BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data yang valid agar peneliti dapat menjelaskan, menguji, dan menarik kesimpulan atas masalah yang diteliti (Alqurashi, 2025). Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran variabel secara terstruktur, penggunaan data berbentuk angka, serta pengujian hubungan antarvariabel melalui analisis statistik. Penggunaan kuesioner terstruktur dan pengukuran berbasis skala Likert juga lazim digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk menangkap persepsi, sikap, dan kecenderungan responden secara sistematis (Gómez-Caballero et al., 2026).

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi variabel pemasaran sosial media Instagram, *word of mouth*, dan minat siswa memilih pada Bimbingan *Belajar Brilliant Learning Centre* berdasarkan data empiris yang diperoleh dari responden. Melalui metode ini, penelitian diarahkan untuk memberikan gambaran faktual mengenai pelaksanaan pemasaran sosial media Instagram, kondisi *word of mouth*, dan tingkat minat siswa memilih lembaga bimbingan belajar tersebut. Sementara itu, metode verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, khususnya mengenai pengaruh pemasaran sosial media Instagram dan *word of mouth* terhadap minat siswa memilih.

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner sebagai alat pengumpulan data utama. Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup dengan skala Likert lima poin, yaitu mulai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju, agar data yang diperoleh dapat menggambarkan tingkat persetujuan responden terhadap setiap indikator variabel. Penggunaan skala Likert lima poin dinilai sesuai untuk penelitian ini karena memudahkan proses pengukuran sikap, persepsi, dan kecenderungan responden, sekaligus mendukung analisis kuantitatif yang lebih terstruktur.

Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Penggunaan SPSS dalam penelitian kuantitatif didukung oleh kemampuannya untuk mengolah statistik deskriptif dan inferensial, termasuk uji validitas, uji reliabilitas, korelasi, serta analisis regresi. Karena penelitian ini menguji pengaruh dua variabel independen, yaitu pemasaran sosial media Instagram dan *word of mouth*, terhadap satu variabel dependen, yaitu minat siswa memilih, maka teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Teknik ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara simultan maupun secara parsial.

3.2 Definisi Variabel dan Operasional Variabel Penelitian

Definisi variabel dan operasional variabel penelitian digunakan untuk memperjelas batasan setiap variabel yang diteliti, sehingga variabel tersebut dapat diukur secara sistematis melalui indikator dan item pernyataan dalam kuesioner. Operasionalisasi variabel diperlukan agar konsep penelitian yang bersifat teoritis dapat dijabarkan menjadi dimensi, indikator, ukuran, skala, dan nomor item yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat.

Variabel bebas atau *independent variable* merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahan pada variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Pemasaran Sosial Media Instagram (X1) dan Word of Mouth (X2). Sementara itu, variabel terikat atau *dependent variable* merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Siswa Memilih (Y) Bimbingan Belajar Brilliant Learning Centre:

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

1. Pemasaran Sosial Media Instagram (X1)

   Pemasaran sosial media Instagram merupakan aktivitas pemasaran digital yang dilakukan melalui Instagram untuk menyampaikan informasi, memperkenalkan layanan, membangun interaksi, memperkuat citra, dan menciptakan hubungan antara Brilliant Learning Centre dengan siswa maupun calon siswa. Dalam penelitian ini, pemasaran sosial media Instagram diukur melalui empat dimensi, yaitu engagement, informativeness, consistency, dan personal relevance.

2. *Word of Mouth* (X2)

   Word of mouth merupakan bentuk komunikasi dari mulut ke mulut yang berisi informasi, pengalaman, penilaian, atau rekomendasi mengenai Brilliant Learning Centre yang disampaikan oleh siswa, orang tua, teman, keluarga, alumni, maupun pihak lain kepada calon siswa. Dalam penelitian ini, *word of mouth* diukur melalui tiga dimensi, yaitu intensity, positive valence, dan content.

3. Minat Siswa Memilih (Y)

   Minat siswa memilih merupakan kecenderungan atau keinginan siswa untuk mempertimbangkan, mencari informasi, membandingkan, dan memilih Brilliant

Learning Centre sebagai tempat bimbingan belajar. Minat siswa memilih menunjukkan adanya ketertarikan siswa terhadap layanan bimbingan belajar yang ditawarkan oleh Brilliant Learning Centre. Dalam penelitian ini, minat siswa memilih diukur melalui tiga dimensi, yaitu preferential intention, exploratory intention, dan enrollment intention.

3.2.2 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan setiap variabel ke dalam bentuk yang lebih terukur. Operasionalisasi variabel meliputi konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran, skala, dan nomor item pernyataan. Data dalam penelitian ini diukur menggunakan skala ordinal melalui skala Likert lima pilihan jawaban, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju, dan sangat setuju.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Pemasaran Sosial Media Instagram (X1) adalah aktivitas pemasaran digital melalui Instagram untuk menyampaikan informasi, membangun interaksi, memperkuat citra, dan mendorong	Engagement	Perhatian terhadap konten	Tingkat perhatian siswa terhadap konten Instagram BLC	Ordinal	1
		Reaksi terhadap unggahan	Tingkat reaksi siswa terhadap unggahan Instagram BLC	Ordinal	2
		Keterlibatan dalam interaksi	Tingkat keterlibatan siswa dalam interaksi pada akun	Ordinal	3

ketertarikan siswa terhadap layanan Brilliant Learning Centre.			Instagram BLC		
	Informativeness	Keakuratan informasi	Tingkat keakuratan informasi yang disajikan dalam konten Instagram BLC	Ordinal	4
		Kebermanfaatan informasi	Tingkat manfaat informasi yang disajikan dalam konten Instagram BLC	Ordinal	5
		Kelengkapan informasi	Tingkat kelengkapan informasi mengenai program, jadwal, biaya, atau layanan BLC melalui Instagram	Ordinal	6
	Consistency	Konsistensi pesan	Tingkat konsistensi pesan yang disampaikan BLC melalui Instagram	Ordinal	7
		Konsistensi citra	Tingkat konsistensi tampilan dan citra BLC di Instagram	Ordinal	8
		Konsistensi gaya komunikasi	Tingkat konsistensi gaya komunikasi BLC di Instagram dari waktu ke waktu	Ordinal	9
	Personal Relevance	Kesesuaian dengan kebutuhan	Tingkat kesesuaian konten Instagram BLC dengan kebutuhan belajar siswa	Ordinal	10

		Manfaat konten	Tingkat manfaat konten Instagram BLC bagi siswa	Ordinal	11
		Relevansi konten	Tingkat relevansi konten Instagram BLC dengan permasalahan atau kebutuhan belajar siswa	Ordinal	12
Word of Mouth (X2) adalah komunikasi dari mulut ke mulut mengenai Brilliant Learning Centre yang berisi informasi, pengalaman, penilaian, atau rekomendasi dari siswa, orang tua, teman, keluarga, alumni, maupun pihak lain kepada calon siswa.	Intensity	BLC sering dibicarakan oleh siswa atau orang lain	Tingkat frekuensi BLC dibicarakan oleh siswa atau orang lain	Ordinal	13
		Informasi mengenai BLC sering disampaikan kepada calon siswa lain	Tingkat frekuensi penyampaian informasi mengenai BLC kepada calon siswa lain	Ordinal	14
		Pembicaraan tentang BLC sering muncul dalam lingkungan pertemanan atau keluarga	Tingkat frekuensi munculnya pembicaraan tentang BLC dalam lingkungan pertemanan atau keluarga	Ordinal	15
	Positive Valence	Orang lain menyampaikan hal-hal positif tentang BLC	Tingkat penyampaian hal-hal positif mengenai BLC oleh orang lain	Ordinal	16
		Orang lain memberikan rekomendasi yang baik mengenai BLC	Tingkat rekomendasi positif orang lain mengenai BLC	Ordinal	17
		Orang lain mendorong calon siswa untuk mempertimbangk	Tingkat dorongan dari orang lain kepada calon siswa untuk	Ordinal	18

		an BLC	mempertimbangkan BLC sebagai pilihan bimbingan belajar		
	Content	Informasi yang disampaikan tentang BLC jelas dan mudah dipahami	Tingkat kejelasan dan kemudahan pemahaman informasi mengenai BLC	Ordinal	19
		Informasi yang disampaikan tentang BLC bermanfaat bagi calon siswa	Tingkat kebermanfaatan informasi mengenai BLC bagi calon siswa	Ordinal	20
		Informasi yang disampaikan tentang BLC dapat dipercaya	Tingkat kepercayaan terhadap informasi mengenai BLC	Ordinal	21
Minat Siswa Memilih (Y) adalah kecenderungan siswa untuk mempertimbangkan, mencari informasi, membandingkan, dan memilih Brilliant Learning Centre sebagai tempat bimbingan belajar.	Preferential Intention	Siswa menempatkan BLC sebagai salah satu pilihan utama	Tingkat kecenderungan siswa menempatkan BLC sebagai pilihan utama	Ordinal	22
		Siswa menilai BLC sesuai dengan kebutuhan belajarnya	Tingkat penilaian siswa terhadap kesesuaian BLC dengan kebutuhan belajarnya	Ordinal	23
		Siswa memandang BLC	Tingkat penilaian siswa terhadap	Ordinal	24

		layak dipilih dibandingkan lembaga bimbingan belajar lain	kelayakan BLC dibandingkan lembaga bimbingan belajar lain		
	Exploratory Intention	Siswa berniat mencari informasi lebih lanjut mengenai program BLC	Tingkat keinginan siswa mencari informasi lebih lanjut mengenai program BLC	Ordinal	25
		Siswa berniat memantau media informasi BLC untuk memperoleh informasi terbaru	Tingkat keinginan siswa memantau media informasi BLC	Ordinal	26
		Siswa berniat membandingkan informasi BLC dengan lembaga bimbingan belajar lain	Tingkat keinginan siswa membandingkan informasi BLC dengan lembaga bimbingan belajar lain sebelum menentukan pilihan	Ordinal	27
	Enrollment Intention	Siswa berniat menghubungi BLC untuk menanyakan informasi pendaftaran	Tingkat niat siswa menghubungi BLC untuk memperoleh informasi pendaftaran	Ordinal	28
		Siswa berniat datang atau berkonsultasi langsung dengan pihak BLC	Tingkat niat siswa datang atau berkonsultasi langsung dengan pihak BLC	Ordinal	29
		Siswa berniat mendaftar di BLC dalam waktu dekat	Tingkat niat siswa mendaftar di BLC dalam waktu dekat	Ordinal	30

Sumber: Data diolah peneliti 2026

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam sebuah penelitian dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dan jumlah karakteristik yang dimiliki populasi yang disebut sampel, dan sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sasaran penelitian untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh siswa aktif Bimbingan Belajar *Brilliant Learning Centre* Kabupaten Bandung pada tahun ajaran 2024/2025. Penetapan populasi tersebut didasarkan pada kesesuaian subjek dengan tujuan penelitian, yaitu mengukur persepsi responden terhadap pemasaran sosial media Instagram, *word of mouth*, dan minat siswa memilih Bimbingan Belajar Brilliant Learning Centre. Berdasarkan data internal lembaga, jumlah siswa aktif yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 190 siswa.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah suatu bagian dari keseluruhan serta karakeristik yang dimiliki oleh sebuah populasi,sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitan menurut sugiyono (2021:127). Ketika populasi besar dan tidak

memungkinkan peneliti untuk mempelajari segala sesuatu yang ada dalam suatu populasi,misalnya karena keterbatasan dana,tenaga dan waktu,maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif atau dapat mewakili populasi.

Berdasarkan data internal Brilliant Learning Centre tahun 2025, jumlah siswa aktif adalah sebanyak 190 siswa. Oleh karena jumlah populasi diketahui secara pasti dan jumlahnya kurang dari 1.000, maka penentuan sampel dapat dilakukan menggunakan rumus Slovin.

Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

N = Jumlah sampel

N = jumlah populasi (190)

E = Tingkat kesalahan (*margin of error*) yang ditetapkan sebesr 10% atau 0,1

$$n = \frac{190}{1 + 190(0{,}1)^2} = \frac{190}{1 + 1{,}9} = \frac{190}{2{,}9} = 65{,}5$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 66 responden.

3.3.2 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian dari populasi target dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2022:81) disebutkan dua teknik sampling yang dapat digunakan dalam penelitian yaitu probability sampling dan nonprobability sampling. Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan memberikan peluang yang sama bagi setiap populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling. Non probability sampling terdiri dari beberapa jenis seperti sampling sistematis, sampling kuota, sampling insidental, purposive sampling, sampling jenuh, dan snow ball sampling. Berikut ini adalah tabel mengenai karakteristik responden:

Tabel 3.2

Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Keterangan
1	Jenis Kelamin	• Laki-laki • Perempuan
2	Kelas Saat Ini	• Kelas 4 SD • Kelas 5 SD

		• Kelas 6 SD • Kelas 7 SMP • Kelas 8 SMP • Kelas 9 SMP • Kelas 10 SMA/SMK/MA • Kelas 11 SMA/SMK/MA • Kelas 12 SMA/SMK/MA
3	Lama Mengikuti Bimbingan Belajar di Brilliant Learning Centre	• Kurang dari 6 bulan • 6 bulan – 1 tahun • 1 – 2 tahun • Lebih dari 2 tahun
4	Sumber Pertama Kali Mengetahui Brilliant Learning Centre	• Instagram • Teman • Keluarga/orang tua • Guru/sekolah • Brosur/spanduk • Datang langsung ke Lokasi • Lainnya: ……
5	Pengalaman Melihat Akun atau Konten Instagram Brilliant Learning Centre	• Ya • Tidak
6	Status Mengikuti Akun Instagram Brilliant Learning Centre	• Ya • Tidak
7	Frekuensi Melihat Konten Instagram Brilliant Learning Centre	• Sangat sering • Sering • Kadang-kadang • Jarang

		• Tidak pernah

Sumber: Diolah Peneliti 2026

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan probability sampling dengan metode simple random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2017). Penggunaan teknik ini dipertimbangkan karena seluruh siswa memiliki kesempatan yang sama untuk memberikan persepsi terhadap variabel yang diteliti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui berbagai sumber dan teknik sesuai dengan kebutuhan penelitian. Menurut Sugiyono (2012), berdasarkan sumbernya, pengumpulan data dapat dibedakan menjadi sumber primer dan sumber sekunder. Sedangkan berdasarkan tekniknya, data dapat dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, observasi, serta studi kepustakaan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*field research*)

Penelitian lapangan dilakukan untuk memperoleh data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden dan pihak internal Brilliant Learning Centre Kabupaten Bandung. Teknik yang digunakan meliputi:

a. Kuesioner (angket)’

   Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada siswa aktif *Brilliant Learning Centre* sebagai

responden. Kuesioner ini menggunakan skala Likert 1–5 dan dirancang untuk mengukur variabel pemasaran sosial media Instagram (X1), *Word of Mouth* (X2), serta minat siswa memilih (Y).

b. Wawancara

Dilakukan dengan pihak pengelola dan bagian administrasi Brilliant Learning Centre untuk memperoleh informasi tambahan terkait jumlah siswa, sumber pendaftaran, strategi pelayanan, serta mekanisme promosi *Word of Mouth*

c. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kegiatan pemasaran sosial media Instagram dan *Word of Mouth* di Brilliant Learning Centre Kabupaten Bandung. Peneliti memperhatikan konten promosi di sosial media Instagram, respon pengguna, serta aktivitas siswa dan staf dalam menyebarkan informasi tentang BLC. Observasi ini bertujuan memperoleh gambaran nyata mengenai pelaksanaan strategi promosi dan faktor-faktor yang memengaruhi minat siswa memilih BLC.

2. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Penelitian kepustakaan digunakan untuk memperoleh data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari dokumen internal lembaga, jurnal ilmiah, buku, dan sumber digital terpercaya. Data ini digunakan sebagai landasan teori serta pembanding terhadap fenomena yang terjadi di Brilliant Learning Centre. Teknik ini dilakukan dengan cara mempelajari:

- Profil perusahaan dan struktur organisasi Brilliant Learning Centre
- Laporan data siswa dan sumber pendaftaran lima tahun terakhir
- Jurnal dan penelitian terdahulu mengenai pemasaran sosial media Instagram, Word of Mouth, dan minat siswa memilih

Tabel 3.3 Sumber Data

Jenis Data	Sumber Data
Sekunder	Profil *Brilliant Learning Centre*, struktur organisasi, laporan jumlah siswa, catatan sumber pendaftaran, jurnal ilmiah, buku, dan artikel terkait variabel penelitian
Primer	Kuesioner kepada siswa aktif BLC, wawancara dengan bagian administrasi dan pengelola

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator dari variabel pemasaran sosial media Instagram, *Word of Mouth*, dan minat siswa memilih. Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden, instrumen tersebut harus diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan mampu mengukur variabel yang dimaksud secara akurat dan konsisten.

Menurut Nazir (2013), validitas adalah tingkat ketepatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen dikatakan valid apabila butir

pernyataan di dalamnya mampu mengungkap data sesuai dengan tujuan pengukuran. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Corrected Item-Total Correlation* menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Hasil pengujian dinyatakan valid jika nilai korelasi (r hitung) lebih besar atau sama dengan nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5%. Dengan demikian, butir pernyataan yang memiliki nilai r hitung ≥ r tabel dinyatakan valid, sedangkan butir pernyataan dengan nilai r hitung < r tabel dinyatakan tidak valid dan harus dieliminasi atau direvisi.

Selanjutnya, reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi suatu instrumen dalam menghasilkan data yang stabil jika diuji secara berulang. Menurut Simamora (2009), reliabilitas merupakan ukuran sejauh mana hasil suatu instrumen dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji dengan metode Cronbach Alpha menggunakan aplikasi SPSS. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 (Arikunto, 2010), karena menunjukkan bahwa pernyataan dalam kuesioner memiliki konsistensi internal yang baik.

Dengan dilakukannya uji validitas dan reliabilitas, maka instrumen penelitian dinyatakan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data untuk mengukur variabel penelitian, yaitu pemasaran sosial media Instagram, *Word of Mouth*, dan minat siswa memilih *Brilliant Learning Centre* Kabupaten Bandung.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah alat yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu objek sesuai dengan data yang telah dikumpulkan. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa uji validitas adalah kesesuaian antara data yang dilaporkan dengan data yang diperoleh

secara langsung dari subjek penelitian. Uji validitas digunakan untuk menilai apakah sebuah kuesioner valid atau tidak. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan yang terdapat di dalamnya mampu mencerminkan apa yang seharusnya diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas mengindikasikan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur hal-hal yang seharusnya diukur.

Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara analisis faktor, yaitu mengkorelasikan antara skor butir soal dengan total dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$\boldsymbol{rxy} = \frac{n\sum xy-(\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(n\sum x^2-(\sum x)^2)(n\sum y^2-(\sum y^2)}}$$

Keterangan:

rxy = Koefisien korelasi

x = Skor yang diperoleh dari tiap item

y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

n = Jumlah responden

$\sum x$ = 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 variabel X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor variabel Y

Uji validitas kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan *software* SPSS dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan nilai r_{tabel}

Uji validitas kuesioner dilakukan secara satu arah karena hipotesis yang dirumuskan menunjukan arah positif.

2. Mencari r_{hasil}
3. Nilai r_{hasil} setiap item kuesioner penelitian ini dapat dilihat pada kolom *corrected* item – total *correlation* dalam hasil pengolahan data menggunakan SPSS. Nilainilai tersebut menunjukan nilai korelasi butir-butir pertanyaan terhadap skor totalnya. Nilai hitung tersebut dibandingkan dengan r_{hasil}
4. Mengambil keputusan
5. Dasar pengambilan keputusan pengujian hipotesis adalah:
    1) Jika $r_{hasil} > r_{tabel}$, maka butir variabel dinyatakan valid
    2) Jika $r_{hasil} < r_{tabel}$, maka butir variabel dinyatakan tidak valid

Menurut Sugiyono (2021:185) untuk mencari validitas sebuah item, harus mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau di atas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Hasil dari uji validitas ini dapat dilihat pada bagian Item- *Total Statistic* dan untuk melihat hasil dari masing-masing responden dapat dilihat dalam tabel Item-*Total Correlation.*

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indikator yang mengukur seberapa dapat diandalkannya suatu alat ukur, atau dengan kata lain, sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten jika dilakukan pengukuran berulang terhadap fenomena yang sama. Sugiyono (2021:185)

menjelaskan bahwa uji reliabilitas mengukur sejauh mana hasil pengukuran menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang serupa. Uji reliabilitas dilakukan pada item pernyataan dalam kuesioner yang sudah terbukti valid. Sebuah alat ukur dianggap reliabel jika pengukurannya menghasilkan hasil yang konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas hanya dilakukan pada pertanyaan yang telah lulus uji validitas.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *split-half*, yang menghubungkan total skor dari item pernyataan ganjil dengan total skor dari pernyataan genap, dan kemudian dilanjutkan dengan pengujian menggunakan rumus Spearman-Brown sebagai berikut:

1. Item pernyataan dibagi menjadi dua kelompok secara acak, yakni kelompok ganjil dan kelompok genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan untuk mendapatkan skor total kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi antara skor total kelompok ganjil dan genap dihitung menggunakan rumus yang disajikan berikut:

$$R_{AB} = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{\{(n\sum A^2 - (\sum A)^2\}\{n(\sum B^2) - (\sum B^2)\}}}$$

Keterangan:

r_{AB} = Koefisien korelasi *Pearson Product Moment*

n = Jumlah responden uji coba

ΣA = Jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = Jumlah total skor belahan genap

ΣA^2 = Jumlah kuadrat skor belahan ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadrat skor belahan genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi spearman brown sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2.r_b}{1+r_b}$$

Keterangan:

r_i = Nilai reliabilitas internal seluruh instrumen

r_b = korelasi product moment antara belahan pertama (ganjil) dan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_{hitung}), kemudian nilai reliabilitas instrumen (r_{tabel}) tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata sehingga akan memunculk an keputusan sebagai berikut:

1) Jika r hitung ≥ r tabel, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
2) Jika r hitung ≤ r tabel, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Berdasarkan pernyataan di atas setelah dinyatakan valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas, hal tersebut juga dapat diartikan bahwa suatu alat ukur harus konsisten sehingga untuk mengetahui kekonsistenannya dilakukanlah uji reliabilitas ini, berkenaan dengan hal tersebut keandalan suatu alat ukur dilihat dengan menggunakan pendekatan secara statistika yaitu melalui koefisien reliabilitas, yang dapat dilihat bahwa apabila koefisien reliabilitas dari instrumen penelitian lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6 Metode Analisis Data Penelitian

Metode analisis data adalah kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2022:147) kegiatan dalam analisis data yaitu mengelompokkan data, mentabulasi data, menyajikan data, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Berdasarkan penjelasan sebelumnya yang telah di sampaikan maka dapat disimpulkan bahwa analisis data di gunakan untuk menguji hipotesis dan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent pemasaran sosial media melalu Instagram (X1), *word of mouth* (X2), terhadap variabel dependen minat siswa memilih (Y).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner dengan tujuan untuk mendeskripsikan sejauh mana tanggapan siswa terhadap variabel pemasaran sosial media melalui Instagram (X1), word of mouth (X2), dan minat siswa memilih (Y) pada Bimbingan Belajar Brilliant Learning Centre. Menurut Sugiyono (2021:64), analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih, tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan tanpa mencari hubungan dengan variabel lain.

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai pelaksanaan pemasaran sosial media melalui Instagram, kondisi word of

mouth, serta minat siswa memilih Bimbingan Belajar Brilliant Learning Centre. Data yang diperoleh dari jawaban responden kemudian diolah dan disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, persentase, nilai rata-rata, serta garis kontinum untuk mengetahui kategori penilaian responden terhadap masing-masing variabel penelitian.

Seluruh pernyataan yang terdapat dalam kuisioner digunakan untuk mengetahui persepsi siswa mengenai pengaruh pemasaran sosial media Instagram dan *word of mouth* pada minat siswa memilih di *brilliant learning* Centre. Seluruh pernyataan yang terdapat dalam kuisioner mencakup seluruh indikator yang telah ditetapkan.

Variabel X dan Variabel Y diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuisioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala Likert.

Adapun pengertian skala Likert menurut Sugiono (2012):

“Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”.

Skala Likert adalah termasuk skala ordinal (Sirkin,2006). Pengertian skala ordinal menurut Indriantoro dan Supomo (2002) adalah:

“Skala ordinal adalah skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, tetapi juga menyatakan peringkat construct diukur”.

Berdasarkan pengertian diatas, maka skala yang digunakan dalam penelitian ini adaah skala ordinal dengan tujuan untuk memberikan informasi berupa nilai dan jawaban.Variabel-variabel tersebut diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuisioner berskala ordinal yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala Likert.

Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (positif) atau tidak mendukung pernyataan (negatif).

Skala Likert memiliki banyak keuntungan, skala tersebut dengan mudah dan cepat bisa dibuat. Setiap butir yang dimasukin telah memenuhi uji empiris mengenai kemampuan membedakannya.Skala ini mudah dipakai baik untuk penelitian yang berfokuspada objek. Jadi, kita dapat mempelajari bagaimana respon berbeda dari satu orang ke orang lain dan bagaimana respon berbeda antara berbagai objek. Skala ini diperlukan sebagai suatu skala interval.

Ukuran yang digunakan untuk menilai jawaban-jawaban yang diberikan dalam menguji variabel independen yaitu lima tingkatan, bergerak dari satu sampai lima. Untuk pertanyaan atau pernyataan positif alternatif jawaban (5-1) dan untuk pertanyaan atau pernyataan negatif alternative jawaban (1-5).

Sedangkan untuk menentukan panjang kelas interval digunakan rumus menurut Sudjana (2005) sebagai berikut:

Skor Minimum = 1

Skor Maksimum = 5

Interval / Rentang = Skor Maksimum – Skor Minimum

= 5 – 1 = 4

Jarak Interval = Interval : Jenjang (5)

= 4 : 5 = 0,8

Maka interval dari kriteria penilaian rata-rata adalah sebagai berikut :

Tabel 3.4 Skala Interval

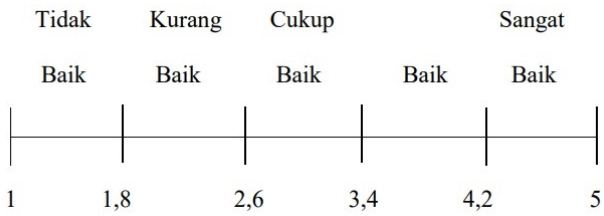
Interval	Interpretasi
1,00 - 1,79	Sangat Buruk
1,80 - 2,59	Buruk
2,60 - 3,39	Cukup Baik
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Sangat Baik

Dengan menggunakan pedoman tersebut, peneliti menentukan lima jenjang kriteria yaitu:

Tabel 3.5 Scoring untuk jawaban kuisioner

Jawaban Responden	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sehingga melalui perhitungan tersebut, dapat diketahui tingkat jawaban responden pada setiap item pertayaan dengan tafsiran daerah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Metode verifikatif menurut Sugiyono (2021:17) adalah penelitian yang dilakukan terhadap sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis verifikatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemasaran sosial media melalui Instagram (X1) dan *word of mouth* (X2) terhadap minat siswa memilih Bimbingan Belajar *Brilliant Learning Centre* (Y).

Untuk mengetahui pengaruh tersebut, peneliti menggunakan beberapa metode analisis, yaitu *Method of Successive Interval* (MSI), analisis regresi linear berganda, analisis korelasi berganda, koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis secara parsial dan simultan. *Method of Successive Interval* (MSI) digunakan untuk mengubah data ordinal hasil kuesioner menjadi data interval agar dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis statistik. Selanjutnya, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh pemasaran sosial media melalui Instagram dan *word of mouth* terhadap minat siswa memilih. Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, sedangkan koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel pemasaran sosial media melalui Instagram dan *word of mouth* dalam

menjelaskan minat siswa memilih *Brilliant Learning Centre*. Berikut peneliti uraikan metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.6.2.1 *Method of Successive Interval* (MSI)

Uji statistik dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing- masing komponen variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis secara statistik digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini, alat analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana.

Analisis data dalam penelitian yang akan diuji diantaranya yaitu koefesien korelasi Pearson, regresi linier sederhana, uji hipotesis t, uji hipoesis F, koefisien determinasi dan uji normalitas. Namun karena analisis regresi mengharuskan data memiliki skala pengukuran minimal interval, maka data ordinal hasil skoring jawaban responden dikonversi menjadi data interval melalui *method of succesive interval*.

Data ordinal yang diperoleh dari kuesioner terlebih dahulu dikonversi menjadi data interval menggunakan *method of successive interval* (MSI) dengan langkah – langkah sebagai berikut:

Menurut Syarifudin Hidayat (2005) MSI adalah:" Metode penskalaan untuk menaikan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval".

Data ordinal yang diperoleh dari kuesioner terlebih dahulu di konversi menjadi data interval menggunakan *Methode of Successive Interval* (MSI) dengan langkah-langkah sebagai berikut (Kuncoro dan Riduwan, 2007):

1. Perhatikan setiap item pertanyaan.
2. Untuk setiap item, hitung frekuensi jawaban (f), berapa responden yang mendapat skor 1,2,3,4, atau 5.
3. Tentukan proporsi (p) dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
4. Hitung proporsi kumulatif (PK).
5. Cari nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh dengan menggunakan tabel normal.
6. Tentukan Nilai Skala (NS) untuk setiap nilai Z dengan rumus:

$$Nilai\ Skala = \frac{Dentitas\ kelas\ sebelumnya - dentitas\ kelas}{peluang\ kumulatif\ kelas - peluang\ kumulatif\ kelas\ sebelumnya}$$

7. Kemudian mengubah Nilai Skala terkecil menjadi sama dengan satu dan mentransformasikan masing-masing skala menurut perubahan skala terkecil sehingga diperoleh *Transformed Scale Value* (TSV). Adapun secara umum rumus TSV adalah sebagai berikut:

$$TSV = NS + [1 + |NS_{min}|]$$

Keterangan:

TSV= *Transformed Scale Value*

NS= Nilai Skala

Dari hasil pengumpulan data, penulis mencoba untuk mengolah dan menyajikannya dalam bentuk tabel kemudian dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Maksud dari kedua analisis tersebut adalah sebagai berikut:

a. Analisis kualitatif

Yaitu analisis yang mengungkapkan masalah secara penjabaran berdasarkan pada variabel – variabel yang diteliti sehingga dapat menyatakan kebenaran, dengan

kata lain yang lebih sederhana analisis ini mengungkapkan masalah tidak dalam bentuk angka – angka.

b. Analisis kuantitatif

Yaitu analisis yang menginterpretasikan data yang diperoleh dalam angka – angka yang disajikan dalam bentuk tabel – tabel. Analisis ini digunakan sebagai alat bantu statistic yang relevan dalam penelitian, dengan tujuan untuk memudahkan penulis dalam mengartikan data mentah yang diperoleh.

3.6.5 Analisis Regresi Liniear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu analisis yang digunakan untuk melihat adanya suatu hubungan dan pengaruh antara variabel Independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam pengolahan data peneliti menggunakan alat bantu berupa perangkat lunak statistik (statistic software) yang dikenal dengan SPSS. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Adapun persamaan regresi sederhana menurut Ghozali (2011) tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y= Minat Siswa Memilih

X1= Pemasaran Sosial media Instagram

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien regresi

A= Konstanta

X2= *word of mouth*

e= *Error*

3.6.6 Analisis Korelasi Berganda

Menurut Sugiyono (2021:213) analisis korelasi berganda yaitu suatu analisis untuk menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel independen atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel dependen. Dengan formulasi sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X \sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2 ¿¿¿¿}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

n = ukuran sampel atau banyak data di dalam sampel

X = variabel bebas (*independent)*

Y = variabel terikat (*dependent*)

Koefisien korelasi mempunyai nilai -1 ≤ r ≤ +1, dimana:

a. Apabila r = +1, maka korelasi antara dua variabel dikatakan sangat kuat dan searah, artinya jika X naik sebesar 1 maka Y juga akan naik sebesar 1 atau sebaliknya.
b. Apabila r = 0, maka hubungan antara kedua variabel sangat lebar atau tidak ada hubungan sama sekali.
c. Apabila r = -1, maka korelasi antar kedua variabel sangat kuat dan berlawanan arah, artinya apabila X naik sebesar 1 maka Y akan turun sebesar 1 atau sebaliknya.

Untuk memberikan interpretasi koefisien korelasinya maka penulis menggunakan pedoman sebagai berikut :

Tabel 3.6 Interpretasi Koefisien Korelasi

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 (2012)

3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi simultan atau R-Square digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh pemasaran sosial media melalui Instagram (X1) dan *word of mouth* (X2) terhadap minat siswa memilih Bimbingan Belajar *Brilliant Learning Centre* (Y) secara simultan. Koefisien determinasi diperoleh dengan cara mengkuadratkan nilai koefisien korelasi, kemudian dikalikan dengan 100%. Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin besar pula kemampuan variabel pemasaran sosial media melalui Instagram dan *word of mouth* dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel minat siswa memilih. Adapun rumus koefisien determinasi simultan adalah sebagai berikut:

1. Analisis koefisien determinasi simulta

$$Kd = R^2 \, x \, 100\,\%$$

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi product moment

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis koefisien derteminan parsial

Adapun koefisien determinasi parsial adalah koefisien untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (terpisah), berikut rumus koefisien determinasi parsial:

$$Kd = \beta x zero\ order\ x\ 100\ \%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

β = Nilai standardized coeffients

Zero order = Korelasi variabel bebas terhadapa variabel terikat

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria – kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. Jika Kd = 0, maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan lemah.

2. Jika Kd = 1, maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

3.7 Hipotesis

Uji hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang masih bersifat dugaan, sehingga perlu dibuktikan kebenarannya melalui pengujian statistik. Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh pemasaran sosial media melalui Instagram (X1) dan *word of mouth* (X2) terhadap minat siswa memilih Bimbingan Belajar *Brilliant Learning Centre* (Y), baik secara simultan maupun parsial. Uji hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan dengan menggunakan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1). Hipotesis nol (H_0) menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan hipotesis alternatif (H_1) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3.7.1 Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Nilai statistik t menunjukan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, atau disebut juga uji persial (Purwanto dan Sulistyastuti, 2011). Uji ini dapat dilakukan dengan mudah dan singkat melalui SPSS.

Alat ukur yang digunakan dalam pengujian hipotesis statistic adalah sebagai berikut:

H0: Pemasaran sosial media Instagram dan *word of mouth* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat siswa memilih Bimbingan Belajar Brilliant Learning Centre.

Ha: Pemasaran sosial media Instagram dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat siswa memilih Bimbingan Belajar Brilliant Learning Centre.

H0: Pemasaran sosial media Instagram tidak berpengaruh signifikan terhadap minat siswa memilih Bimbingan Belajar Brilliant Learning Centre.

Ha: Pemasaran sosial media Instagram berpengaruh signifikan terhadap minat siswa memilih Bimbingan Belajar Brilliant Learning Centre.

H0: *Word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat siswa memilih Bimbingan Belajar Brilliant Learning Centre.

Ha: *Word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat siswa memilih Bimbingan Belajar Brilliant Learning Centre.

Hasil t hitung dapat dilihat dari output regresi dalam tabel coefficients, hasil tersebut dibandingkan dengan t tabel dari distribusi t dengan derajat kebebasan (dk) = n dan taraf signifikan (a) sebesar 0,05.

a. Jika thitung > dari ttabel maka H0 ≠ ditolak

b. Jika thitung < dari ttabel maka H0 = diterima

3.7.2 Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukan apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan dalam persamaan regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen (Purmanto dan Sulistyastuti,2011). Nilai statistik F juga dapat dilihat dari output regresi yang di hasilkan oleh SPSS. Seperti uji t, kita hendaknya merumuskan hipotesis nol untuk uji nilai statistic F, yaitu:

H_a:β=0, artinya semua variable independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

H_a:β≠0 artinya semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima. Semua variabel independen yang dimasukkan dalam persamaan regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen. Di dalam output SPSS, nilai F hitung dapat dilihat pada tabel ANOVA.

3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen penelitian yang digunakan untuk memperoleh data primer dari responden. Dalam penelitian ini, kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup, sehingga responden hanya perlu memberikan jawaban sesuai dengan pilihan yang telah disediakan. Kuesioner ini digunakan untuk mengukur tiga variabel penelitian, yaitu **Pemasaran Sosial Media Instagram (X1)**, **Word of Mouth (X2)**, dan **Minat Siswa Memilih (Y)** pada Bimbingan Belajar Brilliant Learning Centre.

Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari **30 item pernyataan** yang disusun berdasarkan dimensi dan indikator pada operasionalisasi variabel. Variabel Pemasaran Sosial Media Instagram (X1) terdiri dari 12 item pernyataan, variabel Word of Mouth (X2) terdiri dari 9 item pernyataan, dan variabel Minat Siswa Memilih (Y) terdiri dari 9 item pernyataan. Seluruh item pernyataan disusun menggunakan skala Likert dengan lima pilihan jawaban sebagai berikut:

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4

Kurang Setuju 3

Tidak Setuju 2

Sangat Tidak Setuju 1

Tabel 3.7 Rancangan Kuesioner

Variabel	Dimensi	No. Item	Pernyataan
Pemasaran Sosial Media Instagram (X1)	*Engagement*	1	Saya memperhatikan konten sosial media Instagram BLC.
		2	Saya memberikan reaksi terhadap unggahan BLC di sosial media Instagram.
		3	Saya terlibat dalam interaksi pada sosial media Instagram BLC.
	Informativeness	4	Konten sosial media Instagram BLC memberikan informasi yang akurat.
		5	Konten sosial media Instagram BLC memberikan informasi yang bermanfaat.
		6	Konten sosial media Instagram BLC menyajikan informasi yang lengkap mengenai layanan yang ditawarkan.
	Consistency	7	Pesan yang disampaikan BLC di

			sosial media Instagram tampak konsisten.
		8	Citra yang ditampilkan BLC melalui sosial media Instagram tampak konsisten.
		9	Gaya komunikasi BLC pada sosial media Instagram tampak konsisten dari waktu ke waktu.
	Personal Relevance	10	Konten sosial media Instagram BLC sesuai dengan kebutuhan belajar saya.
		11	Konten sosial media Instagram BLC memiliki manfaat bagi saya.
		12	Konten sosial media Instagram BLC relevan dengan kebutuhan belajar saya.
Word of Mouth (X2)	*Intensity*	13	BLC sering dibicarakan oleh siswa atau orang lain di sekitar saya.
		14	Informasi mengenai BLC sering disampaikan kepada calon siswa lain.
		15	Pembicaraan tentang BLC sering muncul dalam lingkungan pertemanan

			atau keluarga saya.
	Positive Valence	16	Orang lain sering menyampaikan hal-hal positif tentang BLC.
		17	Orang lain sering memberikan rekomendasi yang baik mengenai BLC.
		18	Orang lain mendorong saya untuk mempertimbangkan BLC sebagai pilihan bimbingan belajar.
	Content	19	Informasi yang disampaikan tentang BLC jelas dan mudah dipahami.
		20	Informasi yang disampaikan tentang BLC bermanfaat bagi saya.
		21	Informasi yang disampaikan tentang BLC dapat dipercaya.
Minat Siswa Memilih (Y)	*Preferential Intention*	22	Saya menempatkan BLC sebagai salah satu pilihan utama bimbingan belajar.
		23	Saya menilai BLC sesuai dengan kebutuhan belajar saya.
		24	Saya memandang BLC layak dipilih

			dibandingkan lembaga bimbingan belajar lain.
	Exploratory Intention	25	Saya berniat mencari informasi lebih lanjut mengenai program BLC.
		26	Saya berniat memantau media informasi BLC untuk memperoleh informasi terbaru.
		27	Saya berniat membandingkan informasi BLC dengan lembaga bimbingan belajar lain sebelum menentukan pilihan.
	Enrollment Intention	28	Saya berniat menghubungi BLC untuk menanyakan informasi pendaftaran.
		29	Saya berniat datang atau berkonsultasi langsung dengan pihak BLC.
		30	Saya berniat mendaftar di BLC dalam waktu dekat.

3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Bimbingan Belajar *Brilliant Learning Centre* (BLC) yang berlokasi di Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Pemilihan lokasi ini