

Analisis Pengaruh Waktu Posting Terhadap Viewers Media Sosial Instagram Pada Rupbasan Kelas I Denpasar

I Putu Marcos Leona Putra¹, Ni Wayan Deriani², Ni Putu Nanik Hendayanti³

Bisnis Digital¹, ², Sistem Informasi³,

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: 200050023@stikom-bali.ac.id¹, deriani@stikom-bali.ac.id², nanik@stikom-bali.ac.id³

Abstrak

Ketidaccukupan informasi mengenai Rupbasan Kelas I Denpasar kepada masyarakat menjadi tantangan yang perlu diatasi oleh lembaga tersebut. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, terlihat bahwa pemanfaatan media sosial Instagram oleh Rupbasan Kelas I Denpasar belum mencapai target yang diinginkan atau dapat dikatakan belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dampak waktu posting, baik dalam hal jam maupun hari, terhadap jumlah penonton di platform media sosial Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda. Teknik pengumpulan data mencakup observasi, wawancara, kuesioner, dan studi literatur. Langkah-langkah penelitian mencakup perumusan masalah, perumusan hipotesis, pengumpulan data, pengujian validitas dan reliabilitas, pengolahan data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian, yang diperoleh melalui uji t dan uji F, menunjukkan bahwa waktu posting, baik dari segi jam maupun hari, berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah penonton. Analisis regresi linier berganda menghasilkan nilai positif dengan konstanta sebesar 27,102. Dalam uji koefisien determinasi, ditemukan bahwa 67,8% dari variasi jumlah penonton dapat dijelaskan oleh pengaruh waktu posting, sementara sisanya 32,2% dapat diatribusikan kepada faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Instagram, Jam posting konten, Hari posting konten, Peningkatan viewers, Pemanfaatan media sosial Instagram bagi pemerintah.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin cepat serta produksi perangkat-perangkat yang semakin canggih telah membawa "dunia dalam genggaman" bagi pengguna perangkat tersebut [1]. Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi, tingkat konsumerisme masyarakat juga meningkat. Disamping itu internet juga membuat masyarakat semakin mudah berbelanja, khususnya secara online, dibandingkan dengan cara konvensional. Dalam hal bisnis, teknologi internet memberikan peluang baru dalam berinteraksi dan transaksi. Banyak toko online di Indonesia mengikuti tren ini. Situs belanja online di Indonesia berkembang dengan pesat dalam beberapa tahun terakhir [2].

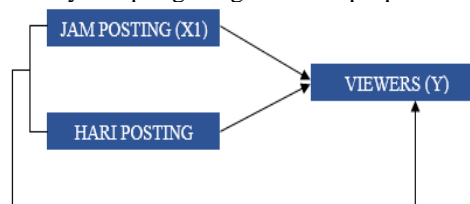
TikTok merupakan salah satu media sosial dan sekaligus platform E-Commerce yang berasal dari Tiongkok dan diluncurkan pada bulan September tahun 2016 oleh pendiri Toutiao, Zhang Yiming. Pada aplikasi TikTok, para pengguna diberi kesempatan untuk membuat video musik pendek sesuai keinginan mereka. Belakangan ini, aplikasi TikTok semakin populer, terutama setelah dilengkapi dengan fitur jual-beli secara online. Live shopping adalah suatu aktivitas pembelian secara online yang dilakukan secara langsung atau online dan hanya dalam waktu tertentu [3]. Live shopping merupakan fitur baru yang diperkenalkan oleh Tiktok yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian produk secara langsung melalui video yang dipublikasikan oleh penjual. Live shopping menawarkan beragam jenis barang yang dijual yang lebih bervariasi dibandingkan dengan berbelanja secara online biasa [3]. Badan survei Statistika (2023) melakukan survei dimana Indonesia berada di peringkat kedua terbanyak di dunia pengguna aplikasi TikTok dengan jumlah pengguna 109,9 juta orang di bawah Amerika Serikat (AS) dengan jumlah 113,25 juta pengguna. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, Kota Denpasar merupakan daerah dengan pengguna internet terbesar di Provinsi Bali. Sekitar 84,51% masyarakat Kota Denpasar pada tahun 2022 aktif mengakses internet. Seiring dengan selarasnya peningkatnya jumlah pengguna Tiktok dengan pengguna internet di Kota Denpasar, maka semakin besar pula potensi bisnis yang dapat dihasilkan melalui fitur live shopping di Tiktok. Hal ini menarik perhatian para penjual yang ingin memanfaatkan platform Tiktok untuk memasarkan produk mereka. Sehubungan dengan hal tersebut, pernah dilakukan sebuah penelitian pada tahun 2018 dengan judul "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Pulau Bali" oleh Nyoman Laksmi Putri Wulandari

dan Taufan Umbara mendapatkan hasil bahwa empat faktor perilaku konsumen yakni faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi Shopee di Pulau Bali [2]. Penelitian relevan selanjutnya, pernah dilakukan oleh Vinia Fransiska dan Sinta Paramita dengan judul "Live shopping dalam Industri Komunikasi Digital melalui Instagram" pada tahun 2020, dimana dalam hasil penelitian ini diketahui bahwa kegiatan live shopping menggunakan media sosial Instagram didasari oleh fenomena yang sudah terbentuk lebih lama yaitu jasa titip atau jastip, kemudian kegiatan ini juga menawarkan kegiatan belanja yang lebih interaktif dan menyenangkan sehingga pembeli merasakan sensasi berbelanja langsung di tempat dan durasi waktu yang terbatas sehingga pembeli akan berpacu dengan waktu [3].

Merujuk pada penelitian terdahulu serta peningkatan pengguna internet di Kota Denpasar, penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian dengan judul "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Online Pada Live shopping TikTok Di Denpasar" yang nantinya akan menghasilkan analisis perilaku konsumen berdasarkan faktor - faktor perilaku konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan uji analisis regresi linear berganda, dan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan menggunakan purposive sampling. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang akan dibagikan kepada para remaja pengguna (user) aplikasi TikTok di Denpasar. Penelitian ini akan menganalisis perilaku konsumen berdasarkan beberapa faktor yaitu faktor kesesuaian harga, faktor influencer, faktor emosi positif, dan faktor gaya hidup hedonisme, dimana nanti nya akan menghasilkan pengaruh dari masing-masing faktor dalam menentukan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian online pada live shopping TikTok di Denpasar. Hasil dari penelitian ini diharapkan para penjual dapat menyesuaikan strategi pemasaran dan penjualan untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan konsumen dengan memperhatikan faktor perilaku konsumen dalam keputusan pembelian

2. Metode Penelitian

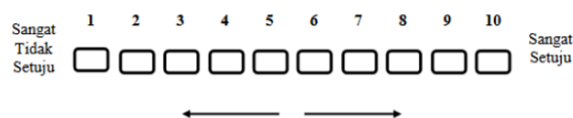
Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini ialah 96 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling[8].



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Teknik pengumpulan data merupakan langkah dalam penelitian karena tujuan utama dari suatu penelitian ialah mendapatkan suatu data. Dalam penelitian ini ialah berupa observasi, kuesioner, wawancara dan studi literatur.

1. Observasi
Observasi ini dilakukan dengan mengamati penggunaan fitur-fitur tersebut dan melihat dampak terhadap peningkatan viewers pada setiap postingan.
2. Kuesioner
Dalam penilaian kuesioner, penulis menggunakan skala Interval dengan linier scale 1-10 dengan penghitungan korelasi pearson dan regresi[9].



Gambar 2. Pemberian Skor Jawaban Responden

3. Wawancara
Pada tahapan pengumpulan data, penulis melakukan sesi wawancara dengan tim Humas dari Rupbasan Kelas I Denpasar yaitu Ibu Selvy Inawati, S.H.,M.H. selaku kepala tim Humas pada Rupbasan Kelas I Denpasar yang akan membahas mengenai peranan fitur yang tersedia pada Instagram Rupbasan Denpasar.
4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan teknik pengumpulan data dengan sumber dari pengumpulan informasi dan data dari daftar pustaka peneliti lainnya dan membaca jurnal-jurnal yang terdapat kaitannya dengan permasalahan yang akan diteliti.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian dapat disajikan menggunakan gambar, grafik, tabel, dan lainnya yang membuat pembaca dapat memahami hasil penelitian dengan mudah. Pembahasan dapat dibuat dengan menggunakan beberapa sub-bab.

3.1. Uji Validitas

Pada penelitian ini derajat signifikan ialah 0,05, maka nilai r_{tabel} dari $96 - 2 = 94$ ialah sebesar 0,2006. Dari hasil uji validitas pada masing-masing butir pernyataan, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2006) sehingga data yang diperoleh dari penelitian menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan pada masing-masing variabel dapat dinyatakan valid.

3.2. Uji Realibilitas

Nilai cronbach's alpha dari variabel X yaitu Jam Posting (0,874) dan Hari Posting (0,868), sedangkan variabel Y yaitu peningkatan Viewers (0,943) lebih besar dari 0,70 sehingga hal ini dapat dikatakan data tersebut reliabel.

Tabel 1. Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Cutt-Off	Keterangan
Jam Posting (X1)	0,876	0,700	Reliabel
Hari Posting (X2)	0,868	0,700	Reliabel
Peningkatan Viewers (Y)	0,943	0,700	Reliabel

3.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ialah *Kolmogrov-Smirnov*, dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 2. Uji Normalitas

N	Nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Keterangan
96	0,320	Data berdistribusi normal

Dapat diidentifikasi bahwa jumlah sampel penelitian (N) berjumlah 96 responden, menunjukkan ukuran sampel yang cukup representatif untuk analisis yang dilakukan. Fokus pada nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) dalam tabel diatas, nilai yang tercatat sebesar 0,320. Penafsiran signifikansi dari nilai ini mengindikasikan bahwa distribusi data dalam penelitian ini dapat dianggap normal, karena nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hasil uji normalitas menunjukkan keterpenuhan asumsi normalitas pada data penelitian ini. Kepercayaan pada keberlanjutan distribusi normal menjadi kunci dalam memastikan validitas analisis statistik yang dilakukan, dan temuan ini memberikan dasar yang kokoh untuk lanjutnya analisis regresi berganda dalam konteks penelitian ini.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan suatu analisis yang bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi yang signifikan antar variabel independen dalam suatu model regresi.

Tabel 3. Uji Multikolienaritas

Variabel	Tolerance	VIF
Jam Posting (X1)	0,203	4,924
Hari Posting (X2)	0,203	4,924

Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas, seperti Jam Posting (X1), memiliki nilai tolerance sebesar 0,203 dan VIF sebesar 4,924. Dengan nilai tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Jam Posting tidak mengalami multikolinearitas, mengindikasikan bahwa variabel ini dapat dianggap independen dan tidak memiliki korelasi yang signifikan dengan variabel lain dalam model regresi. Begitu pula dengan variabel bebas lainnya, yaitu Hari Posting (X2), yang memiliki nilai tolerance 0,203 dan VIF 4,924. Hasil ini menegaskan bahwa Hari Posting juga terbebas dari masalah multikolinearitas. Keseluruhan, dari hasil uji tersebut, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas, Jam Posting (X1) dan Hari Posting (X2), dapat dianggap terbebas dari masalah multikolinearitas, memvalidasi keandalan dan keakuratan hasil analisis regresi dalam penelitian ini.

3. Uji Heteroskedasitas

Heteroskedasitas merujuk pada situasi di mana varians residual tidak konstan di sepanjang rentang nilai variabel independen.

Tabel 4. Uji Multikolienaritas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,043	3,118		2,258	,026
	Total X1	-,078	,063	-,208	-1,240	,218
	Total X2	,030	,066	,105	,464	,644

Penilaian terhadap gejala heteroskedasitas dalam suatu model dapat diambil dari hasil uji, dan apabila nilai signifikansi melebihi batas 0,05, dapat disimpulkan bahwa model tersebut tidak mengalami heteroskedasitas. Analisis ini penting untuk memastikan kestabilan varians residual dalam model regresi, yang menjadi asumsi penting dalam analisis regresi klasik. Dalam konteks hasil uji heteroskedasitas pada Tabel 4.8, terlihat bahwa nilai signifikansi untuk variabel Jam Posting (X1) sebesar 0,218 dan Hari Posting (X2) sebesar 0,644. Dengan nilai-nilai tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa model yang digunakan tidak menunjukkan gejala heteroskedasitas, mengindikasikan bahwa variabilitas residual relatif konstan di berbagai tingkat nilai variabel independen. Kesimpulan ini memberikan keyakinan bahwa hasil analisis regresi dalam penelitian ini dapat diandalkan dan valid dalam konteks asumsi klasik.

3.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan suatu algoritma statistik yang diterapkan dalam analisis data untuk memahami dan menelusuri pola hubungan antara variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas.

Tabel 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Cosntant)	27,102	4,862
	Jam Posting (X1)	0,308	0,097
	Hari Posting (X2)	0,341	0,102

Persamaan regresi linear diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta (α) = 27,102
Hal ini menunjukkan jika variabel Jam Posting (X1), dan Hari Posting (X2) =0, maka minat menonton bagi viewers sebesar 27,102.
- Jam Posting (X1) terhadap Peningkatan Viewers (Y)
Koefisien Jam Posting untuk variabel X1 adalah sebesar 0,308, yang mengindikasikan bahwa setiap penambahan satu satuan dalam Jam Posting akan berkontribusi pada peningkatan minat menonton sebesar 0,308 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- Hari Posting (X2) terhadap Peningkatan Viewers (Y)
Koefisien Hari Posting untuk variabel X2 adalah sebesar 0,341, yang mengindikasikan bahwa setiap penambahan satu satuan dalam Hari Posting akan berkontribusi pada peningkatan minat menonton sebesar 0,341 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

3.5. Uji hipotesis

1. Uji F

Tujuan utama dari Uji F adalah untuk menilai apakah ada perbedaan yang signifikan antara hasil model regresi dan hasil yang diharapkan jika tidak ada variabel independen yang dimasukkan.

Tabel 6. Uji F

Model	Nilai Uji F	Sig.
Regression	98,060	<,001

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa:

- Nilai signifikan yang tercatat dalam tabel di atas adalah <,001, yang berada di bawah batas signifikansi 0,05. Oleh karena itu, peneliti menolak hipotesis nol (H0) dan menerima hipotesis alternatif (H1). Hal ini mengindikasikan bahwa semua variabel independen secara signifikan memengaruhi variabel dependen dalam analisis ini.
- Pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar α ialah 0,05 dengan derajat kebebasan $df(N-k-1) = 96-2-1 = 93$ diperoleh F tabel sebesar 3,09. Karena nilai F hitung bernilai positif maka dikatakan berpengaruh jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Dengan demikian F hitung lebih besar dari F tabel ($98,060 > 3,09$). Artinya terdapat pengaruh Jam Posting dan Hari Posting secara bersama-sama terhadap peningkatan viewers. Sehingga H3 diterima

2. Uji t

Dalam konteks ini, syarat penolakan hipotesis nol (H_0) pada Uji T adalah jika nilai signifikansi kurang dari 0,05. Jika nilai ini terpenuhi, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi.

Tabel 7. Uji t

Variabel	t	Sig.
Total X1	3,156	,002
Total X2	3,331	,001

Berdasarkan table diatas dapat dijabarkan bahwa:

1. Pengujian Jam Posting Terhadap Peningkatan Viewers

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan $df (N-k-1) = 96-2-1 = 93$ diperoleh t tabel ialah 1,985 dan t hitung sebesar 3,156. Dengan demikian t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($3,156 > 1,985$) seperti pada tabel di atas. Maka dari itu terdapat pengaruh Jam Posting terhadap peningkatan viewers sehingga H_1 diterima.

Variabel Jam Posting (X1) memiliki nilai signifikansi 0,002 maka H_0 ditolak. Karena nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terhadap pengaruh signifikan dari Jam Posting (X1) terhadap Peningkatan Viewers (Y).

2. Pengujian Hari Posting Terhadap Peningkatan Viewers

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan $df (N-k-1) = 96-2-1 = 93$ diperoleh t tabel ialah 1,985 dan t hitung sebesar 3,331. Dengan demikian t hitung lebih besar dari nilai tabel ($3,331 > 1,985$) seperti pada tabel di atas. Maka dari itu terdapat pengaruh Hari Posting terhadap peningkatan viewers sehingga H_2 diterima.

Variabel Hari Posting (X2) memiliki nilai signifikansi 0,001 maka H_0 ditolak. Karena nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terhadap pengaruh signifikan dari Hari Posting (X2) terhadap Peningkatan Viewers (Y).

3.6. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Dalam penelitian ini, uji koefisien determinasi (R Square) menjadi alat penting untuk mengukur sejauh mana variabel independen (X) memberikan kontribusi dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Y) dalam model regresi.

Tabel 8. Uji R

R	Adjust R Square	Keterangan
0,824	0,671	Persentase dampak kontribusi dari variabel independen (Jam Posting dan Hari Posting) terhadap variabel dependen (peningkatan jumlah penonton) adalah sebesar 67,1%.

Angka R sebesar 0,824 yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda di atas menjadi kunci untuk mengevaluasi tingkat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen dalam model ini. Dalam penelitian ini, nilai R yang mendekati 1 menunjukkan hubungan positif yang kuat. Oleh karena itu, nilai R sebesar 0,824 menandakan adanya hubungan positif yang cukup kuat antara variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi ini.

Menurut output yang telah disajikan, ditemukan angka R^2 (Adjusted R Square) sebesar 0,671, atau setara dengan 67,1%, yang mengindikasikan bahwa sebanyak 67,1% dari variasi dalam variabel dependen, yaitu peningkatan jumlah viewers. Sementara itu, sisanya sebesar 32,9% ($100\% - 67,1\% = 32,9\%$) yang dipengaruhi oleh variabel lain selain jam posting dan hari posting.

4. Kesimpulan

Dengan merinci hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memberikan pemahaman mendalam terkait dengan berbagai aspek. Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini, antara lain:

1. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa variabel Jam Posting memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan jumlah viewers pada akun Instagram RUPBASAN Denpasar. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang menyatakan pengaruh signifikan Jam Posting terhadap peningkatan viewers di media sosial Instagram RUPBASAN Denpasar terbukti dan dapat diterima. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya hasil signifikansi variabel fitur Jam Posting sebesar 0,002, yang lebih kecil dari nilai ambang signifikansi 0,05.

2. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa variabel Hari Posting memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan jumlah viewers pada akun Instagram RUPBASAN Denpasar. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang menyatakan pengaruh signifikan Hari Posting terhadap peningkatan viewers di media sosial Instagram RUPBASAN Denpasar terbukti dan dapat diterima. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya hasil signifikansi variabel fitur Hari Posting sebesar 0,001, yang lebih kecil dari nilai ambang signifikansi 0,05.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Jam Posting dan Hari Posting secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah viewers pada akun Instagram RUPBASAN Denpasar. Sebanyak 67,1% dari variasi keseluruhan dalam peningkatan viewers (variabel Y) dapat dijelaskan oleh pengaruh dari Jam Posting (X1) dan Hari Posting (X2). Sementara itu, sekitar 32,9% sisanya kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Jam Posting dan Hari Posting secara bersama-sama memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap peningkatan viewers pada Instagram RUPBASAN Denpasar

Daftar Pustaka

- [1] S. Widi, "Pengguna Media Sosial Di Indonesia Sebanyak 167 Juta Pada 2023," *Data Indones..*
- [2] M. Kom, F. Ekonomi, I. Uin, And S. Utara, "Nabillah Purba," Vol. 9, No. 2, Pp. 91–98, 2021.
- [3] Apji, "Hasil Survey Profil Internet Indonesia 2022," *Apji.Or.Od*, No. June, 2022, [Online]. Available: Apji.Or.Id
- [4] D. S. Puspitarini And R. Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)," Vol. 3, 2019.
- [5] Kemenkumham.Go.Id, "Identitas Logo Lipi," 2021. [Http://Lipi.Go.Id/Identitas/Identitas-Logo](http://Lipi.Go.Id/Identitas/Identitas-Logo)
- [6] P. Time *Et Al.*, "Pengaruh Tipe Post , Waktu Post , Testimoni Dan Follower Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pendahuluan," Vol. 1, No. 1, Pp. 91–100, 2021.
- [7] M. P. Dr. Wahidurni, "Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif," Pp. 1–16, 2017.
- [8] I. Lenaini, "Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling," *J. Kajian, Penelit. Pengemb. Pendidik. Sej.*, Vol. 6, No. 1, Pp. 33–39, 2021, [Online]. Available: P-Issn 2549-7332 %7c E-Issn 2614-1167%0d
- [9] J. Sarwono, *Teknik Jitu Memilih Prosedur Analisis Skripsi*. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo, 2014., 2014. [Online]. Available: <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Y4hkdwaaqbj&Lpg=Pp1&Ots=Zelqxxta2r&Dq=J.Sarwono%2c Teknik Jitu Memilih Prosedur Analisis Skripsi. Jakarta%3a Pt Elex Media Komputindo%2c 2014&Lr&Pg=Pp1#V=Onepage&Q=J. Sarwono, Teknik Jitu Memilih Prosedur Analisis Skr>
- [10] S. Mudrikah, "Pengaruh Kemampuan Komunikasi Matematis Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa Kelas Viii Madrasah Tsanawiyah Negeri Pucanglaban," *Ekp*, Vol. 13, 2015.
- [11] M. Sriningsih, D. Hatidja, And J. D. Prang, "Penanganan Multikolinearitas Dengan Menggunakan Analisis Regresi Komponen Utama Pada Kasus Impor Beras Di Provinsi Sulut," *J. Ilm. Sains*, Vol. 18, No. 1, P. 18, 2018, Doi: 10.35799/Jis.18.1.2018.19396.
- [12] S. Mudrikah, "Pengaruh Kemampuan Komunikasi Matematis Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa Kelas Viii Madrasah Tsanawiyah Negeri Pucanglaban," *Ekp*, Vol. 13, 2015.
- [13] A. A. Juan, "Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Telekomunikasi (Telkom) Malang," Pp. 1–19, 2022.
- [14] G. Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [*Canarium Indicum L .*]) The Importance Of The Classical Assumption Test In Multiple Linear Regression Analysis (A Case Study Of ," Vol. 14, No. 3, Pp. 333–342, 2020.