

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, penulis mengambil objek penelitian pada dua Wihara Buddhayana di Kalimantan Selatan yang bernaung dalam Majelis Buddhayana Indonesia. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini adalah untuk mengkaji permasalahan-permasalahan yang telah di observasi oleh penulis, dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban atas pengamatan tersebut dan apa penyebab dari permasalahan-permasalahan ini. Dengan harapan atas observasi serta dari data-data yang dikumpulkan dapat menguatkan pengamatan penulis sehingga dapat memberikan solusi yang tepat bagi perkembangan Wihara-wihara Buddhayana di Kalimantan Selatan

Objek penelitian yang penulis lakukan adalah secara primer, penulis langsung terjun ke lapangan untuk melakukan observasi serta melakukan wawancara langsung kepada umat-umat pada dua Wihara Buddhayana di Kalimantan Selatan.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain dengan pendekatan kuantitatif dengan korelasional survey yang bersifat asosiatif, dikarenakan dalam penelitian ini hipotesis yang diuji bersifat korelasional yang menunjukkan apakah ada hubungan antar variabel dan bersifat asosiatif (Sugiyono, 2021:65). Penelitian dengan survey dapat menggambarkan prinsip dari penelitian korelasional dan secara efektif dan tepat sasaran untuk mendeskripsikan pemikiran, perasaan

serta pendapat orang (Emzir, 2020:37). Sehingga pada penelitian ini dilakukan survey dengan menyebar kuesioner agar mendapatkan pemikiran, saran dan perasaan dari sampel yang menunjukkan hubungan antara variabel satu dengan yang lain. Variabel bebas pada penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial (X1) dan Komunikasi Interpersonal (X2), untuk variabel terikat adalah minat mengikuti kegiatan keagamaan (Y).

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah umat-umat yang bergabung dalam *Whatsapp Group* di dua Wihara Buddhayana di Banjarmasin berjumlah 65 dan Pelaihari yang berjumlah 50 dengan total 115

Jumlah populasi pada penelitian ini diketahui maka rumus yang digunakan adalah Yamane (Sugiyono. 2019:137). Rumusnya sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Sampel yang dibutuhkan

N = Populasi

e = Kesalahan sampel yang biasanya 5%

Perhitungan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{115}{1 + 115(0.05)^2}$$

$$n = \frac{115}{1 + 115(0.0025)}$$

$$n = \frac{115}{1 + 0,3}$$

$$n = \frac{115}{1,3}$$

$$n = 88,4615$$

$$n = 88$$

Hasil dari perhitungan berdasarkan rumus Yamane, maka sampel yang dibutuhkan adalah 88 umat.

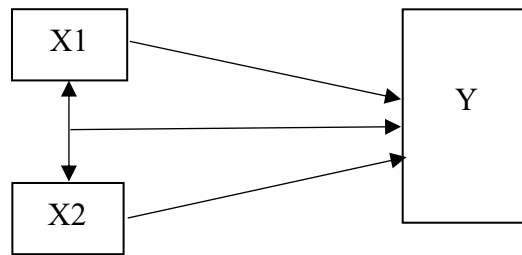
Tabel 3.1
Jumlah Sampel

No	Wihara	Umat	Rumus	Sampel
1	Buddhayana Banjarmasin	65	$65/115*8$	49,73 (50)
2	Buddha Sasana Pelaihari	50	$50/115*88$	38,26 (38)
	Total			88

D. Variabel Penelitian

Variabel untuk penelitian ini ada dua variabel independen (bebas) dan satu dependen (terikat). Dua variabel independen yaitu pemanfaatan media sosial sebagai X1 dan komunikasi interpersonal sebagai X2 sedangkan minat mengikuti kegiatan keagamaan sebagai variabel dependen (Y). Hal ini digambarkan sebagai berikut:

Gambar 3.1
Variabel Penelitian



1. Minat mengikuti kegiatan keagamaan (Y)

a. Defenisi Konseptual

Pandemi yang hadir hampir tiga tahun membawa perubahan yang sangat signifikan. Hal ini memberikan dampak yang besar bagi kegiatan keagamaan. Fenomena baru setelah berlalunya pandemi, kegiatan keagamaan yang diadakan di Wihara tidak mendapat sambutan yang meriah seperti dulu, umat yang datang masih sedikit.

b. Defenisi Operasional

Kegiatan keagamaan yang diselenggarakan tidak hanya pada hari-hari besar namun diadakan juga rutinitas ibadah mingguan, kegiatan sekolah minggu hingga kelas-kelas meditasi dan seminar. Faktor-faktor dari dalam, emosional dan keinginan menjadi pendukung ketertarikan umat untuk mengikuti kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan. Namun, ada faktor-faktor yang dapat membangkitkan minat umat untuk mengikuti kegiatan yang dilihat secara buddhis, maka hal-hal tersebut menjadi indikator yang akan diukur yaitu (1) Niat, (2) Semangat, (3) Kesadaran, (4) Keyakinan.

c. Kisi-kisi Instrumen

Tabel 3.2
Kisi-kisi Instrumen
Variabel Minat Mengikuti Kegiatan Keagamaan (Y)

Sub Variabel	Indikator	Butir Soal
Niat	1. Keinginan untuk belajar 2. Tingkat keterlibatan dalam kegiatan keagamaan 3. Kesiapan untuk mengikuti kegiatan	1,2,3 4,5,6,7 8,9,10
Semangat	1. Tingkat kegembiraan yang ditunjukkan 2. Kontribusi aktif dalam mengikuti kegiatan 3. Dorongan internal untuk keterlibatan dalam kegiatan keagamaan	11, 12,13 14,15 16,17
Kesadaran	1. Frekuensi dalam mengikuti kegiatan keagamaan 2. Pendekatan nilai-nilai moral dan etika yang diterapkan dalam keseharian 3. Keterlibatan dalam aktivitas	18,19,20 21,22 23,24
Keyakinan	1. Keyakinan akan manfaat 2. Keyakinan akan kepentingan 3. Keyakinan akan Kontinuitas	25,26,27 28,29 30,31

2. Pemanfaatan Media Sosial (X1)

a. Defenisi Konseptual

Seiring dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat, media komunikasi pun telah berubah dari yang konvensional menjadi digital. Perubahan ini juga memberikan dampak terhadap lingkungan

sosial, semakin maraknya penggunaan media sosial. Melihat hal ini maka Wihara pun memanfaatkan media sosial dalam memberikan informasi kegiatan keagamaan.

b. Defenisi Operasional

Media sosial memberikan manfaat dan dampak yang luas dalam perkembangan dunia pada saat ini. Hampir semua bidang dalam kehidupan memanfaatkan media sosial untuk membantu aktivitas dan kreativitas mereka dalam keseharian, termasuk dalam bidang keagamaan. Dampak positif dari media sosial yang sangat berperan dalam segala aspek kehidupan ini menjadikan tolak ukur dengan indikator-indikator: (1) pengetahuan, (2) informasi, (3) komunikasi, (4) ketrampilan

c. Kisi-Kisi Intrumen

Tabel 3.3
Kisi-kisi Instrumen
Variabel Pemanfaatan Media Sosial (X1)

Sub Variabel	Indikator	Butir Soal
Pengetahuan	1. Pemahaman fungsi media sosial	32,33,34
	2. Tingkat pengetahuan tentang etika penggunaan media sosial	35,36 37,38,39
	3. Potensi dampak dan pengaruh dari media sosial	

Informasi	1. Kemampuan untuk memahami jenis konten	40,41,42
	2. Keanekaragaman sumber informasi	43,44
	3. Tingkat kemudahan dalam mengakses informasi	45,46,47
Komunikasi	1. Tingkat partisipasi dalam forum	48,49
	2. Penggunaan pesan langsung pada media sosial	50,51
	3. Penyebaran pesan melalui berbagai media sosial	52,53
Ketrampilan	1. Pemanfaatan fitur-fitur yang tersedia di media sosial	54,55
	2. Kemampuan untuk berbagi informasi	56,57
	3. Ketrampilan dalam berinteraksi dan berkomunikasi	58,59

3. Komunikasi Interpersonal (X2)

a. Defenisi Konseptual

Komunikasi interpesonal dalam penyampaian informasi bersifat tatap muka, hal ini dapat menimbulkan efek emosional, hubungan sosial dan motivasi. Informasi yang dibutuhkan dapat tergali sehingga mengetahui kebutuhan umat, maka dapat menjadi masukan bagi pengurus Wihara sehingga dapat mengadakan kegiatan yang menarik minat umat untuk mengikuti kegiatan keagamaan di Wihara.

b. Defenisi Operasional

Melalui komunikasi tatap muka ini, ikatan emosional dan mengetahui karakteristik dari personal yang ditemui, sehingga lebih memahami dan lebih akrab satu sama lain, persaudaraan dalam lingkungan kecil ini pun dapat terjalin dengan baik. Dalam hal ini komunikasi yang terjalin antara pengurus dengan umat, dan sesama umat. Maka indikator-indikator yang akan diukur yaitu (1) tulus, dalam penyampaian kata, (2) pujian, bertutur kata dengan baik tanpa ada maksud menyakiti perasaan orang lain, (3) bermanfaat, komunikasi yang disampaikan membawa manfaat bagi yang mendengarkan, (4) harmoni, hasil pembicaraan membawa harmoni bagi kedua pihak

c. Kisi-kisi Instrumen

Tabel 3.4
Kisi-kisi Intrumen
Variabel Komunikasi Interpersonal (X2)

Sub Variabel	Indikator	Butir Soal
Tulus	1. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan jujur dan terbuka	60,61,62
	2. Kemampuan untuk menerima pandangan atau perspektif yang berbeda dengan terbuka hati dan tanpa prasangka	63,64,65
	3. Kemampuan untuk mendengarkan dengan penuh perhatian dan menghargai pendapat	66,67

Pujian	1. Penghargaan terhadap partisipasi	68,69,70
	2. Mendorong perilaku positif	71,72,73
	3. Apresiasi terhadap kemajuan pribadi	74,75,76
Bermanfaat	1. Menyampaikan pesan positif	77,78
	2. Memberikan saran bermanfaat	79,80,81
	3. Mendukung pertumbuhan spiritual	82,83
	4. Membangun komunitas yang berdaya	84, 85
Harmoni	1. Mengutamakan kesejahteraan bersama	86, 87
	2. Menjaga atmosfer yang damai dan menyenangkan	88, 89

E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Hasil studi awal menghasilkan identifikasi masalah, agar tidak menjadi luas maka peneliti mempersempit penelitian dengan merumuskan masalah. Melalui teori-teori yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber dijadikan sebagai hipotesis atau jawaban sementara. Hipotesis ini dibuktikan secara empirik melalui sampel yang didapatkan dari populasi (Sugiyono, 2019: 58-59).

Dari sampel yang diperoleh, maka peneliti melakukan pengumpulan data dengan teknik berupa kuesioner dengan memberikan

sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis agar dijawab oleh responden, karena responden cukup banyak dan tersebar di beberapa wilayah maka kuesioner dilakukan melalui internet (Sugiyono, 2019:199-200).

Kuesioner sebelum disebar pada responden akan diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu oleh peneliti. Data yang terkumpul dari hasil pengisian kuesioner akan dianalisis menggunakan statistik dan dilakukan penarikan kesimpulan sebagai jawaban dari rumusan masalah (Sugiyono, 2019:59).

2. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala likert, untuk mengukur pendapat, sikap, persepsi pada fenomena sosial yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai variabel penelitian yaitu variabel bebas pemanfaatan media sosial (X1) dan komunikasi interpersonal (X2) dalam penyampaian informasi, dan variabel terikat minat umat untuk mengikuti kegiatan keagamaan di Wihara (Y). Kemudian indikator ini menjadi titik tolak untuk menyusun sejumlah pertanyaan dalam kuesioner (Sugiyono, 2019: 146).

Kuesioner yang digunakan sebagai instrumen penelitian berisi sejumlah pertanyaan yang memerlukan 1 jawaban dari 4 pertanyaan bentuk pilihan ganda yang telah disiapkan peneliti yaitu:

Tabel 3.5
Alternatif Jawaban Kuesioner

Variabel	Alternatif Jawaban			
	SS	S	TS	STS
Pemanfaatan Media Sosial (X1)	SS	S	TS	STS
Komunikasi Interpersonal (X2)	SS	S	TS	STS
Minat Mengikuti Kegiatan Keagamaan (Y)	SS	S	TS	STS
Skor	4	3	2	1

Keterangan:

Variabel X1: SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju)

Variabel X2: SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju)

Variabel Y: SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju)

3. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Penulis menguji validitas dan kredibilitas survei sebelum disebar. Uji validitas dilakukan untuk mengevaluasi keabsahan instrumen yang digunakan, yang diharapkan dapat mengukur dengan tepat apa yang diukur. Jika data yang dikumpulkan sesuai dengan data sebenarnya tentang objek yang diteliti, instrumen dianggap valid.

Tahap awal validasi yang dilakukan peneliti adalah melakukan proses validasi isi yang dilakukan oleh dua orang pakar yang berlatar

belakang pendidikan sesuai dengan bidang dan evaluasi penelitian. Validasi pakar dilakukan dengan proses menelaah secara teoritis diawali dengan defenisi konseptual, operasional, dimensi, indikator dan butir-butir instrumen. Setelah validasi isi selesai diuji, maka seluruh instrumen penelitian diujikan lagi untuk memperoleh koefisien validitas empirik.

Tes yang dilakukan secara keseluruhan dapat menunjukkan sejauh mana butir soal mampu mewakili keseluruhan perilaku sampel yang akan diambil nanti., sehingga seluruh instrumen nanti yang akan diuji harus dikuasai secara proporsional (Gregory, 2018) Analisa validitas dari kedua pakar dilakukan dengan menggunakan rumus Gregory yaitu:

Tabel 3.6
Model Kesepakatan antar Dua Pakar (Ruslan, 2009)

		Pakar I	
		Tidak Sesuai Skor (1 – 2)	Sesuai Skor (3 – 4)
Pakar II	Tidak Sesuai Skor (1 – 2)	A	B
	Sesuai Skor (3 – 4)	C	D

$$\text{Validitas Isi} = \frac{D}{A + B + C + D}$$

Keterangan:

- A = Kedua pakar menyatakan tidak relevan
- B dan C = Salah satu dari pakar memiliki penilaian yang berbeda
- D = Kedua pakar menyatakan relevan

Dengan menggunakan model kesepakatan dengan kriteria hasil penilaian dari kedua ahli minimal "relevansi kuat", instrumen dapat dinyatakan memiliki validitas memadai. Dengan koefisien validitas isi tinggi (V lebih dari 75%), hasil pengukuran dianggap sah.

Agar lebih memastikan keabsahaan pengukuran kedua pakar, maka hasil dari penilaian kedua pakar dianalisa dengan menggunakan analisa Gregory sebagai berikut:

Tabel 3.7
Hasil Uji Validasi Pakar Variabel Y

		Pakar I	
		Tidak Sesuai Skor (1 – 2)	Sesuai Skor (3 – 4)
Pakar II	Tidak Sesuai Skor (1 – 2)	A = 0	B = 0
	Sesuai Skor (3 – 4)	C = 0	D = 31

Berdasarkan hasil tersebut, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Validasi isi} = \frac{D}{A + B + C + D} = \frac{31}{31} = 1,00$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa koefisien validitas minat mengikuti kegiatan keagamaan sebesar 1,00. Maka hasil koefisien validitas $> 0,75$ yaitu $1,00 > 0,75$ sehingga dapat dinyatakan bahwa 31 butir instrumen minat mengikuti kegiatan keagamaan dinyatakan valid secara isi.

Tabel 3.8
Hasil Uji Validasi Pakar Variabel X1

		Pakar I	
		Tidak Sesuai Skor (1 – 2)	Sesuai Skor (3 – 4)
Pakar II	Tidak Sesuai Skor (1 – 2)	A = 0	B = 0
	Sesuai Skor (3 – 4)	C = 0	D = 28

Berdasarkan hasil tersebut, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Validasi isi} = \frac{D}{A + B + C + D} = \frac{28}{28} = 1,00$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa koefisien validitas instrumen pemanfaatan media sosial sebesar 1,00. Maka hasil koefisien validitas > 0,75 yaitu $1,00 > 0,75$ sehingga dapat dinyatakan bahwa 28 butir instrumen pemanfaatan media sosial dinyatakan valid secara isi.

Tabel 3.9
Hasil Uji Validasi Pakar Variabel X2

		Pakar I	
		Tidak Sesuai Skor (1 – 2)	Sesuai Skor (3 – 4)
Pakar II	Tidak Sesuai Skor (1 – 2)	A = 0	B = 0
	Sesuai Skor (3 – 4)	C = 0	D = 30

Berdasarkan hasil tersebut, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Validasi isi} = \frac{D}{A + B + C + D} = \frac{30}{30} = 1,00$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa koefisien validitas instrumen komunikasi interpersonal sebesar 1,00. Maka hasil koefisien validitas $> 0,75$ yaitu $1,00 > 0,75$ sehingga dapat dinyatakan bahwa 30 butir instrumen komunikasi interpersonal dinyatakan valid secara isi.

Hasil dari validasi isi yang menunjukkan valid pada semua instrumen-instrumen, maka peneliti melanjutkan uji validitas empirik. Peneliti menggunakan teknik korelasi *pearson product moment* untuk mengukur validitas empiris setiap pernyataan dalam kuesioner. Korelasi *pearson product moment* didapatkan dengan menggunakan rumus, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y
- X = Skor masing-masing pernyataan
- Y = Skor total
- $\sum XY$ = Jumlah perkalian X dan Y
- N = Banyaknya subjek penelitian

Hasil perhitungan angket dibandingkan dengan r pada tingkat signifikansi 5%. Pernyataan valid jika r-hitung lebih besar dari r-tabel, dan tidak valid jika r-hitung kurang dari r-tabel. Selain itu, jika analisis dilakukan dengan SPSS, butir dianggap valid jika nilai p signifikansi kurang dari 0,05. Untuk menguji validitas penelitian ini, penguji

menggunakan analisis korelasi pearson product moment, dengan $N=31$, nilai signifikansi 0,05 dan r -tabel 0,355.

Uji validasi melibatkan 31 responden yang diambil dari umat Wihara Buddhayana pada kota Banjarbaru dan Kotabaru. Hasil uji validitas dengan pearson product moment yang dilakukan dengan SPSS ditunjukkan bahwa untuk instrumen minat mengikuti kegiatan keagamaan (Y) terdapat satu butir dari 31 butir pernyataan yang tidak valid yaitu Y26 yang nilai r hitung $< r$ tabel, sehingga 30 butir pernyataan dinyatakan valid. Untuk butir pernyataan pada variabel X1 yang berjumlah 28 dan variabel X2 dengan jumlah 30 butir pernyataan dinyatakan valid dengan nilai r hitung $> r$ tabel. Maka total dari keseluruhan butir pernyataan yang valid dari X1,X2 dan Y adalah 88 butir pernyataan.

b. Uji Reliabilitas

Untuk memastikan keandalan suatu instrumen penelitian, instrumen penelitian harus secara konsisten menghasilkan data yang identik ketika digunakan berkali-kali untuk menilai entitas yang sama (Sugiyono, 2021:176). Dalam kasus instrumen dengan respon ganda, rumus Cronbach's Alpha digunakan. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar atau sama dengan 0,7 (Ghozali, 2016:48).

Pedoman berikut digunakan untuk menentukan keandalan suatu instrumen yaitu:

- a. Kuesioner dapat digunakan dengan percaya diri jika nilai reliabilitas Cronbach Alpha melampaui 0,7 yang menunjukkan instrumen tersebut andal.
- b. Jika nilai reliabilitas Cronbach Alpha turun di bawah 0,7, berarti instrumen tersebut kurang reliabilitas. Oleh karena itu, kuesioner tidak boleh digunakan karena tidak dapat diandalkan.

Tabel 3.10
Nilai Reliabilitas Cronbach Alpha

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.990	89

Dengan menggunakan software SPSS 26, peneliti melakukan pengujian reliabilitas terhadap instrumen. Tabel di atas menampilkan hasil yang menunjukkan nilai Cronbach Alpha sebesar 0,990, melampaui ambang batas sebesar 0,7. Hasilnya, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini melibatkan pemanfaatan statistik deskriptif dan statistik inferensial parametrik. Statistik deskriptif memungkinkan pemeriksaan data yang dikumpulkan melalui deskripsi dan ringkasan, tanpa kecenderungan ke arah generalisasi atau penarikan kesimpulan yang menyeluruh (Sugiyono, 2021:206).

Ciri-ciri umum sampel penelitian dapat diuraikan lebih rinci dengan menggunakan data statistik deskriptif yang memuat informasi

minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi. Dalam penelitian ini digunakan statistik parametrik karena data yang dianalisis merupakan data interval (Ghozali, 2016:19).

Statistik parametrik digunakan untuk menguji ukuran populasi berdasarkan data sampel dan harus berpegang pada asumsi tertentu. Asumsi utamanya adalah data yang dianalisis mengikuti distribusi normal, dan untuk pengujian tertentu, data dari dua kelompok atau lebih yang dibandingkan harus homogen. Selain itu, dalam analisis regresi, asumsi linearitas harus dipenuhi. (Sugiyono, 2021:209).

1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik adalah syarat untuk melakukan analisis regresi linear berganda guna mendapatkan model regresi yang terbaik, konsisten dan tidak bias (Juliandi et. al., 2014).

a. Uji Normalitas

Nilai residual dapat dievaluasi dengan uji normalitas (Ghozali, 2016:154). Peneliti melakukan uji Kolmogorove-Smirnov menggunakan program SPSS dengan nilai signifikansi 0,05. Nilai residual dianggap terdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 dianggap tidak terdistribusi normal. Selain itu, peneliti akan melakukan uji normalitas dengan plot P-P regression standarisasi residual. Plot ini akan menunjukkan perbandingan distribusi kumulatif dengan distribusi normal.

Garis diagonal akan digunakan untuk distribusi normal. Data yang tersebar dalam bentuk garis diagonal atau histogram yang membentuk garis melengkung seperti lonceng dianggap berdistribusi normal, jadi model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas; model heteroskedastisitas berbeda. Tujuan pengujian heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah varian residual berbeda antara pengamatan (Juliandi et.al., 2014). Dalam penelitian ini, heteroskedastisitas akan diuji dengan membandingkan residual dari masing-masing variabel. Ini akan dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS untuk melakukan analisis korelasi Spearman's Rho. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas dan residual lebih besar dari 0,05, maka tidak ada gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka ada gejala heteroskedastisitas (Priyatno, 2016: 131-139).

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi didapatkan korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas. Ini dilakukan dengan melihat nilai toleransi dan nilai faktor penginflasi

variasi (VIF). Nilai VIF di bawah 10 atau nilai toleransi di atas 0,1 menunjukkan bahwa ada multikolinearitas, dan nilai VIF di atas 10 atau nilai toleransi di atas 0,1 menunjukkan bahwa ada multikolinearitas (Ghozali, 2016:154).

2. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Berganda

Model regresi yang dipakai pada penelitian ini ialah uji regresi berganda karena menggunakan lebih dari satu variabel bebas. Analisis ini dilakukan guna melihat arah serta berapa besar pengaruh variabel bebas pada variabel terikat (Ghozali, 2016). Model ini menggunakan rumus seperti berikut: $Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2$ (Sugiyono, 2021: 258). Dimana Y = Minat mengikuti kegiatan keagamaan, X_1 = Pemanfaatan Media Sosial, X_2 = Komunikasi Interpersonal, a = Konstanta 79, b_1 , b_2 = Koefisien regresi.

b. Uji Statistik T

Uji T digunakan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh individu masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Keputusan diambil dengan menganalisis nilai signifikansi pada tabel koefisien, biasanya dengan tingkat kepercayaan 95%. Dengan kata lain, tingkat signifikansi yang dilambangkan dengan $\alpha = 0,05$ ditetapkan sebesar 5%. (Ghozali, 2016).

Jika angka signifikansi uji t lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sebaliknya jika angka signifikansi uji t kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Pendekatan lain dalam pengambilan keputusan adalah dengan membandingkan T-hitung dengan T-tabel: jika T-hitung lebih besar dari T-tabel, maka H_0 ditolak; jika T-hitung lebih kecil dari T-tabel maka H_0 diterima.

c. Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 atau 5%, yang berarti bahwa jika angka signifikan F kurang dari 0,05, maka variabel bebas secara bersama-sama memengaruhi variabel terikat dan sebaliknya. Hasil uji F menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima jika angka signifikan F kurang dari 0,05 (Ghozali, 2016).

Dasar pengambilan keputusan bisa juga diambil dengan cara membuat perbandingan antara F-hitung dengan

F-tabel, bila $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan bila $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ maka H_0 diterima.

d. Uji Koefisien

Determinasi Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan guna mengukur kemampuan model dalam menjelaskan besarnya pengaruh variabel bebas secara simultan dalam memengaruhi variabel bebas yang ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Squared. Nilai koefisien determinasi mencerminkan besarnya kontribusi variabel bebas dalam model regresi dapat menjelaskan variasi dari variabel terikat (Ghozali, 2016:95). Koefisien determinasi dapat dilihat dari R-Squares (R^2) di tabel Model Summary. Angka koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk meramalkan variabel terikat, bila R^2 mendekati 1. Kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat agak terbatas bila angka R^2 semakin kecil. (Ghozali, 2016:95).

G. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah hipotesis hubungan Asosiatif, yaitu pernyataan yang menunjukkan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2021: 87-89), yakni:

1. $H_0 : p(x_1)(y) = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara pemanfaatan media sosial terhadap minat umat untuk mengikuti kegiatan keagamaan di Wihara.

$H_a : p(x_1)(y) > 0$, artinya terdapat pengaruh antara pemanfaatan media sosial terhadap minat umat untuk mengikuti kegiatan keagamaan di Wihara.

2. $H_0 : p(x_2)(y) = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara komunikasi interpersonal terhadap minat umat untuk mengikuti kegiatan keagamaan di Wihara.

$H_a : p(x_2)(y) > 0$, artinya terdapat pengaruh antara komunikasi interpersonal terhadap minat umat untuk mengikuti kegiatan keagamaan di Wihara.

3. $H_0 : p(x_1)(x_2)(y) = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara pemanfaatan media sosial dan komunikasi interpersonal terhadap minat umat untuk mengikuti kegiatan keagamaan di Wihara.

$H_a : p(x_1)(x_2)(y) > 0$, artinya terdapat pengaruh antara pemanfaatan media sosial dan komunikasi interpersonal terhadap minat umat untuk mengikuti kegiatan keagamaan di Wihara.