

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2023) menyatakan bahwa “Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.” Menurut (Sugiyono, 2023), menyatakan bahwa “rumusan masalah asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan untuk bentuk hubungannya digunakan hubungan kausal, yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat.”

Peneliti memilih pendekatan kuantitatif karena bertujuan untuk menguji relevansi suatu teori terhadap objek penelitian yang sedang dikaji. Selain itu, karena penelitian ini melibatkan dua variabel, yaitu variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) untuk dibuktikan hubungan sebab akibatnya yaitu kualitas konten dan keputusan pembelian. Peneliti ingin mengetahui sejauh mana hubungan atau pengaruh antara variabel tersebut, pendekatan kuantitatif dianggap tepat karena memungkinkan pengumpulan data secara lebih akurat.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Rent Movement yang berlokasi di Jln. Kayu Manis, No. 62B, Sepang Jaya, Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung.

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Februari 2026 hingga Juni 2026. Rentang waktu tersebut digunakan untuk tahap persiapan instrumen penelitian, penyebaran kuesioner, pengumpulan data, hingga pengolahan dan analisis data penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2023), populasi merupakan sekumpulan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti sebagai bahan penelitian untuk dianalisis lebih lanjut. Populasi tidak hanya merujuk pada jumlah subjek yang diteliti, tetapi juga mencakup seluruh karakteristik yang melekat pada objek atau subjek tersebut. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen yang pernah menyewa di Rent Movement Bandar Lampung.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2023), sampel merupakan subset dari populasi yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi tersebut. Dalam situasi di mana populasi berukuran besar, peneliti seringkali menghadapi keterbatasan sumber daya seperti dana, tenaga, dan waktu yang membuat tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi. Dalam kondisi tersebut, peneliti dapat memanfaatkan sampel yang diambil dari populasi sebagai alternatif yang representatif.

Sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik penentuan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling*, tepatnya menggunakan pendekatan *Purposive Sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan

pertimbangan atau kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, kriteria yang digunakan adalah responden pernah menggunakan layanan Rent Movement minimal satu kali.

Karena ukuran populasi pelanggan Rent Movement diketahui secara pasti berdasarkan data pengunjung sewa, maka peneliti menggunakan teknik penentuan jumlah sampel untuk populasi yang diketahui. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin untuk memperoleh ukuran sampel yang representatif dari populasi tersebut, dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) yang telah ditetapkan peneliti.

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

Dimana:

n = Jumlah sampel minimal yang dibutuhkan

N = Jumlah Populasi

e = tingkat kesalahan (*margin of error*) yang ditetapkan peneliti (misal
10% = 0,10 atau 5% = 0,05)

Berdasarkan rumusan tersebut, maka dapat dihitung jumlah sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{3494}{1 + 34,94} \\ n &= \frac{3494}{35,94} \\ n &\approx 97,2 \end{aligned}$$

Berdasarkan data jumlah konsumen Rent Movement selama periode Januari – Desember, total konsumen tercatat sebanyak 3.494 orang. Data ini digunakan sebagai dasar penentuan populasi (N) dalam penelitian. Selanjutnya, jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat

kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Adapun dasar pertimbangan dalam penentuan sampel pada penelitian ini adalah:

1. Responden merupakan konsumen yang pernah menggunakan jasa penyewaan alat fotografi di Toko Rent Movement Bandar Lampung.
2. Responden pernah melakukan transaksi penyewaan minimal satu kali atau ingin melakukan penyewaan kembali.
3. Responden merupakan pengguna aktif media sosial Instagram, mengingat variabel Konten Marketing dalam penelitian ini Kriteria responden meliputi Konsumen yang pernah melihat Konten Marketing Instagram Baik secara sengaja maupun tidak sengaja
4. Responden bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap dan jujur sesuai dengan pengalaman yang dirasakan selama menggunakan jasa penyewaan di Toko Rent Movement.

D. Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu konsep atau objek yang menjadi fokus utama dalam penelitian dan digunakan sebagai pedoman oleh peneliti untuk diamati dan dianalisis. Variabel juga dapat dipahami sebagai faktor atau karakteristik tertentu yang diteliti guna memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Informasi yang diperoleh dari pengamatan terhadap variabel selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini digunakan dua jenis variabel, yaitu variabel independen (*eksogen*), variabel dan dependen (*endogen*)

1. Variabel Eksogen (Independen)

Variabel eksogen atau variabel independen merupakan variabel yang sering disebut sebagai *stimulus*, *predictor*, atau *antecedent*, dan dalam bahasa Indonesia dikenal sebagai variabel bebas. Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel dependen, serta nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam model penelitian (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri dari Konten Marketing (X1) dan *Kualitas Pelayanan* (X2).

2. Variabel Endogen (Dependen)

Variabel endogen atau variabel dependen merupakan variabel yang sering disebut sebagai *output*, *criterion*, atau *consequent*, dan dalam bahasa Indonesia dikenal sebagai variabel terikat. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya pengaruh variabel independen (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah *Minat Re-rent* (Y) pada Toko Rent Movement di Bandar Lampung.

E. Sumber dan Jenis Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber utama tanpa melalui pihak perantara. Data ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan dikumpulkan melalui metode seperti survei, wawancara, atau penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini, pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada Pelanggan Toko Rent Movement di Kota Bandar Lampung.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber yang telah tersedia sebelumnya dan tidak dikumpulkan secara langsung dari responden atau objek penelitian. Data ini umumnya telah dikumpulkan, diolah, dan dipublikasikan oleh pihak lain untuk kepentingan tertentu, namun masih relevan dan dapat dimanfaatkan untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku teks, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta publikasi lain yang berkaitan dengan topik penelitian.

F. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang dijadikan objek kajian serta faktor yang berpengaruh terhadap gejala yang diteliti. Menurut Sugiyono (2023), variabel merupakan objek atau atribut yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari guna memperoleh informasi dan menarik kesimpulan. Berdasarkan pengertian tersebut, variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Definisi Variabel
Konten Marketing (X1)	Menurut Fitria (2003;213) dalam (Suhendra et al., 2024) yaitu sebagai berikut: 1. Relevansi 2. Akurasi 3. Bernilai 4. Mudah dipahami 5. Mudah ditemukan 6. Konsisten	Menurut Kotler, et al (2017) dalam konten (Suhendra et al., 2024) marketing adalah strategi pemasaran dimana pemasar merencanakan, membuat, dan mendistribusikan konten yang mampu menarik minat konsumen agar tepat sasaran, kemudian memaksimalkan kesempatan untuk menarik mereka menjadi konsumen.
Kualitas Pelayanan (X2)	Menurut (Zeithaml, Bitner & Gremler., 2009) dalam (Teressa et al., 2024), kualitas pelayanan diukur	Menurut (Tjiptono, 2014) dalam (Teressa et al., 2024), Kualitas pelayanan adalah kemampuan organisasi dalam memberikan

Variabel	Indikator	Definisi Variabel
	melalui lima indikator: 1. Bukti Fisik 2. Empati 3. Keandalan 4. Daya Tanggap 5. Jaminan	pelayanan yang efektif, efisien, dan mampu memberikan kepuasan, sehingga konsumen merasakan bahwa pelayanan yang diterima sesuai bahkan melebihi harapan mereka.
Minat Re-rent (Y)	Menurut Bahar dan Sjaharuddin (2015) dalam (Teressa et al., 2024), 1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Prefensial 4. Minat Eksploratif	Minat beli ulang merupakan kecenderungan konsumen untuk kembali melakukan pembelian terhadap produk atau jasa dari perusahaan yang sama. Kecenderungan ini didorong oleh rasa puas, loyalitas, serta pandangan positif yang telah terbentuk berdasarkan pengalaman sebelumnya (Kotler et al., 2022).

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2026

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode sistematis untuk memperoleh data akurat, valid, dan reliabel guna menjawab tujuan penelitian. Menurut (Sugiyono, 2023), kualitas data yang dihasilkan dalam suatu penelitian dipengaruhi oleh dua aspek utama, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas proses pengumpulan data.

Kualitas instrumen berkaitan dengan tingkat validitas dan reliabilitas alat ukur yang digunakan, sedangkan kualitas pengumpulan data berhubungan dengan ketepatan prosedur dan teknik dalam memperoleh data. Dengan demikian, meskipun instrumen penelitian telah memenuhi kriteria valid dan reliabel, data yang dihasilkan belum tentu memiliki kualitas yang baik apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam proses pengumpulan data. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner.

1. Kuesioner atau Angket (*Questioner*)

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Menurut (Sugiyono, 2023), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyusun dan menyebarkan sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung dari responden melalui interaksi dengan peneliti, dengan tujuan menganalisis tingkat konsumen untuk menyewa kembali di Rent Movement.

Penelitian ini menggunakan Skala Likert dengan rentang nilai 1 hingga 5. Dalam skala ini, kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan dengan lima opsi jawaban yang dapat dipilih oleh responden sesuai dengan tingkat kesetujuan mereka terhadap pernyataan yang diberikan.

Tabel 3. 2
Instrumen Skala Likert

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas merupakan alat ukur dalam penelitian yang digunakan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi objek yang diteliti (Ghozali, 2018). Uji validitas bertujuan menilai sejauh mana butir-butir pertanyaan dalam kuesioner mampu merepresentasikan variabel

yang diukur. Dengan demikian, uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian benar-benar mengukur konsep yang seharusnya diukur. Pada penelitian ini, pengujian validitas dilakukan menggunakan rumus Pearson Product Moment dengan bantuan program SPSS versi 21.

Kriteria pengujian validitas ditentukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen dianggap valid. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Tabel 3. 3
Hasil Uji Validitas X1

Item Konten Marketing (X1)	R Hitung	R Tabel	Kondisi	Keterangan
X1.1	0,918	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.2	0,787	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
X1.3	0,786	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
X1.4	0,493	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.5	0,705	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.6	0,897	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.7	0,893	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.8	0,863	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.9	0,818	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.10	0,786	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.11	0,707	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.12	0,649	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 21

Berdasarkan tabel 3.2 hasil uji validitas variabel Konten Marketing (X1) dari 12 butir item pertanyaan yang berkaitan dengan Konten Marketing yang dinyatakan valid semua dimana nilai r hitung paling tinggi 0,893 dan yang

paling rendah 0,493. Dengan demikian seluruh item Konten Marketing (X1) dinyatakan valid.

Tabel 3. 4
Hasil Uji Validitas X2

Item Kualitas Pelayanan (X1)	R Hitung	R Tabel	Kondisi	Keterangan
X2.1	0,744	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.2	0,889	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.3	0,627	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.4	0,899	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.5	0,936	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.6	0,954	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.7	0,883	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.8	0,915	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.9	0,779	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.10	0,843	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 21

Berdasarkan tabel 3.3 hasil uji validitas variabel Kualitas Pelayanan (X1) dari 10 butir item pertanyaan yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan yang dinyatakan valid semua dimana nilai r_{hitung} paling tinggi 0,954 dan yang paling rendah 0,627. Dengan demikian seluruh item Kualitas Pelayanan (X2) dinyatakan valid.

Tabel 3. 5
Hasil Uji Validitas Y

Item Minat Re-rent (X1)	R Hitung	R Tabel	Kondisi	Keterangan
Y1	0,759	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Y2	0,854	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y3	0,892	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y4	0,885	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y5	0,929	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y6	0,734	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y7	0,872	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y8	0,831	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 21

Berdasarkan tabel 3.4 hasil uji validitas variabel Minat Re-rent (Y) dari 8 butir item pertanyaan yang berkaitan dengan Minat Re-rent dinyatakan valid semua dimana nilai r hitung paling tinggi 0,929 dan yang paling rendah 0,734. Dengan demikian seluruh item Minat Re-rent (Y) dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi atau keandalan suatu kuesioner. Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian, yaitu sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang sama apabila digunakan berulang kali pada kondisi dan responden yang relatif serupa (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Alpha Cronbach*.

Untuk mengambil sebuah keputusan yang menentukan reliabel atau tidak reliabel yaitu apabila $r > 0,60$ maka item dikatakan reliabel, sebaliknya bila $r < 0,60$ maka item dikatakan tidak reliabel.

Tabel 3. 6
Hasil Uji Reliabilitas

Item	Cronbach's Alpha	Tabel Reliabilitas	Keterangan
Konten Marketing	0,924	0,06	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,950	0,06	Reliabel
Minat Re-rent	0,936	0,06	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 21

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 3.5, seluruh variabel yaitu Konten Marketing, Kualitas Pelayanan, dan Minat Re-rent memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60. Artinya, ketiga variabel tersebut dianggap reliabel atau konsisten, sehingga dapat dipercaya untuk digunakan dalam analisis penelitian ini. Nilai tertinggi terdapat pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,950, disusul oleh Minat Re-rent sebesar 0,936, dan Konten Marketing sebesar 0,924. Dengan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner telah lolos uji reliabilitas.

3. Analisis Deskriptif Data

Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik responden pada setiap variabel penelitian tanpa melibatkan pengujian hipotesis secara inferensial. Tahapan analisis dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi guna mengetahui tingkat perolehan skor dari masing-masing variabel yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2023), analisis deskriptif bertujuan menyajikan dan menggambarkan data sesuai dengan kondisi yang diperoleh di lapangan, tanpa dimaksudkan untuk melakukan generalisasi terhadap populasi yang lebih luas.

Dalam penelitian ini, alat ukur yang digunakan adalah kuesioner

dengan skala Likert yang terdiri atas lima alternatif jawaban. Penentuan nilai indeks dilakukan dengan menggunakan pendekatan perhitungan numerik sesuai dengan rentang skala yang digunakan, yang selanjutnya dihitung berdasarkan rumus berikut:

Rentang Skala = (nilai maksimum – nilai minimum) ÷ jumlah kategori penilaian
 Rentang Skala = $(5 - 1) \div 5 = 0,80$

1,00- 1,80, menunjukkan jawaban responden berdasarkan variabel adalah sangat tidak setuju

1,81- 2,60, menunjukkan hasil jawaban hasil jawaban responden berdasarkan variabel adalah tidak setuju

2,61- 3,40, menunjukkan hasil jawaban hasil jawaban responden berdasarkan variabel adalah kurang setuju

3,41 - 4,20, menunjukkan hasil jawaban hasil jawaban responden berdasarkan variabel adalah setuju

4,21 - 5, menunjukkan hasil jawaban hasil jawaban responden berdasarkan variabel adalah tidak setuju

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh bahwa setiap kategori jawaban memiliki interval skala sebesar 0,80. Nilai interval ini digunakan sebagai dasar dalam menginterpretasikan skor rata-rata pada setiap indikator yang merepresentasikan variabel penelitian. Rentang nilai rata-rata tersebut kemudian dijadikan pedoman untuk menentukan kategori penilaian masing-masing indikator (Riduwan, 2022).

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu (residual) dalam model penelitian memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, yang digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan terkait normal atau tidaknya distribusi data residual.

- 1) Angka signifikansi Uji Kolmogorov - Smirnov Sign > 0.05 maka data berdistribusi normal.
- 2) Angka signifikansi Uji Kolmogorov - Smirnov Sign < 0, 5 maka data berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antarvariabel independen dalam suatu model regresi (Ghozali, 2018). Apabila terjadi korelasi yang tinggi di antara variabel independen, maka kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel dependen dapat menjadi tidak akurat. Pendeteksian multikolinearitas pada regresi linear umumnya dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi dinyatakan mengalami multikolinearitas apabila nilai *tolerance* kurang dari 0,10 atau nilai VIF lebih dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linear terdapat perbedaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik seharusnya memiliki varians residual yang tetap atau sama pada seluruh data, kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, apabila varians residual menunjukkan ketidaksamaan antarobservasi, maka kondisi tersebut dinamakan heteroskedastisitas.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas adalah Uji Spearman. Pengujian ini digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara dua variabel berdasarkan peringkat (rank) data. Dalam penelitian ini, uji Spearman Rank digunakan untuk menguji hubungan antara variabel penelitian berdasarkan data yang diperoleh dari responden.

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- 2) Sebaliknya, jika nilai nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Ghozali, 2018), analisis regresi linier berganda merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam suatu penelitian. Teknik analisis ini bertujuan untuk

mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Minat Re-rental

e = Standard Error

α = Konstanta

B_1 = Koefisien regresi variabel Konten Marketing Instagram

B_2 = Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan

X_1 = Konten Marketing Instagram

X_2 = Kualitas Pelayanan

6. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial dengan tujuan mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, uji t dilakukan untuk menganalisis pengaruh variabel Konten Marketing Instagram (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara individual terhadap Minat Re-rental (Y).

Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan tingkat kesalahan (α) sebesar 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi

lebih besar dari 0,05, maka variabel independen dinyatakan tidak berpengaruh signifikan.

Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diuji adalah sebagai berikut:

1) Hipotesis parsial X2

H_{a1} : Konten Marketing Instagram berpengaruh terhadap Minat Re-rental.

H_{o1} : Konten *marketing instagram* tidak berpengaruh terhadap *minat re-rental*.

2) Hipotesis parsial X2

H_{a2} : *Kualitas Pelayanan* berpengaruh terhadap *Minat Re-rental*.

H_{o2} : *Kualitas pelayanan* tidak berpengaruh terhadap *minat re-rental*.

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai t hitung $> t$ tabel atau $\text{Sig.} < 0,05 \rightarrow H_a$ diterima, H_o ditolak
- 2) Jika nilai t hitung $< t$ tabel atau $\text{Sig.} > 0,05 \rightarrow H_a$ ditolak, H_o diterima

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model regresi secara simultan, yaitu untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2018). Suatu model regresi dinyatakan layak apabila nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,05 (Ghozali, 2018).

Pada dasarnya, uji F memiliki fungsi yang sejalan dengan koefisien determinasi, karena sama-sama digunakan untuk menilai kebaikan dan kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antar variabel. Hipotesis yang diuji adalah sebagai berikut:

- 1) H_a : Konten *marketing instagram* dan *kualitas pelayanan* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *minat re-rental*
- 2) H_o : Konten *marketing instagram* dan *kualitas pelayanan* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap *minat re-rental*.

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig. < 0,05 \rightarrow H_a$ diterima dan H_o ditolak
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig. > 0,05 \rightarrow H_a$ ditolak dan H_o diterima

Apabila H_a diterima, maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila H_o diterima, maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen (Y) yang dipengaruhi oleh variabel independen (X) (Ghozali, 2018). Semakin besar nilai R^2 , maka semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Sebaliknya, nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen tergolong rendah atau terbatas.

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

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi