

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih⁴⁶. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh Kemudahan, Harga dan Media Sosial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI Universitas Negeri Islam Bengkulu dalam upaya memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang perbedaan antara kebutuhan dan keinginan dalam jual beli *online*.

2. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, digunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk menguji hipotesis, menemukan sebab dan akibat dan membuat prediksi. Penelitian kuantitatif ini biasanya menggunakan instrumen yang terstruktur, seperti kuesioner atau survei, untuk memperoleh data numerik yang dapat dianalisis secara statistik.⁴⁷ Metode penelitian ini berlandaskan pada

⁴⁶ Arikunto Suharsimi, 'Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik', *Jakarta: Rineka Cipta*, 134 (2006), 252.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: CV Alfabeta, 2004, h. 11

filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu.⁴⁸

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Januari 2025 hingga bulan Februari 2025.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Fakultas FEBI UINFAS Kota Bengkulu dengan sasaran penelitian adalah Mahasiswa FEBI Angkatan 2021. Metodologi yang digunakan dalam menentukan lokasi penelitian bersifat secara sengaja atau *purposive*. Lokasi dipilih dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut adalah lokasi yang sesuai dengan apa yang diinginkan peneliti, dikarenakan target peneliti adalah Mahasiswa, generasi Z pada Era Digital yang memenuhi kriteria sebagai pengguna aktif *online shop* dan pernah berpartisipasi dalam penggunaan online shop.

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan unit objek yang diteliti berdasarkan pertimbangan- pertimbangan yang logis sebagai dasar untuk mengambil

⁴⁸ D R Sugiyono, 'Statistik Non Parametris Untuk Penelitian', Bandung: Alfabeta, 2001. Hal. 13

kesimpulan.⁴⁹ Metodologi yang digunakan dalam penelitian bersifat secara sengaja atau *purposive*. Metodologi *purposive* adalah pendekatan dalam penelitian yang menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan sampel dari populasi berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Sebagaimana kriterianya yaitu adalah mahasiswa FEBI, mahasiswa yang memiliki akun *E-commerce*, dan mahasiswa yang sering berbelanja di *E-commerce*.

Perilaku konsumtif cenderung merambah pada remaja. Monks, dkk mengemukakan bahwa remaja adalah seseorang yang berada pada rentang usia 12- 21 tahun, dengan pembagian menjadi tiga masa, yaitu masa remaja awal 12- 15 tahun, masa remaja tengah 15 – 18 tahun dan remaja akhir 18- 21 tahun. Menurut Sumartono perilaku konsumtif begitu dominan dikalangan remaja. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar.⁵⁰ Mahasiswa merupakan remaja pada tingkatan masa direntang usia 18- 21 tahun. Atas dasar ini peneliti mengambil populasi penelitian pada

⁴⁹ Usman Rianse dan Abdi , Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi, 2012, Bandung: Alfabeta, h. 189.

⁵⁰ Nur Fitriyani, Praseetyo Budi Widodo, and Nailul Fauziah, 'Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang', *Jurnal Psikologi*, 12.1 (2013), 1–14.

mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2021 (1176 mahasiswa) yang selanjutnya akan di jadikan sebagai responden dalam penelitian.⁵¹

2. Sampel

Sampel adalah sebagian yang diambil dari seluruh objek yang diteliti yang dianggap mewakili terhadap seluruh populasi dan diambil menggunakan teknik tertentu.⁵² Dalam penelitian ini, untuk menetapkan besarnya sampel yang akan diambil peneliti mengacu pada pendapat Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

n = jumlah sampel minimal

N = jumlah populasi sampel yaitu mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam angkatan 2021 sejumlah 1176 mahasiswa.

e = presentasi kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel, sebanyak 10%

Berdasarkan rumus tersebut , maka besarnya sampel yang diambil dalam penelitian ini dengan data

⁵¹ Regina C M Chita, Lydia David, and Cicilia Pali, 'Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011', *Ebiomedik*, 3.1 (2015).

⁵² Usman Rianse dan Abdi , *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*, h. 189

yang diperoleh dari data base Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2021 adalah:

$$n = \frac{1176}{1 + 1176 (0,1)^2}$$

= 92, 163 atau dibulatkan menjadi 93 mahasiswa

Teknik yang digunakan adalah teknik incidental sampling, yaitu teknik sampling berdasarkan kebetulan, yang berarti siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan bertemu itu dirasa cocok dijadikan sumber data. Sampel ditentukan dengan menetapkan ciri-ciri khusus yang relevan dengan tujuan penelitian, sehingga diharapkan dapat memberikan jawaban atas masalah yang dikaji. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UINFAS yang tinggal di Kota Bengkulu, beragama Islam, dan telah melakukan pembelian produk melalui platform *E-commerce*.

D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a. Data Primer

Dalam pengumpulan Instrumen Penelitian, peneliti melakukan pengumpulan sumber data dalam wujud data primer. Data primer adalah data yang langsung diberikan oleh orang yang berkepentingan

dengan data tersebut, sehingga asal usul, kelemahan dan informasi yang terdapat pada data primer memerlukan pengolahan lebih lanjut agar dapat digunakan sebagai sumber penelitian.⁵³ Yaitu orang-orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi atau data. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa FEBI Universitas Negeri Islam Bengkulu pada Era Digital yang dijadikan subjek dalam penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas buku-buku, laporan-laporan, jurnal-jurnal dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini. Data sekunder ini didapat secara tidak langsung melainkan dari hasil media sosial, tulisan-tulisan, literatur dokumen, data-data yang berkaitan dengan topik yang dibahas dalam penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

⁵³ Burhan Bungin, 'METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya.', 2005.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah-langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Data kuesioner yang dikumpulkan dari responden kemudian diukur dengan skala pengukuran instrument.

Untuk menentukan nilai dari kuesioner maka menggunakan skala likert. Setiap item dari kuesioner memiliki 5 jawaban dengan masing-masing nilai atau skor yang berbeda. Berikut ini nilai atau skor penilaian dari setiap pernyataan dalam kuesioner yang dijawab oleh responden.

Tabel 3.1 Skala Likert

Pilihan Jawaban	Nilai/Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

E. Variabel dan Definisi Operasional

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian

ini digunakan definisi operasional variabel agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini. Definisi operasional variabel tersebut adalah sebagai berikut :

a. Variabel X (Variabel Independen):

1. Kemudahan (X1): Kemudahan dalam penggunaan belanja *online*. Kemudahan penggunaan *online shop* akan mempengaruhi proses belanja online. Pada penelitian ini, Kemudahan merujuk pada bagaimana proses pembelian suatu produk atau jasa dapat dilakukan dengan sederhana, cepat, dan tanpa hambatan. Semakin mudah akses terhadap barang atau jasa (misalnya melalui aplikasi online atau layanan pesan-antar), semakin besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian, termasuk pembelian impulsif atau tidak terencana, yang berkontribusi pada perilaku konsumtif.
2. Harga (X2): Jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Pada penelitian ini, Harga adalah faktor utama dalam keputusan pembelian. Ketika harga suatu produk dianggap terjangkau atau terdapat diskon/promosi menarik, konsumen cenderung membeli lebih banyak atau melakukan pembelian yang sebenarnya

tidak terlalu dibutuhkan. Dengan demikian, harga memengaruhi kecenderungan perilaku konsumtif.

3. Media Sosial (X3): Tempat atau wadah pada era digital sebagai salah satu media perkembangan zaman yang memengaruhi perilaku konsumtif. Pada penelitian ini, Media sosial berperan sebagai *platform* yang memengaruhi keputusan konsumen melalui iklan, promosi, atau ulasan dari orang lain. Penggunaan media sosial meningkatkan *eksposur* terhadap produk baru dan tren konsumsi. Algoritma yang dipersonalisasi juga dapat mendorong pembelian yang bersifat emosional, sehingga meningkatkan perilaku konsumtif.

- b. Variabel Y (Variabel Dependen): Perilaku Konsumtif
Ini adalah variabel yang dipengaruhi, yaitu perilaku konsumtif mahasiswa yang dipicu oleh penggunaan online shop, seperti pembelian barang-barang yang tidak diperlukan, pemborosan, dan sikap konsumtif lainnya. Tindakan seseorang dalam membeli ataupun mengkonsumsi suatu barang atau jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan yang masuk akal dan tidak didasarkan pada faktor kebutuhan. Perilaku konsumtif adalah tindakan pembelian yang tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh dorongan emosional atau sosial. Variabel ini

dipengaruhi oleh kemudahan, harga yang menarik, dan eksposur terhadap media sosial.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan *software Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). SPSS dipilih karena kemampuannya yang sangat mumpuni dalam menangani data kuantitatif serta menyediakan berbagai teknik analisis statistik yang sesuai dengan kebutuhan penelitian ini. Penggunaan SPSS memungkinkan peneliti untuk melakukan berbagai analisis yang kompleks dan komprehensif, sehingga dapat menghasilkan temuan yang valid dan dapat diandalkan.

a. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data merupakan langkah penting dalam penelitian yang bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dari instrumen, seperti kuesioner, dapat dipertanggung jawabkan dan valid. Uji ini umumnya mencakup dua aspek utama, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.⁵⁴

⁵⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006).

1. Uji Validitas

Uji Validitas Validitas sebuah alat ukur ditunjukan dari kemampuannya mengukur apa yang harus diukur. Demikian juga kuesioner riset. Kuesioner dikatakan valid apabila instrument tersebut benar-benar mampu mengukur besarnya nilai variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah tiap item istrumen mampu mengukur besarnya variabel kemudahan, harga, media sosial dan perilaku konsumtif. Pengujian menggunakan taraf dua sisi dengan taraf signifikasi 0,05. Artinya suatu item dianggap valid jika jika berkorelasi signifikan terhadap skor total atau instrument dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan, stability, konsistensi, dan ekuivalensi terhadap suatu hasil pengukuran. Dalam penelitian ini Suatu pengukuran dianggap reliable atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama.⁵⁵ Pengujian reliabilitas digunakan untuk menguji keandalan butir instrument penelitian. Instrumen dikatakan reliable jika nilai cronbach alpha diatas 0,6. Dalam penelitian ini uji

⁵⁵ M A Morrisian, *Metode Penelitian Survei* (Kencana, 2012).

reliabilitas digunakan untuk mengetahui keandalan dari setiap variabel atau bisa memberikan hasil yang sama walaupun berkali-kali digunakan oleh peneliti yang berbeda.

b. Uji Asumsi Dasar

Uji asumsi dasar adalah serangkaian pengujian yang dilakukan sebelum analisis statistik untuk memastikan bahwa data yang digunakan memenuhi syarat untuk menggunakan metode statistik tertentu, baik parametrik maupun non-parametrik.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan grafik adalah Normal Probability Plot, yaitu dengan membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal digambarkan dengan sebuah garis diagonal lurus dari kiri bawah ke kanan atas. Distribusi kumulatif dari data sesungguhnya digambarkan dengan plotting. Data berdistribusi normal jika garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti atau merapat ke garis diagonalnya. Uji normalitas dalam penelitian ini berarti untuk

mengetahui data variabel independen (kemudahan, harga dan media sosial) dan data variabel terikat (perilaku konsumtif) berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal.

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam variabel X dan Y bersifat homogeny atau tidak. Untuk menguji sampel sama atau tidak menggunakan Levene test yaitu *Homogeneity of variance Test* dengan pedoman sebagai berikut:

- 1) Signifikan uji (α) = 0,05
- 2) Jika $\text{Sig} > \alpha$, maka variansi setiap sampel sama (homogeny)
- 3) Jika $\text{sig} < \alpha$, maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogeny).

3. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian ini menggunakan uji F. Kriteria yang digunakan yaitu sebesar regresi dikatakan

linear jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ selain itu data dapat dikatakan linear jika nilai sig lebih besar dari α yang ditentukan yaitu 5%.

c. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah syarat statistika yang harus dipenuhi untuk analisis regresi linier berganda. Uji asumsi klasik bertujuan untuk menganalisis apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah model yang baik. Hasil analisis regresi yang layak dapat dijadikan rekomendasi pengetahuan atau pemecahan masalah praktis.⁵⁶

1. Uji Multikolinieritas

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui suatu model regresi dalam penelitian ini terdapat gejala multikolinieritas atau tidak. Multikolinieritas (multicollinearity) merupakan hubungan linier antara variabel independen di dalam regresi berganda. Untuk mengetahui suatu model regresi mengalami gejala multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor). Model regresi yang baik jika hasil perhitungan menghasilkan nilai $VIF < 10$ dan bila menghasilkan nilai $VIF > 10$ berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius dalam model regresi. Selain itu juga

⁵⁶ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Deepublish, 2019).

dengan melihat nilai tolerance yaitu jika mendekati

1.

d. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang digunakan untuk menjelaskan fenomena dan mengarahkan penelitian selanjutnya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetes pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.⁵⁷

1. Persamaan Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan analisis regresi berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih ($X_1, X_2, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi berganda adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen melakukan perilaku konsumtif melalui belanja online. Secara umum model regresi linier berganda untuk populasi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan: Y = variabel dependen (perilaku konsumtif)

X_1 = Kemudahan

X_2 = Harga

X_3 = Media Sosial

⁵⁷ Duwi Priyatno, 'Analisis Korelasi, Regresi Dan Multivariate Dengan SPSS', Yogyakarta: Gava Media, 2013.

$e = \text{error}$

2. Uji F

Uji F merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama- sama) . Untuk mengetahui secara simultan apakah koefisien regresi variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat, maka dilakukan uji hipotesis. Uji F dalam penelitian ini berarti untuk mengetahui secara simultan apakah koefisien variabel kemudahan, haraga dan media sosial mempunyai pengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif. Digunakan Fhitung untuk menguji apakah model persamaan regresi yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Menurut Sugiono, nilai Fhitung dikonstantakan dengan nilai Ftabel dengan menggunakan tingkat keyakinan 95% dengan taraf kesalahan (α) yang digunakan yaitu 5% atau 0,05. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti variabel bebasnya secara bersama- sama memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama dapat diterima.

3. Uji t

Uji t (uji parsial) digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 diterima dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1

diterima, begitupun jika $\text{Sig} > \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak dan jika $\text{Sig} < \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dalam penelitian ini berarti bahwa uji t digunakan untuk menguji secara parsial pengaruh setiap variabel bebas (kemudahan, harga, dan media sosial) terhadap variabel terikat (perilaku konsumtif).

e. Analisis Koefisien Determinasi (*R – Square*)

Analisis koefisien determinasi ini bertujuan untuk melihat besarnya pengaruh variabel kualitas informasi, kemudahan, harga dan kualitas produk terhadap variabel perilaku konsumtif. Pada analisis linier berganda ini untuk melihat besarnya pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan nilai koefisien determinasi (*R Square*). Semakin nilai *R Square* mendekati 1, maka semakin baik model regresi yang terbentuk untuk menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat.⁵⁸

⁵⁸ Ghozali.