

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Data

Penjelasan data atau deskripsi data merujuk pada representasi yang akan digunakan sebagai tahap awal dalam pengujian hipotesis. Tujuannya adalah untuk menguraikan atau menggambarkan situasi data yang menjadi fokus penelitian. Data yang dianalisis terdiri dari 50 dataset sekunder yang diperoleh melalui sumber informasi seperti Social Blade dan Similar Web. Metode analisis yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan Smart PLS.

4.1.1. Deskripsi Obyek Penelitian

Objek penelitian ini merujuk kepada platform perdagangan daring di Indonesia yang menggunakan Instagram sebagai fokus kajian. Berdasarkan gambaran yang diperoleh dari para responden, berikut adalah hasil deskripsi yang diungkapkan:

Tabel 4. 1 Deskripsi Objek Penelitian

NO	Nama Marketplace	NO	Nama Marketplace
1	Shopee	26	asmasarmu
2	Tokopedia	27	Redbus indonesia
3	Bukalapak	28	UNIQLU INDONESIA
4	lazada	29	agoda
5	bibli	30	H&M
6	orami	31	mothercare

7	bhenikacom	32	Bro do
8	traveloka	33	Tix id
9	sociollaID	34	Electroniccity id
10	Myhartono	35	CGV kreasi
11	zalora	36	hijup
12	marahari	37	Pemmpzchannel
13	alfagift	38	Klik indomaret
14	KAI	39	Halo doc
15	Jakartanotebook.com	40	Mbizmarket1169
16	lottemartindo	41	Olx.id
17	Mitrajakmall4365	42	Miniso indonesia
18	Tiket.com	43	Monotaro_id
19	istyleid	44	Info super indo
20	Cinema21	45	Indogrosir562
21	jamtangancom	46	Garuda indonesia
22	Citilink indonesia	47	hypermart
23	Plaza kamera official	48	IKE indonesia_ID
24	Otten coffee	49	Informafurnishing 9548
25	mapclub	50	Kimia farma

Sumber : Data Diolah Peneliti, Januari 2024

4.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. followers likes adalah pengikut atau followers yang aktif memberikan dukungan dengan memberikan respon positif dalam bentuk "like" terhadap konten yang dipublikasikan oleh akun media sosial tertentu.
2. comment sebagai sebuah bentuk ulasan atau komentar yang diberikan oleh pengguna atau pelanggan tentang produk atau layanan yang ditawarkan di platform tersebut. Komentar ini dapat berupa feedback, tinjauan, atau testimoni yang memberikan pandangan atau pengalaman pribadi terkait dengan produk atau layanan tertentu.
3. Engagetment rate dalam marketplace adalah metrik yang digunakan untuk mengukur tingkat interaksi atau keterlibatan pengguna terhadap suatu produk atau layanan di platform tersebut. Engagement rate biasanya dihitung dengan menggabungkan beberapa faktor, seperti jumlah klik, tampilan halaman, komentar, dan berbagi, dan kemudian dibandingkan dengan jumlah total pengguna atau tampilan.
4. Jumlah Pengunjung adalah jumlah diukur dengan seberapa banyaknya orang yang melihat produk tersebut di toko online, semakin banyak jumlah Jumlah pengunjung maka semakin dikenalnya produk tersebut di mata mata masyarakat. Berikut tabel deskripsi variabel penelitian :

Tabel 4. 2 Deskripsi Variabel Penelitian

No	Marketplace	followers likes	comment	Engagetment rate	Jumlah Pengunjung
1	Shopee	8946312	906000	9447802	724700000
2	Tokopedia	5132157	98500	9564591	290700000
3	Bukalapak	2232107	202130	9522158	30170000

4	lazada	3216440	185300	9540414	132400000
5	blibli	2331644	10056	3154000	94620000
6	orami	21836	4440	0	69690000
7	bhenikacom	42033	0	9431534	3725000
8	traveloka	1074534	15319	7990845	57570000
9	sociollaID	610600	24163	8528161	139081000
10	Myhartono	1043954	12531	9420564	3737000
11	zalora	794271	2232	9542712	6806000
12	marahari	1856917	1176	9577460	2596000
13	alfagift	351448	169	9583494	532787
14	KAI	1204206	143662	5795790	2441000
15	Jakartanotebook.com	66002	1675	8490933	2087000
16	lottemartindo	98498	019	9329425	228242
17	Mitrajakmall4365	60973	094	9389600	1163000
18	Tiket.com	582517	3306	9262140	35020000
19	Istyleid	401135	088	9581328	961012
20	Cinema21	1782666	4500	9093350	1079000
21	jamtangan.com	483359	925	9461132	2225000
22	Citilink indonesia	2988	0	5230	2225000
23	Plaza kamera official	78878	138	9569934	1301000

24	Otten coffee	36057	525	7728300	323762
25	Mapclub	52672	1088	8684311	6026000
26	asmasarmu	2490802	2200	8734023	2589000
27	Redbus indonesia	134831	281	9450864	206290
28	UNIQLU INDONESIA	320534	006	9501321	597169
29	Agoda	754115	5013	9431585	366951
30	H&M	38429252	6975	9234963	339400000
31	mothercare	497567	5319	9372238	248700000
32	Bro do	35025	2867	7051780	57155
33	Tix id	362320	1475	8750050	837113
34	Electronicity id	62555	056	9434612	262778
35	CGV kreasi	664585	5100	8782313	4842000
36	hijup	1200947	3819	9527342	676759
37	Pemzchnel	36287	1063	8795818	290217
38	Klik indomaret	646413	1388	9472655	8760000
39	Halo doc	975227	1200	9399754	128000000
40	Mbizmarket1169	11499	056	8729502	1201000
41	Olx.id	913203	563	9583165	78280000
42	Miniso indonesia	1324546	35419	8062308	2840000
43	Monotaro_id	4310	0	8860567	1812000

44	Info super indo	1119903	0	9591937	1658000
45	Indogrosir 562	138451	038	9549264	384605
46	Garuda indonesia	497567	5319	9372238	248700000
47	hypermart	457619	7169	8950333	2686000
48	IKE indonesia_ID	1856917	1176	9577460	71759000
49	Informafu rnishing95 48	1343457	925	9457196	581700000
50	Kimia farma	858418	306	9568853	692213

Sumber : Data Diolah Peneliti, Januari 2024

4.2 Uji Persyaratan Analisi Data

4.2.1 Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini memanfaatkan analisis pengujian asumsi klasik. Pengujian asumsiklasik merupakan kriteria statistik yang harus terpenuhi dalam analisis regresi linier berganda yang mengadopsi pendekatan ordinary least square (OLS). Terdapat empat pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi Pengujian Normalitas, Pengujian Linearitas, Pengujian Heteroskedastisitas, serta Pengujian Multikolinieritas, yang akan diuraikan secara rinci berikut ini.

4.2.2 Uji Normalitas

Berdasarkan hasil Analisis statistika deskriptif dan uji normalitas data terhadap 50 dataset marketplace penelitian dilakukan untuk mengetahui normalitas dataset. Uji normalitas merupakan pengujian awal yang dilakukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut. Tabel menjelaskan hasil analisis statistika deskriptif dan uji normalitas data.

Tabel 4. 3 Uji Normalitas

Variabel	Mean	Median	Scale min	Scale max	Standar deviation	Excess kurtosis	Skewness
Followers likes	1.752.811.080	610.600.000	2.988.000	38.429.252.000	5.446.802.018	42.427	6.336
Comment	34.115.380	1.475.000	0.000	906.000.000	131.970.840	39.125	6.022
Engagement rate	8.598.746.980	9.399.754.000	0.000	9.591.937.000	2.067.935.879	11.208	-3.351
Jumlah Pengunjung	6.6774.121.060	2.596.000.000	57.155.000	724.700.000.000	144.782.467.138	10.348	3.102

Sumber : Data diolah dengan SmartPls 4.0, Januari 2024

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.3 terlihat bahwa menurut Hair et al., (2017) apabila nilai skewness tidak ada yang $> -2,000$ hingga $> 2,000$ dan nilai kurtosis $> -7,000$ hingga $>7,000$ maka distribusi data penelitian yang dilakukandapat dikatakan **normal** namun pada penelitian ini data dikatakan tidak normal dikarenakan nilainya melebihi dari kriteria, hal itu disebabkan faktor kurangnya dataset pada penelitian. Dataset yang digunakan pada penelitian ini adalah 50 dataset karena hal tersebut maka data **tidak normal** dan penelitian selanjutnya dapat dilakukan yakni pemodelan Regresion di Smart PLS 4.0.

4.2.3 Uji Multikolineritas

Nilai Variasi Inflasi Factor (VIF) adalah nilai yang digunakan untuk menguji kolinearitas model. Nilai VIF yang lebih tinggi dari 5,00 menunjukkan bahwa ada masalah dengan kolinearitas, karena nilai VIF yang tinggi dapat menyebabkan kesulitan dalam menginterpretasikan koefisien jalur. Sebaliknya, nilai VIF yang kurang dari 5,00 menunjukkan bahwa tidak ada masalah dengan kolinearitas (Hair et al., 2017). Tujuan kolinearitas adalah

untuk mengetahui apakah dua atau lebih variabel dalam model regresi saling berhubungan. Akan sulit untuk membedakan efek individu dari masing-masing variabel terhadap variabel endogen atau dependen jika ada kolinearitas.

Tabel 4. 4 Uji Multikolineritas

Variabel	VIF
Followers likes	1.047
Comment	1.044
Engagetment rate	1.007

Sumber : Data diolah dengan SmartPls 4.0, Januari 2024

Berdasarkan tabel 4.2.1.3 terlihat bahwa nilai VIF semua variabel laten kurang dari 5.00, maka hal ini tidak terjadi **Multikolineritas** antar variable laten yang diukur.

a) Hasil Uji R square and adjusted R Square

Square atau yang dikenal juga sebagai koefisien determinasi mengindikasikan sejauh mana variabilitas data dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada. Rentang nilai R square berada antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1 menandakan tingkat penjelasan yang lebih baik. Ketika nilai R square kecil, itu menunjukkan adanya komponen kesalahan yang signifikan. Sebagai contoh, dalam penelitian ini, nilai R square yang disesuaikan (R square adjusted) adalah 0.500. Penggunaan nilai R square yang disesuaikan bertujuan untuk mengatasi isu yang sering muncul terkait dengan nilai R square, yaitu peningkatan yang terus-menerus ketika variabel independen ditambahkan ke dalam model. Dalam hal ini, R square yang disesuaikan memungkinkan pengukuran yang lebih akurat terhadap tingkat kepastian penambahan variabel independen dalam meningkatkan kemampuan prediktif model. (Ghozali, 2016).

Tabel 4. 5 Adjusted R square

Variabel	R- square	R-square adjusted
Jumlah Pengunjung	0.516	0.484

Sumber : Data diolah dengan SmartPls 4.0, Januari 2024

Berdasarkan tabel adjusted R Square 4.26 dapat dilihat bahwa nilai R- Square adjusted jumlah pengunjung (Y) sebesar 0,484 , artinya nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Followers likes, Comment, Engagetment rateberpengarah terhadapjumlah pengunjung sebesar 48,4% (Buruk/Kecil).

4.2.4 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual suatu pengamatan ke satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji yang dilakukan pada penelitian ini melalui nilai Cramér-vonMises p value.

Pada proses analisis statistik, penilaian signifikansi Cramér-von Mises p value dapat dilakukan melalui metode regresi yang menghubungkan variabel independen dengan nilai residual absolutnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dan residual absolut tersebut melebihi ambang batas 0,05, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas yang signifikan.. (Purnomo, 2016) .

Tabel 4. 6 Uji Heteroskedastisitas

NO	Variabel	Cramér-von Mises p value
1	Followers likes	0.000
2	Comment	0.000
3	Engagetment rate	0.000

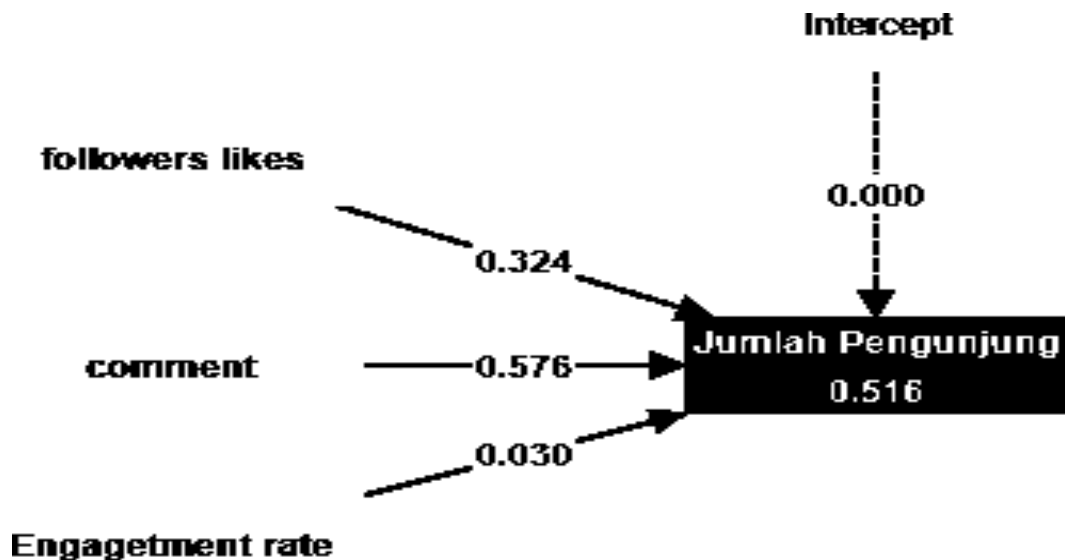
4	Jumlah Pengunjung	0.000
---	-------------------	-------

Sumber : Data diolah dengan SmartPls 4.0, Januari 2024

Berdasarkan pada tabel 4.13 dapat di lihat bahwa nilai variabel jumlah upload, subscriber, video views dan jumlah pengunjung tidak melebihi nilai alpa 0,05 maka darihasil tersebut di dapati bahwa nilai semua variabel adalah 0.000 karena hal itu tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model.

4.3. Hasil Metode Analisis

4.3.1 Hasil Model Regresion



Gambar 4.1 Model regresion

Berdasarkan gambar 4.1 terlihat bahwa nilai Standardized Coefficients Followers likes memiliki nilai 0,324 karena hal itu Followers likes memiliki dampak positif terhadap jumlah pengunjung, selain itu berdasarkan gambar di atas variabel Comment memiliki nilai Standardized Coefficients sebesar 0,576 karena hal itu variabel Comment memiliki dampak positif terhadap jumlah pengunjung, dan berdasar kan gamabr diatas variabel Engagetment rate memiliki nilai Standardized Coefficients sebesar 0.030 karena hal itu variable Engagetment rate memiliki dampak positif terhadap jumlah pengunjung.

4.4. Hasil Pengujian Hipotesis

4.4.1. Hasil Uji Parsial (uji-t)

Penelitian ini menjalani analisis statistik menggunakan uji-t dengan tujuan menelusuri apakah variabel bebas memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel terikat. Langkah ini diambil sebagai bagian dari proses pengujian hipotesis yang telah dirumuskan untuk penelitian ini.

Tabel 4. 7 hasil uji – t (Uji Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
		B	Std Error	Beta		
1	(Constant)	12215128.785	63526976.781	0.000	0.192	0.848
	Followers likes	8.613	2.790	0.324	3.087	0.003
	Comment	631.386	115.025	0.576	5.489	0.000
	Engagement rate	2.084	7.208	0.030	0.289	0.774

Sumber : Data diolah dengan SmartPls 4.0, Januari 2024

1. Dampak Followers likes (X 1) terhadap jumlah pengunjung (Y)

Berdasarkan tabel 4.6 merupakan hasil perhitungan pada variabel Followers likes (X1) diperoleh nilai sig (0,003) < alpha (0,05) dengan demikian Ho diterima dan Ha ditolak, sehingga disimpulkan bahwa Followers likes (X1) berdampak secara parsial terhadap jumlah pengunjung (Y) pada marketplace di Indonesia.

2. Dampak Comment (X 2) terhadap jumlah pengunjung (Y)

Berdasarkan tabel 4.6 merupakan hasil perhitungan pada variabel Comment (X2) diperoleh nilai sig (0,000) < alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga disimpulkan bahwa Comment (X2) berdampak secara parsial terhadap jumlah pengunjung (Y) pada marketplace di indonesia.

3. Dampak Engagetment rate (X 3) terhadap jumlah pengunjung (Y)

Berdasarkan tabel 4.6 merupakan hasil perhitungan pada variabel Engagetment rate (X3) diperoleh nilai sig (0,774) > alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga disimpulkan bahwa Engagetment rate (X3) tidak berdampak secara parsial terhadap jumlah pengunjung (Y) pada marketplace di Indonesia.

4.5. Pembahasan

4.5.1. Pembahasan Followers likes (X 1) Terhadap Jumlah Pengunjung (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Followers likes berdampak positif terhadap jumlah pengunjung. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,003 yang lebih kecil dari alpha (α) 0,05. Artinya, Ho diterima dan Ha ditolak.

4.5.2. Pembahasan Comment (X 2) Terhadap Jumlah Pengunjung (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Comment memiliki berdampak positif terhadap jumlah pengunjung. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari alpha (α) 0,05. Artinya, Ho ditolak dan Ha diterima.

4.5.3. Pembahasan Engagement rate (X3) Terhadap Jumlah Pengunjung (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Engagement rate memiliki tidak dampak positif terhadap jumlah pengunjung. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,774 yang lebih besar dari alpha (α) 0,05. Artinya, Ho ditolak dan Ha diterima.