi melalui media digital. (Kim & Ko, 2021:45)	1. Kreativitas Konten	Kemampuan menghasilkan ide konten yang kreatif	Tingkat kreativitas konten	Ordinal	1
		Kemampuan menyajikan konten yang menarik	Tingkat daya tarik konten	Ordinal	2
	2. Relevansi Konten	Kesesuaian konten dengan kebutuhan digital	Tingkat relevansi konten	Ordinal	3
		Kesesuaian konten dengan karakter <i>brand</i>	Tingkat kesesuaian konten	Ordinal	4
	3. Konsistensi Konten	Konsistensi tema konten	Tingkat konsistensi tema	Ordinal	5

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	4. Interaktivitas Konten	Konsistensi frekuensi unggahan	Tingkat konsistensi unggahan	Ordinal	6
		Kemampuan konten mendorong interaksi	Tingkat interaktivitas konten	Ordinal	7
		Respons terhadap interaksi digital	Tingkat respons digital	Ordinal	8
	5. Efektivitas Konten	Kejelasan pesan dalam konten	Tingkat efektivitas pesan	Ordinal	9
		Kemudahan konten dipahami	Tingkat kemudahan dipahami	Ordinal	10
Pilihan Saluran Media Sosial (X₂) Pilihan saluran media sosial merupakan keputusan dalam menentukan <i>Platform</i> digital yang digunakan berdasarkan kesesuaian teknologi, keterlibatan audiens, efektivitas komunikasi, serta kemudahan akses. (Kaplan & Haenlein, 2020:58)	1. Kesesuaian <i>Platform</i>	Kesesuaian <i>Platform</i> dengan jenis konten	Tingkat kesesuaian <i>Platform</i>	Ordinal	11
		Kesesuaian <i>Platform</i> dengan kebutuhan digital	Tingkat kecocokan <i>Platform</i>	Ordinal	12
	2. Keterlibatan Audiens Engagement	Tingkat interaksi pada <i>Platform</i>	Tingkat keterlibatan digital	Ordinal	13
		Intensitas respons digital	Tingkat intensitas interaksi	Ordinal	14
	3. Efektivitas Komunikasi	Kejelasan penyampaian informasi	Tingkat efektivitas komunikasi	Ordinal	15
		Kemudahan menerima informasi	Tingkat kejelasan informasi	Ordinal	16
	4. Kemudahan Akses	Kemudahan penggunaan <i>Platform</i>	Tingkat kemudahan akses	Ordinal	17
		Kemudahan menjangkau konten	Tingkat kemudahan jangkauan	Ordinal	18
	5. Jangkauan Platfrom	Platform membantu meningkatkan pengenalan merek	Tingkat peningkatan brand awareness melalui platfrom	Ordinal	19
		Kemampuan Platform menjangkau audiens sasaran	Tingkat kesesuaian jangkauan platform dengan target audiens	Ordinal	20

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Transformasi Digital Y) <i>Transformasi digital merupakan proses perubahan organisasi yang melibatkan pengembangan model bisnis, proses, produk, interaksi, dan integrasi berbasis teknologi digital untuk meningkatkan kemampuan adaptasi dan penciptaan nilai organisasi. (Verhoef et al., 2021: 889–890)</i>	1. Interaksi Digital	Peningkatan interaksi pelanggan melalui media sosial	Tingkat interaksi pelanggan pada media sosial <i>Fashion Mouva</i>	Ordinal	21
		Peningkatan keterlibatan pelanggan pada konten digital	Tingkat keterlibatan pelanggan terhadap konten digital <i>Fashion Mouva</i>	Ordinal	22
	2. Responsivitas Digital	Kecepatan merespons kebutuhan pelanggan	Tingkat kecepatan <i>Fashion Mouva</i> dalam merespons pelanggan melalui media sosial	Ordinal	23
		Kemampuan mengikuti tren digital	Tingkat kemampuan <i>Fashion Mouva</i> mengikuti tren digital	Ordinal	24
	3. Integrasi Digital	Keterhubungan antar platform digital	Tingkat keterhubungan penggunaan berbagai platform digital <i>Fashion Mouva</i>	Ordinal	25
		Konsistensi informasi digital	Tingkat konsistensi informasi pada media sosial <i>Fashion Mouva</i>	Ordinal	26
	4. Adaptasi Digital	Kemampuan menyesuaikan diri terhadap perubahan digital	Tingkat kemampuan <i>Fashion Mouva</i> beradaptasi terhadap perubahan digital	Ordinal	27
		Kemampuan mengikuti perkembangan teknologi digital	Tingkat kemampuan <i>Fashion Mouva</i> mengikuti perkembangan teknologi digital	Ordinal	28
	5. Kapabilitas Digital	Kemampuan memanfaatkan	Tingkat kemampuan penggunaan media sosial	Ordinal	29

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		media sosial untuk bisnis	dalam kegiatan bisnis		
		Pengembangan kemampuan digital bisnis	Tingkat pengembangan kemampuan digital dalam aktivitas bisnis <i>Fashion Mouva</i>	Ordinal	30

Sumber: Hasil olah data oleh peneliti (2026)

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Dalam penelitian, penentuan objek atau subjek penelitian merupakan langkah awal yang penting agar permasalahan yang dikaji dapat dianalisis secara sistematis dan tepat sasaran. Objek atau subjek tersebut kemudian dirumuskan dalam bentuk populasi, yaitu keseluruhan elemen yang menjadi fokus penelitian dan memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Penetapan populasi yang jelas membantu peneliti dalam mengarahkan proses pengumpulan serta pengolahan data secara lebih terstruktur.

Untuk meningkatkan efisiensi penelitian, peneliti tidak selalu meneliti seluruh populasi, melainkan mengambil sebagian elemen yang dianggap mampu mewakili populasi tersebut, yang disebut sebagai sampel. Penentuan sampel dilakukan berdasarkan karakteristik tertentu agar data yang diperoleh tetap relevan dan akurat. Oleh karena itu, penetapan populasi, sampel, serta teknik sampling perlu dilakukan secara cermat agar penelitian menghasilkan data yang sesuai dengan tujuan dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah (Sugiyono, 2023).

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari,

sehingga dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian (Sugiyono, 2023). Penetapan populasi dilakukan agar penelitian memiliki batasan yang jelas dan data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, populasi ditentukan berdasarkan fokus penelitian pada *brand Fashion Mouva* yang memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari *transformasi Digital*. Populasi penelitian meliputi seluruh pengikut (*followers*) akun media sosial *Instagram* dan *TikTok* Mouva, karena pengikut tersebut merupakan pihak yang secara langsung terpapar pembuatan konten serta penggunaan saluran media sosial yang dilakukan oleh Mouva.

Berdasarkan data terbaru, jumlah *followers* akun *Instagram* Mouva sebanyak 29.900 akun, sedangkan jumlah *followers* akun *TikTok* Mouva sebanyak 5.648 akun. Dengan demikian, total populasi dalam penelitian ini adalah 35.548 *followers*, yang selanjutnya menjadi dasar dalam penentuan sampel penelitian.



Gambar 3. 1 *Followers Instagram Mouva*

Sumber : *Instagram* Mouva (2026)



Gambar 3. 2 *Followers TikTok Mouva*

Sumber : *TikTok* Mouva (2026)

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2023), sampel adalah sebagian

dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Penentuan sampel dilakukan agar proses penelitian dapat berjalan secara efektif dan efisien tanpa mengurangi ketepatan hasil yang diperoleh.

Dalam penelitian ini, sampel diambil dari *followers* akun media sosial *Instagram* dan *TikTok* Mouva yang termasuk dalam populasi penelitian. Penentuan jumlah sampel dilakukan secara *representatif* dengan mempertimbangkan jumlah populasi yang telah diketahui secara pasti, yaitu sebanyak 35.548 *followers*. Dengan demikian, sampel yang dipilih diharapkan mampu menggambarkan kondisi populasi secara menyeluruh.

Untuk menentukan ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*error tolerance*) sebesar 10%. Penggunaan rumus ini bertujuan untuk memperoleh jumlah sampel yang sesuai dan dapat mewakili populasi penelitian.

Adapun rumus Slovin yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e^2)}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan

Berdasarkan rumus tersebut, maka perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{35.548}{1 + 35.548 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{35.548}{1 + 355,48}$$

$$n = \frac{35.548}{356,48} = 99,7$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden. Jumlah sampel tersebut dinilai telah mewakili populasi dan dapat digunakan untuk memperoleh data yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan metode yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan dijadikan responden dalam suatu penelitian. Penentuan teknik sampling yang tepat diperlukan agar sampel yang dipilih mampu mewakili populasi secara akurat dan sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2023), teknik sampling merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mengambil sebagian anggota populasi sebagai sampel penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel. Teknik ini dipilih karena populasi penelitian memiliki karakteristik yang relatif homogen, yaitu sama-sama merupakan *followers* akun media sosial *Instagram* dan *TikTok* Mouva. Dengan demikian, setiap anggota populasi memiliki peluang yang setara untuk menjadi responden penelitian.

Jenis *probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata atau tingkatan tertentu dalam populasi (Sugiyono, 2023). Pemilihan teknik ini didasarkan pada kondisi bahwa seluruh *followers*

Mouva berada dalam satu kelompok populasi yang sama dan tidak dibedakan berdasarkan kategori tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan *kuesioner* secara online melalui *Google Form* kepada responden yang terpilih secara acak.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan prosedur yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi yang diperlukan secara sistematis dan terarah guna mendukung proses analisis penelitian. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu penelitian lapangan (*field research*) untuk memperoleh data primer dan penelitian kepustakaan (*library research*) untuk memperoleh data sekunder. Kedua teknik tersebut digunakan secara saling melengkapi agar data yang dihasilkan bersifat komprehensif dan relevan dengan tujuan penelitian.

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan dilakukan untuk memperoleh data primer yang berhubungan langsung dengan objek penelitian, yaitu *Brand Fashion Mouva*. Data primer dikumpulkan melalui keterlibatan langsung peneliti dengan responden dan kondisi aktual di lapangan, sehingga informasi yang diperoleh mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Adapun teknik pengumpulan data lapangan yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data penelitian. Menurut Sugiyono (2023:219), *kuesioner* merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menyusun sejumlah pertanyaan tertulis untuk

dijawab oleh responden. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarikan kepada pengikut akun *Instagram* dan *TikTok* Mouva guna memperoleh tanggapan terkait pembuatan konten dan pilihan saluran media sosial sebagai bentuk *transformasi* digital yang diterapkan oleh *brand* tersebut.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dan kontekstual. Sugiyono (2023:214) menyatakan bahwa wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab secara langsung antara peneliti dan pihak yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan pihak internal *Brand Fashion* Mouva guna memperoleh penjelasan mengenai proses pembuatan konten serta pemilihan saluran media sosial yang digunakan dalam mendukung *transformasi* digital.

c. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas digital *Brand Fashion* Mouva, khususnya terkait bentuk konten yang dipublikasikan serta penggunaan berbagai saluran media sosial. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai implementasi pembuatan konten dan pemilihan saluran media sosial dalam praktik, sehingga dapat memperkuat hasil data yang diperoleh dari kuesioner dan wawancara.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan digunakan untuk memperoleh data sekunder yang berfungsi sebagai landasan teoritis dan pendukung analisis penelitian. Data sekunder diperoleh melalui penelusuran berbagai sumber tertulis yang relevan

dengan topik penelitian mengenai pembuatan konten, pilihan saluran media sosial, dan *transformasi* digital. Adapun bentuk penelitian kepustakaan yang digunakan meliputi:

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan dengan mempelajari buku-buku referensi yang berkaitan dengan metodologi penelitian, media sosial, konten digital, dan *transformasi* digital sebagai dasar dalam penyusunan kerangka teoritis penelitian.

b. Jurnal Ilmiah

Peneliti memanfaatkan jurnal ilmiah nasional dan internasional yang relevan untuk memperoleh hasil penelitian terdahulu, konsep, serta temuan empiris yang berkaitan dengan variabel penelitian. Jurnal digunakan sebagai sumber rujukan utama untuk memperkuat validitas akademik penelitian.

c. Sumber Internet

Selain buku dan jurnal, peneliti juga menggunakan sumber internet yang *kredibel*, seperti laporan resmi, publikasi ilmiah, dan artikel akademik, guna memperoleh informasi terkini yang mendukung pemahaman terhadap perkembangan *transformasi* digital pada industri *fashion*.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian perlu diuji sebelum digunakan untuk memastikan bahwa alat ukur yang dipakai mampu menghasilkan data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Uji instrumen dilakukan untuk menilai kelayakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan mampu merepresentasikan variabel yang

diteliti serta mudah dipahami oleh responden. Dengan instrumen yang telah diuji, data yang diperoleh diharapkan lebih tepat dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, uji instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan. Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana setiap butir pertanyaan mampu mengukur konsep yang dimaksud, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden terhadap instrumen penelitian. Hanya instrumen yang valid dan reliabel yang akan digunakan dalam proses pengumpulan dan analisis data penelitian.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan prosedur yang digunakan untuk menilai sejauh mana data yang diperoleh melalui instrumen penelitian benar-benar mencerminkan kondisi yang terjadi pada objek yang diteliti. Dengan kata lain, pengujian ini bertujuan memastikan bahwa setiap butir pertanyaan mampu mengukur konsep yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid akan menghasilkan data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan dalam analisis penelitian.

Menurut Sugiyono (2023), uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada setiap butir pertanyaan dengan skor total seluruh instrumen. Hal ini bertujuan untuk menilai konsistensi hubungan antara masing-masing item dengan keseluruhan konstruk yang diukur. Suatu item dikatakan valid jika koefisien korelasinya memenuhi kriteria yang ditetapkan berdasarkan jumlah responden dan tingkat signifikansi yang digunakan.

Metode yang umum digunakan dalam uji validitas adalah *Pearson Product Moment*, yaitu teknik korelasi yang mengukur hubungan linear antara skor item pertanyaan dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah:

$$r_{xy} = \frac{n (\sum XiYi) - (\sum Xi) (\sum Yi)}{\sqrt{\{n (\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\} \{n (\sum Yi)^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi

n : Jumlah responden uji coba

$\sum x$: Jumlah hasil pengamatan variabel x

$\sum y$: Jumlah hasil pengamatan variabel y

$\sum xy$: Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel x dan variabel y

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat pada masing-masing skor x

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat pada masing-masing skor y

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika $R_{hitung} > R_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- Jika $R_{hitung} < R_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Menurut Sugiyono (2023:181), suatu item instrumen dianggap valid apabila nilai koefisien korelasi item dengan skor total instrumen menunjukkan hubungan yang positif dan nilainya memenuhi syarat minimum tertentu. Dalam konteks uji validitas statistik, syarat minimal yang sering digunakan adalah nilai korelasi $\geq 0,30$, di mana nilai tersebut menunjukkan bahwa item pertanyaan memiliki keterkaitan yang signifikan dengan keseluruhan instrumen. Oleh karena itu, setiap butir pertanyaan yang menghasilkan nilai korelasi di bawah 0,30 perlu direvisi karena tidak memenuhi kriteria validitas.

Dalam penelitian ini, uji validitas instrumen dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Analisis validitas ditampilkan melalui output SPSS, khususnya pada tabel *Item-Total Statistics*, di mana kolom *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan sejauh mana setiap butir pertanyaan memiliki hubungan yang konsisten dan relevan terhadap skor total instrumen. Item pernyataan dinyatakan valid jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar atau sama dengan 0,30 sesuai standar yang digunakan.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau memberikan hasil yang konsisten jika digunakan berulang kali pada objek yang sama. Dalam penelitian, reliabilitas mencerminkan tingkat konsistensi dan stabilitas data yang diperoleh, sehingga data yang tidak reliabel tidak layak dianalisis karena berpotensi menghasilkan kesimpulan yang bias. Menurut Sugiyono (2023), reliabilitas menunjukkan seberapa konsisten respons responden terhadap alat ukur, dan karena itu uji reliabilitas harus dilakukan setelah instrumen dinyatakan valid.

Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha* (α) melalui bantuan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Metode ini menilai konsistensi internal antar butir pertanyaan dalam kuesioner, yaitu seberapa homogen jawaban yang diberikan responden terhadap item-item yang dirancang untuk mengukur konstruk yang sama. Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai koefisien *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan mencapai atau melebihi batas minimal yang ditetapkan, yang menunjukkan bahwa jawaban responden konsisten satu sama lain.

Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien *Cronbach Alpha* memperhitungkan jumlah item serta varians skor tiap item dan varians total skor instrumen. Nilai *Cronbach Alpha* berkisar antara 0 hingga 1; semakin tinggi nilainya, semakin tinggi pula tingkat reliabilitas instrumen. Dengan demikian, pengujian reliabilitas menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat memberikan hasil pengukuran yang stabil dan dapat dipercaya dalam penelitian. Rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_1 = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan

r_1 : Reliabilitas Instrumen

K : Banyaknya butir pernyataan atau banyaknya soal

B : Variabel no genap

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varians butir

σ_t^2 : Varians Total

Suatu instrumen dikatakan memiliki reliabilitas yang baik atau cukup apabila nilai *Cronbach's Alpha* (α) yang dihasilkan mencapai atau melebihi 0,7. Sebaliknya, jika nilai α kurang dari 0,7, maka instrumen tersebut dianggap kurang reliabel atau memiliki konsistensi yang rendah. Nilai 0,7 umumnya dijadikan sebagai batas minimum untuk memastikan bahwa setiap item pertanyaan dalam instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang dapat diterima.

3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Analisis data merupakan tahapan yang dilakukan setelah seluruh data dari responden atau sumber lain berhasil dikumpulkan. Tahapan ini meliputi

pengelompokan data berdasarkan variabel penelitian dan karakteristik responden, penyajian data dalam bentuk tabel atau tabulasi, serta penyusunan data secara sistematis agar mudah dipahami. Proses analisis data juga mencakup perhitungan yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2023:206).

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, di mana setiap jawaban responden diberi skor menggunakan skala *Likert*. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu maupun kelompok terhadap fenomena sosial tertentu (Sugiyono, 2023:146). Melalui skala ini, variabel penelitian dijabarkan ke dalam indikator-indikator spesifik yang kemudian menjadi dasar penyusunan item instrumen, baik berupa pernyataan maupun pertanyaan.

Setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* memiliki rentang jawaban yang bergradasi, mulai dari sangat positif hingga sangat negatif, dengan skor yang diberikan pada masing-masing pilihan jawaban sesuai dengan tingkatannya. Skor tersebut selanjutnya digunakan dalam pengolahan dan analisis data untuk memperoleh kesimpulan yang akurat dan relevan dengan tujuan penelitian.

Tabel 3. 2
Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
<i>Ragu-Ragu</i>	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2023:147)

Tabel (3.2) menunjukkan skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap setiap item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner. Skala Likert adalah skala ordinal yang

memberikan gradasi jawaban dari yang paling positif hingga yang paling negatif, sehingga memudahkan peneliti dalam mengubah jawaban kualitatif menjadi data kuantitatif yang dapat dianalisis.

Setiap pilihan jawaban memiliki skor tertentu, di mana (skor 5 : Sangat setuju), (skor 4 : Setuju), (skor 3 : Ragu-Ragu), (skor 2 : Tidak Setuju),(skor 1: Sangat Tidak Setuju). Pemberian skor ini memungkinkan peneliti untuk mengkuantifikasi tingkat kesetujuan atau persepsi responden terhadap item-item yang diajukan. Semakin tinggi skor, semakin positif atau setuju responden terhadap pernyataan; sebaliknya, skor rendah menunjukkan ketidaksetujuan atau persepsi negatif.

Skor yang terkumpul dari seluruh responden kemudian diolah untuk berbagai tujuan analisis, seperti menghitung rata-rata, persentase, atau pengujian hipotesis, sehingga hasil penelitian dapat disajikan secara sistematis dan objektif. Dengan demikian, tabel skala Likert ini menjadi dasar penting dalam pengolahan dan interpretasi data penelitian kuantitatif.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden serta kecenderungan jawaban responden terhadap variabel penelitian. Analisis ini bertujuan untuk mendeskripsikan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud melakukan penarikan kesimpulan yang bersifat inferensial atau pengujian hipotesis. Menurut Sugiyono (2023:206), analisis deskriptif merupakan metode analisis yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu data sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan dengan mengolah data kuesioner yang diperoleh dari responden menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Data dianalisis melalui perhitungan nilai frekuensi, persentase, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi, sehingga dapat diketahui kecenderungan jawaban responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan (Sugiyono, 2023:208).

Analisis deskriptif dalam penelitian ini meliputi deskripsi karakteristik responden dan deskripsi variabel penelitian. Deskripsi karakteristik responden digunakan untuk menggambarkan profil responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian. Sementara itu, deskripsi variabel penelitian bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel yang diukur melalui indikator-indikator dalam kuesioner.

Hasil analisis deskriptif variabel diperoleh dari nilai rata-rata skor jawaban responden pada setiap indikator. Nilai rata-rata yang lebih tinggi menunjukkan persepsi responden yang semakin positif terhadap variabel yang diteliti, sedangkan nilai rata-rata yang rendah menunjukkan persepsi responden yang kurang positif. Untuk memperoleh nilai rata-rata tersebut, terlebih dahulu dilakukan perhitungan skor jawaban responden berdasarkan skala Likert yang telah ditetapkan, kemudian seluruh skor dijumlahkan dan dibagi dengan jumlah responden. Hasil perhitungan ini selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam menentukan kategori penilaian serta menggambarkan kecenderungan persepsi responden terhadap masing-masing indikator dan variabel penelitian. Untuk lebih jelas berikut perhitungannya :

$$\text{Skor Rata-Rata} = \frac{\sum \text{Jawaban Kuisoner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}}$$

Setelah diperoleh nilai rata-rata skor jawaban responden, tahap selanjutnya adalah memposisikan nilai tersebut ke dalam garis kontinum untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden. Garis kontinum digunakan sebagai alat bantu dalam mengklasifikasikan tingkat persepsi responden terhadap variabel yang diteliti, apakah berada pada kategori sangat rendah hingga sangat tinggi.

Penentuan kategori jawaban responden dilakukan dengan membagi rentang nilai skala pengukuran ke dalam beberapa interval tertentu. Pembagian interval ini bertujuan untuk mempermudah interpretasi hasil analisis deskriptif. Adapun perhitungan interval kategori dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert lima poin, dengan skor tertinggi sebesar 5 dan skor terendah sebesar 1, serta jumlah kategori sebanyak 5. Dengan demikian, interval kategori yang diperoleh adalah ;

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

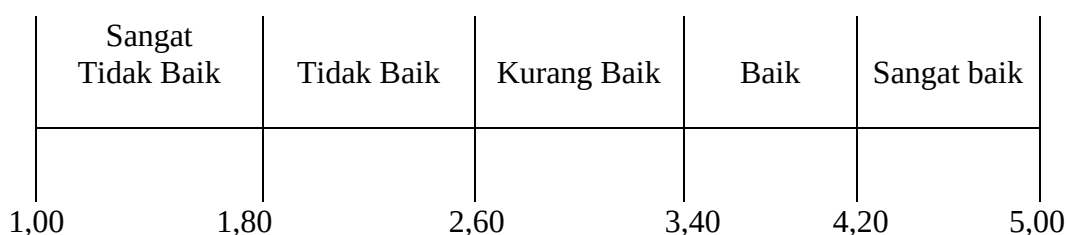
Maka dapat ditentukan kategori skala pengukuran sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Kategori Skala

Skala	Kategori
1,00 - 1,80	Sangat Rendah
1,81 - 2,60	Rendah
2,61 - 3,40	Sedang
3,41 - 4,20	Tinggi
4,21 - 5,00	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2023:134).

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, kategori skala penilaian diinterpretasikan menggunakan garis kontinum sebagai berikut:



Sumber: Sugiyono (2023)

Gambar 3. 3 Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan metode analisis yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu. Analisis ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris hubungan serta pengaruh antarvariabel penelitian melalui pengujian statistik. Menurut Sugiyono (2023:210), analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan memanfaatkan data yang bersifat kuantitatif.

Dalam penelitian ini, analisis verifikatif dilakukan untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh pembuatan konten dan pilihan saluran media sosial terhadap *transformasi* digital. Pengujian dilakukan menggunakan pendekatan statistik inferensial, yaitu analisis yang bertujuan untuk menarik kesimpulan dari data sampel terhadap populasi (Sugiyono, 2023:212). Sebelum dilakukan pengujian statistik parametrik, data kuesioner yang diperoleh terlebih dahulu ditransformasikan dari skala ordinal ke skala interval menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). *Transformasi* data ini dilakukan agar data memenuhi asumsi pengukuran yang dipersyaratkan dalam analisis statistik lanjutan.

Adapun tahapan analisis verifikatif dalam penelitian ini meliputi *transformasi* data menggunakan MSI, analisis regresi linier berganda, analisis

korelasi berganda dan analisis koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis baik secara simultan maupun parsial.

3.6.2.1 *Method Successive Interval (MSI)*

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dalam penelitian ini diukur menggunakan skala Likert, yang secara statistik termasuk ke dalam skala ordinal. Sementara itu, analisis statistik parametrik seperti regresi linier berganda mensyaratkan data dalam bentuk skala interval. Oleh karena itu, sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, diperlukan proses *transformasi* data.

Metode yang digunakan untuk melakukan *transformasi* data dalam penelitian ini adalah *Method of Successive Interval (MSI)*. Menurut Sugiyono (2023:147), skala Likert menghasilkan data ordinal yang dalam praktik penelitian kuantitatif sering kali ditransformasikan menjadi data interval agar dapat dianalisis menggunakan teknik statistik parametrik. MSI digunakan untuk mengubah data ordinal menjadi data interval dengan mempertimbangkan distribusi frekuensi jawaban responden.

Proses *transformasi* data dengan MSI dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu menentukan proporsi jawaban responden pada setiap kategori, menghitung proporsi kumulatif, menentukan nilai z , serta menghitung nilai skala interval untuk masing-masing kategori jawaban. Nilai interval yang dihasilkan kemudian digunakan sebagai dasar dalam pengolahan data selanjutnya, seperti uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda.

Dalam penelitian ini, proses *transformasi* data menggunakan MSI dilakukan dengan bantuan perangkat lunak *Microsoft Excel*, kemudian hasil *transformasi* tersebut diinput kembali ke dalam SPSS (*Statistical Package for the*

Social Sciences) untuk keperluan analisis statistik lanjutan. Dengan dilakukannya *transformasi* data menggunakan MSI, data yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi pengukuran yang diperlukan untuk analisis parametrik.

Tahapan *transformasi* data menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menghitung jumlah responden yang memilih setiap kategori jawaban pada masing-masing item pernyataan kuesioner dengan rentang skor 1 sampai 5.
2. Menyusun jumlah responden pada setiap kategori jawaban tersebut ke dalam bentuk distribusi frekuensi berdasarkan total responden.
3. Menghitung nilai proporsi untuk setiap kategori jawaban dengan cara membagi frekuensi masing-masing kategori dengan jumlah total responden.
4. Menjumlahkan nilai proporsi secara bertahap untuk memperoleh proporsi kumulatif yang diasumsikan mendekati distribusi normal.
5. Mengonversi nilai proporsi kumulatif ke dalam nilai Z (*Z-score*) dengan menggunakan tabel distribusi normal standar.
6. Menentukan nilai skala interval (*Scale Value/SV*) untuk setiap kategori jawaban berdasarkan nilai Z yang diperoleh, yang selanjutnya digunakan sebagai data interval dalam analisis statistik lanjutan.
7. Setelah diperoleh nilai *Z-score* pada setiap kategori jawaban, langkah selanjutnya adalah menghitung nilai skala interval (*Scale Value/SV*). Nilai ini digunakan untuk menggantikan skor ordinal sehingga data dapat dianalisis menggunakan teknik statistik parametrik. Adapun rumus untuk menghitung *Scale Value (SV)* adalah sebagai berikut:

$$SV = \frac{(\text{Density lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area under upper limit}) - (\text{Area under lower limit})}$$

Keterangan :

SV (Scala Value) : rata-rata interval

Density at lower limit : nilai kepadatan pada batas bawah

Density at upper limit : nilai kepadatan pada batas atas

Area under upper limit : luas daerah dibawah batas atas

Area under lower limit : luas daerah dibawah batas bawah

Tahap selanjutnya setelah diperoleh nilai skala interval adalah menentukan skor *transformasi* untuk setiap kategori jawaban. Perhitungan skor *transformasi* dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$y = SV + [k]$$

$$k = 1 + [SV_{\min}]$$

Guna mempermudah dan mempercepat proses *transformasi* data dari skala ordinal ke skala interval, penelitian ini memanfaatkan perangkat lunak SPSS, yang mampu membantu mengotomatisasi perhitungan berdasarkan prosedur *Method of Successive Interval* (MSI).

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel *independen* terhadap satu variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal serta mengukur seberapa besar perubahan variabel dependen dipengaruhi oleh variabel *independen* secara simultan maupun parsial. Menurut Sugiyono (2023:269), regresi linier berganda digunakan apabila peneliti bermaksud meramalkan keadaan variabel dependen dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor.

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh pembuatan konten (X_1) dan pilihan saluran media sosial (X_2) terhadap *transformasi* digital (Y). Penggunaan metode ini dinilai sesuai karena penelitian melibatkan lebih dari satu variabel bebas dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh antarvariabel secara kuantitatif (Sugiyono, 2023:270). Adapun persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Variabel dependen (*transformasi* digital)

α : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi variabel 1

β_2 : Koefisien regresi variabel 2

X_1 : Variabel bebas (pembuatan Konten)

X_2 : Variabel bebas (Pilihan saluran media sosial)

e : Kesalahan (*error*)

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara dua atau lebih variabel *independen* secara bersama-sama terhadap satu variabel dependen. Analisis ini tidak bertujuan untuk melihat hubungan sebab akibat, melainkan untuk mengukur seberapa kuat hubungan antarvariabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2023:256), korelasi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel *independen* secara simultan dengan variabel dependen.

Dalam penelitian ini, analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara pembuatan konten (X_1) dan pilihan saluran media sosial (X_2) secara bersama-sama terhadap *transformasi* digital (Y). Adapun rumus korelasi berganda adalah sebagai berikut:

$$R = \frac{Jk_{\text{regresi}}}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

R : Koefisien Korelasi berganda

Jk_{regresi} : Jumlah Kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat total korelasi

Untuk mencari Jk_{regresi} menggunakan rumus berikut :

$$Jk_{\text{regresi}} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y$$

Mencari $\sum Y^2$ menggunakan rumus berikut :

$$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{\sum Y^2}{N}$$

Nilai koefisien korelasi berada pada rentang -1 sampai dengan $+1$. Nilai koefisien korelasi sebesar $+1$ menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat dan searah antara variabel X_1 , dan X_2 , terhadap variabel Y . Sebaliknya, nilai koefisien korelasi sebesar -1 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat namun berlawanan arah antarvariabel. Sementara itu, nilai koefisien korelasi 0 mengindikasikan bahwa tidak terdapat hubungan korelasi antara variabel yang diteliti.

Besarnya nilai koefisien korelasi mencerminkan tingkat kekuatan hubungan linear serta arah hubungan antarvariabel penelitian. Untuk mempermudah

penafsiran terhadap kuat atau lemahnya hubungan antarvariabel, maka digunakan kriteria interpretasi koefisien korelasi sebagaimana disajikan pada tabel berikut :

Tabel 3. 4
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Nilai Koefisien (R)	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, 2023:257)

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan ukuran statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel *independen* dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono (2023:276), koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Dalam penelitian ini, perhitungan koefisien determinasi dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu koefisien determinasi berganda (simultan) dan koefisien determinasi parsial. Kedua analisis tersebut digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel pembuatan konten (X_1) dan pilihan saluran media sosial (X_2) terhadap *transformasi* digital (Y), baik secara bersama-sama maupun secara individual. Berikut kedua analisis tersebut :

a. Analisis Koefisien Determinasi Berganda (Simultan)

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya persentase kontribusi variabel pembuatan konten (X_1) dan pilihan saluran media sosial (X_2) terhadap *transformasi* digital (Y) secara simultan. Nilai

koefisien determinasi berganda diperoleh dengan mengkuadratkan nilai koefisien korelasi, kemudian dikalikan dengan 100 persen. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd : Nilai koefisien determinasi

R^2 : Koefisien korelasi

100% : Pengali untuk menyatakan dalam bentuk persentase

Nilai koefisien determinasi berganda menunjukkan seberapa besar kontribusi seluruh variabel *independen* secara bersama-sama dalam menjelaskan variabel *dependen*.

b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui besarnya persentase kontribusi masing-masing variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara individual. Dalam penelitian ini, analisis ini digunakan untuk melihat kontribusi pembuatan konten (X_1) dan pilihan saluran media sosial (X_2) terhadap *transformasi* digital (Y) secara parsial. Perhitungan koefisien determinasi parsial dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = \beta \times \text{Zero order} \times 100\%$$

Keterangan :

β : nilai beta (*standardized coefficients*)

Zero Order : nilai korelasi antara variabel *independen* dan variabel *dependen*

Nilai koefisien determinasi parsial yang mendekati angka 0 menunjukkan bahwa kontribusi variabel *independen* terhadap variabel dependen tergolong lemah. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi parsial yang mendekati angka 1 menunjukkan bahwa kontribusi variabel *independen* terhadap variabel dependen tergolong kuat.

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan tahap analisis yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis penelitian berdasarkan data yang diperoleh dari responden. Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang perlu dibuktikan secara empiris melalui analisis statistik. Menurut Sugiyono (2023:283), pengujian hipotesis bertujuan untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak berdasarkan data penelitian.

Dalam penelitian kuantitatif, uji hipotesis dilakukan dengan pendekatan statistik inferensial untuk menarik kesimpulan dari data sampel terhadap populasi. Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel *independen* terhadap variabel dependen sesuai dengan model penelitian yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2023:284). Pada penelitian ini, uji hipotesis dilakukan untuk membuktikan pengaruh pembuatan konten (X_1) dan pilihan saluran media sosial (X_2) terhadap *transformasi* digital (Y). Oleh karena itu, pengujian hipotesis dilakukan melalui :

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel *independen* yang dimasukkan ke dalam model penelitian memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Melalui uji ini dapat diketahui apakah model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan hubungan antarvariabel

dalam penelitian. Selain itu, uji F juga berfungsi untuk menilai kelayakan model secara keseluruhan sebelum dilakukan pengujian pengaruh variabel secara parsial. Hasil uji F memberikan gambaran apakah variabel *independen* secara kolektif mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen.

Hipotesis yang diuji dalam uji F pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya pembuatan konten dan pilihan saluran media sosial

secara simultan tidak berpengaruh terhadap *transformasi* digital.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ dan/atau $\beta_2 \neq 0$, artinya pembuatan konten dan pilihan saluran media sosial secara simultan berpengaruh terhadap *transformasi* digital.

Pasangan hipotesis tersebut selanjutnya diuji untuk mengetahui apakah hipotesis nol (H_0) diterima atau ditolak. Pengujian signifikansi koefisien regresi secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F, dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / K}{(1-R^2) / (n - K - 1)}$$

Keterangan :

R^2 : koefisien determinasi (kuadrat koefisien korelasi ganda)

K : jumlah variabel independen

n : jumlah sampel penelitian

F : nilai F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

$(n - K - 1)$: derajat kebebasan

Melalui perhitungan tersebut akan diperoleh nilai F dengan derajat kebebasan pembilang sebesar K dan penyebut sebesar $(n - K - 1)$. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji F adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variabel *independen* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti variabel *independen* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji hipotesis t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independen* terhadap variabel dependen secara individual. Melalui uji t dapat diketahui apakah setiap variabel bebas yang dimasukkan dalam model penelitian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan untuk melihat peran masing-masing variabel *independen* setelah pengaruh variabel lainnya diketahui.

Dalam penelitian ini, variabel *independen* terdiri dari pembuatan konten (X_1) dan pilihan saluran media sosial (X_2). Sementara itu, *transformasi* digital (Y) ditetapkan sebagai variabel dependen yang dipengaruhi oleh kedua variabel *independen* tersebut. Penelitian ini tidak menggunakan variabel intervening, sehingga pengujian difokuskan pada pengaruh langsung variabel *independen* terhadap variabel dependen.

Hipotesis parsial dalam penelitian ini dirumuskan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independen* terhadap variabel dependen secara individual. Pengujian hipotesis parsial dilakukan untuk melihat apakah setiap variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan ketika variabel *independen* lainnya diperhitungkan dalam model penelitian. Adapun perumusan hipotesis parsial dalam bentuk statistik adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

$H_0 : \beta_{y x_1} = 0 \rightarrow$ Artinya pembuatan konten (X_1) tidak berpengaruh terhadap *transformasi* digital (Y).

$H_1 : \beta_{y x_1} \neq 0 \rightarrow$ Artinya pembuatan konten (X_1) berpengaruh terhadap *transformasi* digital (Y).

2. Hipotesis 2

$H_0 : \beta_{y x_2} = 0 \rightarrow$ Artinya pilihan saluran media sosial (X_2) tidak berpengaruh terhadap *transformasi* digital (Y).

$H_1 : \beta_{y x_2} \neq 0 \rightarrow$ Artinya pilihan saluran media sosial (X_2) berpengaruh terhadap *transformasi* digital (Y).

Untuk menguji pengaruh parsial tersebut, digunakan uji t (t-test). Uji t bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh masing-masing variabel *independen* terhadap variabel dependen secara terpisah. Adapun rumus uji t yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$t = \sqrt{\frac{n - (k + 1)}{1 - r^2}}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel penelitian

r : Nilai korelasi parsial

k : Jumlah variabel independen

Pengujian hipotesis dilakukan pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Nilai t yang diperoleh dari hasil perhitungan selanjutnya dibandingkan dengan nilai ttabel.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variabel *independen* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti variabel *independen* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

3.7 Rancangan Kuesioner

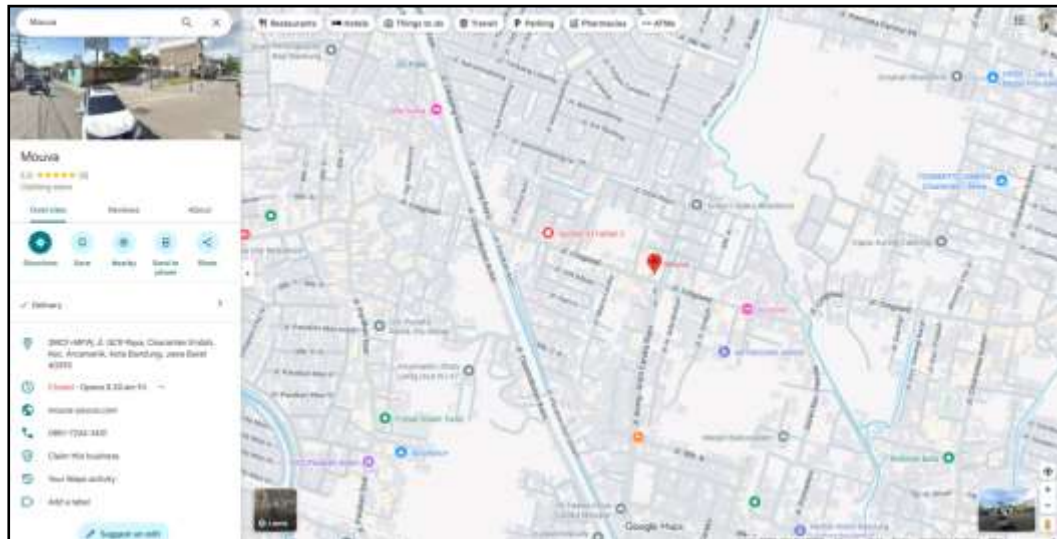
Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyampaikan beberapa pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi yang dirasakan. Menurut Sugiyono (2024:199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pemberian pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden. Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan bersifat tertutup, sehingga responden memilih jawaban yang telah disediakan sesuai dengan persepsinya.

Kuesioner disusun untuk menggali informasi yang berkaitan dengan variabel penelitian, yaitu pembuatan konten, pilihan saluran media sosial, dan *transformasi* digital, sebagaimana telah dijabarkan dalam operasionalisasi variabel. Setiap item pernyataan disertai dengan alternatif jawaban menggunakan skala Likert, sehingga memudahkan responden dalam memberikan jawaban secara terarah. Penggunaan kuesioner tertutup dengan skala Likert memungkinkan data yang diperoleh menjadi lebih sistematis, konsisten, dan mudah dianalisis secara kuantitatif.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek penelitian oleh penulis dalam penyusunan Skripsi ini adalah Kantor Mouva yang ber alamat Jl. GCR Raya, Cisaranten Endah,

Kec. Arcamanik, Kota Bandung, Jawa Barat 40293. Adapun waktu pelaksanaannya yaitu dimulai dari Desember 2025 sampai dengan selesai.



Sumber: Google Maps, 2026.

Gambar 3. 4 Lokasi Mouva