

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

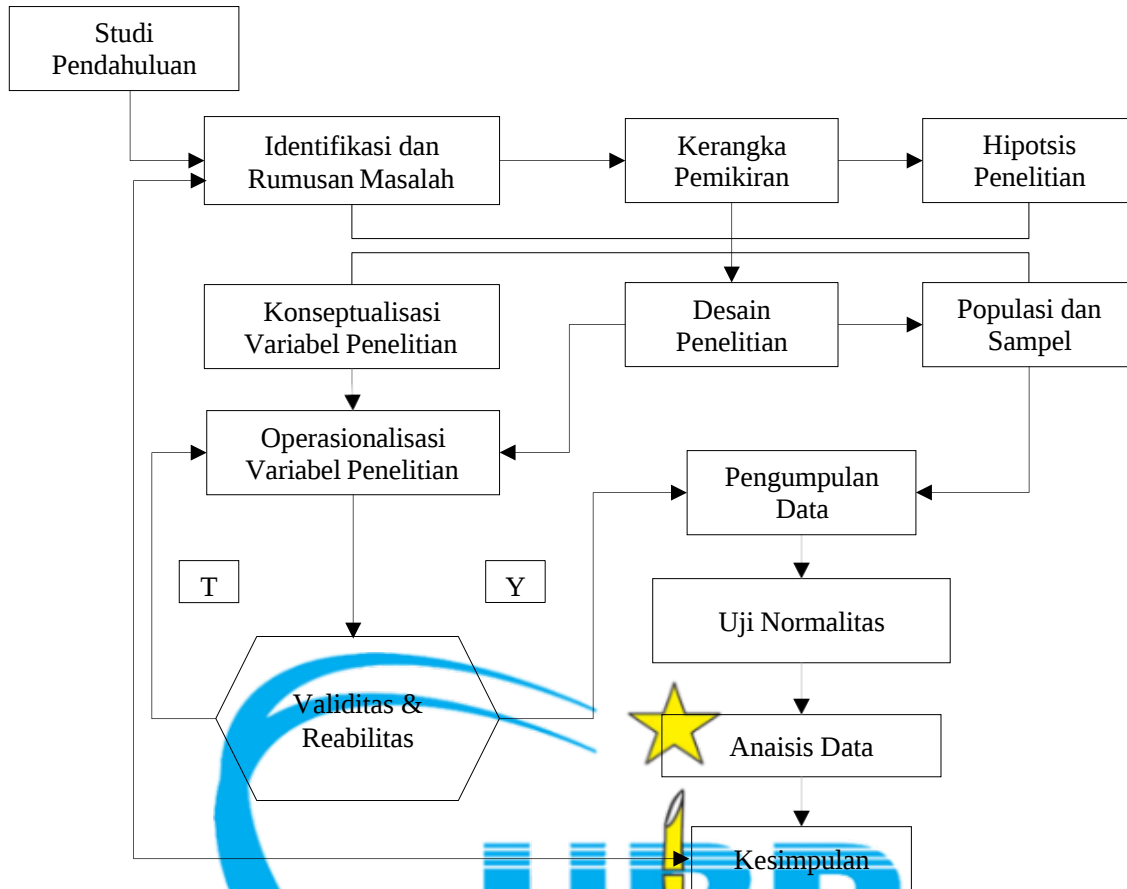
Desain penelitian berguna untuk memudahkan penulis dalam menyusun sebuah laporan penulisan penelitian, dalam desain penelitian langkah pertama adalah menentukan metode yang digunakan. Metode penelitian menurut (Sugiyono, 2019, p. 4) yaitu cara ilmiah untuk mendapatkan data untuk bertujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif. Penelitian Kuantitatif adalah penelitian yang lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penaksiran kuantitatif yang kokoh (Sanawiri, 2017, p. 7). Sifat penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel *Digital Payment* (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

Pemilihan metode ini didasarkan pada keinginan peneliti untuk mendapatkan gambaran mengenai *Digital Payment* dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif serta pengaruhnya baik langsung maupun tidak langsung dari variabel-variabel penelitian yang ditetapkan sebagai berikut:

1. *Digital Payment* berfungsi sebagai variabel bebas (*Independent Variable*) yang selanjutnya diberi notasi X_1 .
2. Gaya Hidup berfungsi sebagai variabel bebas (*Independent Variable*) yang selanjutnya diberi notasi X_2 .
3. Perilaku Konsumtif berfungsi sebagai variabel terikat (*Dependent Variable*) yang selanjutnya diberi notasi Y .

Berikut ini merupakan gambar dari alur proses yang dilakukan penulis dalam membuat penelitian.



Gambar 3. 1 Desain Penelitian

Sumber : Fadli, Uus MD (2021)

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Karawang, Jawa Barat dengan ruang lingkup di kampus Universitas Buana Perjuangan Karawang. Jl. Ronggo Waluyo Sinarbaya, Puseurjaya, Kec. TelukJambe Timur, Kab. Karawang, Jawa Barat 41361.

3.2.2 Waktu Penelitian

Tabel 3. 1
Waktu Penelitian

No	kegiatan	Bulan							
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agus	Sep	Okt
1	Penyusunan Proposal								
2	Bimbingan proposal								
3	Seminar proposal								
4	Perbaikan Proposal								
5	Pengumpulan								

	Data								
6	Analisis data penelitian								
7	Penyusunan skripsi								
8	Bimbingan skripsi								
9	Sidang skripsi								

Sumber : Data Olahan (2022)

3.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu sifat atau nilai dari objek kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Penelitian ini menjelaskan mengenai definisi dari setiap variabel dan juga operasional variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

3.3.1.1 Definisi Operasional Digital Payment

Digital payment atau uang elektronik memiliki dua bentuk dasar yaitu sistem digital dan jaringan komputer. Pada transaksi pembayaran digital dilakukan dengan online. Digital payment memberikan pandangan baru bagi masyarakat mengenai transaksi non-tunai atau cashless yang lebih mudah dan lebih praktis dan aman dalam melakukan pembayaran atau bertransaksi. Sebagian orang mengenal digital payment sebagai dompet online atau digital yang dilakukan untuk pembayaran berbagai transaksi yang tersedia (Puspita, 2019, p. 16).

Digital payment merupakan teknologi yang memberikan pandangan baru bagi masyarakat tentang pembayaran non-tunai yang jauh lebih praktis dan aman dalam bertransaksi. Sebagian orang mengenal digital payment sebagai dompet digital atau uang ponsel yang bisa digunakan membayar berbagai transaksi yang telah tersedia. (Yusuf, et al., 2021, p. 17)

Berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa *Digital Payment* adalah pembayaran elektronik dengan menggunakan kartu telah berkembang menjadi bentuk yang lebih praktis yang dimana menggunakan elektronik. Pembayaran digital merupakan pembayaran berbasis teknologi yang tidak lagi membutuhkan uang kertas dalam transaksinya sehingga memudahkan pengguna.

3.3.1.2 Definisi Operasional Variabel Gaya Hidup

Menurut (Azizah, 2020, p. 10), Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup dibentuk melalui interaksi sosial. Gaya hidup seseorang mengacu pada pilihan-pilihannya tentang bagaimana menjalani kehidupannya, yang dapat mencakup hobi, minat, sikap, konsumtif, dan ekspektasi. Teknologi yang semakin maju di era digitalisasi akan mempengaruhi gaya hidup sehari-hari.

3.3.1.3 Definisi Operasional Variabel Konsumtif

Perilaku Konsumtif terjadi saat konsumen membeli suatu produk tanpa memikirkan kegunaan dari produk yang dibeli dan membeli sesuai keinginan bukan karena kebutuhan. (Silalahi, 2020, p. 15)

Dampak negatif yang ditimbulkan dari perilaku konsumtif tersebut adalah munculnya sifat boros, ketergantungan, dan tidak pernah merasa puas akan hasil yang dicapai. Oleh karena itu, untuk menghindari dampak negatif dari perilaku konsumtif dapat dilakukan dengan cara menabung, berhemat, maupun dengan cara investasi (Khoirunnas, 2017, p. 15)

Berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai perilaku konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa mempertimbangkan apakah barang dan jasa yang telah dibelinya berguna/tidak, masuk ke dalam kebutuhannya atau tidak. Sehingga tidak melakukan konsumsi secara berlebihan demi memenuhi kepuasan tersendiri.

Tabel 3. 2
Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Ukuran Skala
1.	<i>Digital Payment</i> (X1)*	1. Efisiensi	Likert	Skor
		2. Kualitas Layanan		
		3. Kemudahan pembayaran yang dirasakan		
		4. Kecepatan yang dirasakan		
		5. Kenikmatan yang dirasakan		
		6. Keamanan		
		7. Pengguna Actual		
2.	Gaya Hidup (X2)**	1. Kegiatan	Likert	Skor
		2. Minat		
		3. Opini		
3.	Perilaku Konsumtif (Y)***	1. Pembelian impulsif	Likert	Skor
		2. Pemborosan		
		3. Mencari Kesenangan		
		4. Kenyamanan fisik		

Sumber : * (Kurniawan, et al., 2023)

** (Riadi, 2018)

*** (Lestarina, et al., 2017)

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi dan sampel adalah unit atau kelompok yang memiliki bentuk atau karakter tertentu yang sengaja dipilih, agar dapat diambil data yang dapat digunakan dalam penelitian yang telah dirancang. Populasi dan sampel merupakan salah satu bagian penting dalam penelitian yang harus ditentukan sejak awal. Dengan penentuan jenis objek penelitian ini, peneliti bisa menentukan metode penelitian yang lebih sesuai dengan kondisi dan kebutuhan. (Ul'fah Hernaeny, 2021, p. 20).

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut (Morissan M Dkk, 2012) Populasi adalah sebagai suatu kumpulan subjek, variabel, konsep atau fenomena. Kita

dapat meneliti setiap anggota populasi untuk mengetahui sifat populasi yang bersangkutan.

Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Manajemen yang berstatus Bekerja dengan jumlah 173 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang.

3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut (sugiyono, 2018, p. 6) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah populasi. Bila populasi dipilih berukuran besar sehingga peneliti tidak mungkin mempelajari semua.

Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel dari populasi dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 5%.

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

Keterangan ;

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

E = Batas Toleransi Kesalahan

Dalam melakukan total keseluruhan sampel yang akan dipilih memakai tingkat kesalahan sebesar 5, sebab dalam setiap penelitian tidak bisa hasilnya akan sempurna 100%. Adapun untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{173}{1 + (173 \times 0,5^2)} \\ n &= \frac{173}{1 + 173 (0.0025)} \\ n &= \frac{173}{1 + 0,435} \\ n &= \frac{173}{1,4325} \\ &= 120 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 120.767 dan dibulatkan menjadi 120 responden dari seluruh jumlah total

mahasiswa prodi manajemen angkatan 2020. Perihal ini idgunakan untuk memudahkan dalam pengolahan informasi dan untuk mendapatkan hasil pengujian yang lebih baik.

3.4.3 Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2018, p. 7) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan, terdapat berbagai teknik samplimh. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *non probability* dengan teknik *purposive samopling*.

Menurut (Sugiyono, 2018, p. 7) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi anggota populasi untuk bisa jadi sampel. Sedangkan teknik *purposive sampling* menurut (Sugiyono, 2018, p. 8) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.

Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penelitian ini memiliki karakteristik sampel sebagai berikut:

1. Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Buana Perjuangan Karawang
2. Jenis Kelamin wanita dan pria

3.5 Pengumpulan Data Penelitian

Pengumpulan data dimaksudkan guna memperoleh informasi yang nantinya diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini metode yang di kumpulkan berupa data yang menggunakan kuisioner yang disebar secara *online* kepada responden dengan bantuan *google form* yang dibuat. *Google form* adalah alat yang berguna untuk membantu mengirimkan survei dan mengumpulkan informasi dengan mudah dan cepat.

3.5.1 Sumber Data Penelitian

Sumber data yang valid dibutuhkan agar data yang nantinya digynakan bisa dipertanggungjawabkan dan hasilnya akurat. adapun sumber data pada penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut.

1. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2018, p. 8) data primer adalah data yang bersumber atau diperoleh langsung dari responden yang akan diteliti, adapun sumber data primer pada penelitian ini adalah data dari hasil perolehan penyebaran angket yang dibagikan kepada responden secara online.

2. Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2018, p. 8) data sekunder adalah data yang diperoleh bukan dari pengumpulan data (rseponden) namun dari melalui orang lain atau sumber lain yang masih dalam ruang lingkup yang sama. Data sekunder pada penelitian ini yaitu dari Buku,Jurnal,Artikel,Portal berita, maupun hasil survey lembaga yang sejalan dengan penelitian ini.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono dalam (Sanawiri, 2017, p. 8) Teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara, angket atau kuisisioner,observasi dan dokumentasi. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliyi tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

3.5.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini suatu alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur fenomena yang terjadi pada sebuah penelitian. Untuk data yang diperlukan, peneliti menggunakan alat ukur yang dinamakan instrument penelitian. Instrument dalam sebuah penelitian bertujuan untuk mendukung proses pengumpulan data dan diperoleh data yang dibutuhkan, Penelitian ini menggunakan kuisisioner atau angket yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Dalam penelitian ini varabel independen yang digunakan adalah *Digital Payment* (X1), *Gaya Hidup* (X2). Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang digunakan adalah *Perilaku Konsumtif* (Y).

Skala likert menurut (Sugiyono 2016) adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena social ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang

selanjutnya dijadikan variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah digital payment dan untuk variabel dependen yang digunakan adalah pendapatan masing-masing dibuat dengan menggunakan skala 1-5. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Skala likert untuk analisis kuantitatif dalam penelitian sebagai berikut :

Tabel 3. 3
Skala Likert

Pernyataan Positif	Penilaian	Pernyataan Negatif	Penilaian
Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	5
Setuju	4	Setuju	4
Cukup Setuju	3	Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Sugiyono, 2017)

3.5.3.1 Uji Instrumen

3.5.3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukan tingkat-tingkat kevalidan atau keahlian suatu istrumen dalam penelitian yang mampu menggambarkan sesuai dengan hal ataupun nilai yang diukur. Uji validitas dimaksudkan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar telah dapat mengukur apa yang perlu diukur. Kriteria uji validitas adalah dengan membandingkan nilai r hitung (*Person Correlation*) dengan nilai r tabel. Nilai r hitung (*Person Correlation*) ini nantinya yang akan digunakan sebagai tolak ukur yang menyatakan valid atau tidaknya item pertanyaan/ Pernyataan yang digunakan untuk mendukung penelitian, maka akan dicari dengan membandingkan r hitung (*Person Correlation*) terhadap r tabelnya. Kriteria pengujian Uji Validitas sebagai berikut :

- 1) Jika r hitung $>$ r kritis (r hitung $>$ r kritis 0,3) maka instrument penelitian dikatakan valid

- 2) Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{kritis}}$ ($r_{\text{hitung}} < r_{\text{kritis}} 0,3$) maka instrument penelitian dikatakan Tidak valid

Jika ada pernyataan/pertanyaan yang tidak valid, maka pertanyaan/pernyataan tersebut dihapus, kemudian dilakukan pengulangan uji validitas tanpa pertanyaan/pernyataan tersebut. (Darma, B, 2021, p. 5)

3.5.3.1.2 Uji Reabilitas

Uji Reabilitas untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Konsep dalam Reabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbebas dari galat pengukuran (*measures error*). Pada dasarnya, uji reabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan/pernyataan yang digunakan. Uji reabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat/ taraf signifikan yang digunakan. Tingkat/ taraf signifikan yang digunakan bisa 0,5; 0,6; hingga 0,7 tergantung kebutuhan dalam penelitian. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $>$ tingkat signifikan, maka instrument dikatakan reliabel.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $<$ tingkat signifikan, maka instrument dikatakan tidak reliabel.

Dalam uji reabilitas pertanyaan-pernyataan yang digunakan haruslah sudah dinyatakan valid. Jika hasil pengujian tidak reliabel, maka instrument dimana variabel tersebut tidak dapat digunakan dalam mendukung penelitian. (Darma, B, 2021, p. 5).

3.5.4 Uji Asumsi Klasik

3.5.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas pada data merupakan uji yang dilakukan apakah dalam sesuatu model regresi mempunyai data yang berdistribusi normal ataukah tidak. Menurut (Dukalang, 2019, p. 8) Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual normal atau mendekati normal. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Kolmogorov smirnov* yaitu dengan kriteria sebagai berikut :

1. Bila nilai *Kolmogorov smirnov sig* $<$ 0,05 maka data dapat dikatakan tidak normal
2. Bila nilai *Kolmogorov smirnov sig* $>$ 0,05 maka data dapat dikatakan normal.

3.5.4.2 Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas adalah uji statistik yang digunakan untuk mengevaluasi apakah ada hubungan linier yang kuat antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Multikolineritas terjadi ketika variabel independen dalam model regresi saling berkorelasi secara kuat, sehingga dapat menyebabkan masalah dalam analisis regresi seperti hasil yang tidak konsisten, standar error yang besar, koefisien regresi yang tidak stabil, dan interpretasi yang salah. Jadi, dasar pengambilan keputusan untuk mengatasi masalah multikolineritas berdasarkan nilai Tolerance dan VIF adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai tolerance $> 0,01$ dan nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi masalah multikolineritas.
- b. Jika nilai tolerance $< 0,01$ dan nilai VIF > 10 , maka terjadi masalah multikolineritas.

3.5.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah varians dari residual dalam model regresi berbeda-beda atau tetap (homoskedastis). Jika varians residual tetap dan tidak berbeda signifikan antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya, maka model disebut homoskedastis. Namun, jika varians residual berbeda-beda, maka model disebut heteroskedastis. Untuk menentukan apakah ada heteroskedastisitas dalam model, kita dapat melakukan uji formal seperti uji White, uji Breusch-Pagan, atau uji Goldfeld-Quandt. Namun, kita juga dapat melakukan visualisasi dengan menggunakan grafik Scatterplot antara nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya. Dasar yang digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas antara lain:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik - titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit). maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik - titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.4.4 Uji Autokorelasi

Menurut (Sugiyono dan Susanto 2015) uji autokorelasi adalah untuk mengetahui apakah dalam persamaan regresi terdapat kondisi serial atau tidak

antara variabel pengganggu. Untuk mengetahui apakah persamaan regresi ada atau tidak autokorelasi akan digunakan pendekatan uji Run. Jika nilai Run > 0.05 maka gejala autokorelasi dapat diabaikan. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya autokorelasi.

3.6 Transformasi Data

Menurut (Ghozali 2018:34) transformasi data merupakan data yang tidak berdistribusi secara baik atau tidak normal dan dapat di transformasi agar data tersebut menjadi normal. Untuk menormalkan sebuah data harus mengetahui grafik histogram dalam data tersebut, dari data yang ada ada apakah termasuk *moderate positive skewnes*, *substansial positive skewnes*, *severe positive skewnes* dengan bentuk L, dan lain-lain. Dengan mengetahui bentuk dari grafik histogram, maka dapat menentukan bentuk transformasinya.

3.7 Analisis Data

Analisis data adalah suatu cara untuk mengolah data hasil penelitian untuk menjadi informasi yang nantinya dapat digunakan dalam pengambilan keputusan. Berikut merupakan analisis data yang dilakukan. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 25.

3.7.1 Rancangan Analisis

3.7.1.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019:206) Analisis deskriptif yaitu suatu analisis yang dilakukan dengan melakukan deskripsi pada data yang telah dikumpulkan. Hasil dari data primer akan dianalisis berdasarkan tiap item kuisioner yang memiliki 5 jawaban dengan tiap nilai berbeda berdasarkan skala likert dengan skala terendah 1 dan skala tertinggi 5 dengan jumlah sampel 173 orang. Untuk menentukan rentang skala menggunakan rumus dibawah ini.

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

(Sugiyono, 2019:148)

Keterangan:

RS : Rentang Skala

n : Jumlah Sampel

m : Skor Penilaian

dalam penelitian ini pengukuran rentang skala sebagai berikut :

3.7.1.2 Skala Penilaian Tipe Kriteria

Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 120 orang menggunakan skala likert pada skala terendah bernilai 1 dan skala tertinggi bernilai 5.

3.7.1.3 Perhitungan Skala

Skala terendah = Skor terendah x jumlah sampel (n)

$$= 1 \times 120 = 120$$

Skala tertinggi = Skor tertinggi x Jumlah sampel (n)

$$= 5 \times 120 = 600$$

Tabel 3. 4
Perhitungan Skala

Skor	Skala	N	Total Skor
Terendah	1	100	100
Tertinggi	5	100	500

Sumber : Diolah penulis, 2023

Maka rentang skala pada penelitian ini adalah

$$\text{Rentang Skala} = \frac{120(5 - 1)}{5} = \frac{480}{5} = 96$$

Tabel 3. 5
Rentang Skala

Skor Skala	Rentang Skala	Kriteria
1	120-216	Sangat rendah
2	217-313	Rendah
3	314-410	Cukup tinggi
4	411-507	Tinggi
5	508-604	Sangat tinggi

Sumber : diolah penulis, 2023

Berdasarkan tabel 3.5 diatas maka didapat hasil rentang skala yang akan digunakan dalam penelitian pengaruh penggunaan *digital payment* dan Gaya hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa angkatan 2020 prodi manajemen. Rentang skala dapat digambarkan dengan skala bar sebagai berikut :



Gambar 3. 2 Bar scale

Sumber : (Sugiyono, 2017)

3.7.1.4 Analisis Verifikatif

Rancangan analisis verifikatif berfungsi untuk memperlihatkan hasil penelitian yang memiliki kaitan dengan pengaruh atau besarnya dampak *Digital Payment* dan gaya hidup di kalangan mahasiswi angkatan 2020 prodi Manajemen. Dengan metode ini dapat diketahui berapa besarnya dampak variabel independen mempengaruhi terhadap variabel dependen. Adapun analisis verifikatif tersebut adalah menggunakan *Analisis Linear Berganda*.

3.7.1.2.1 Regresi Linear Berganda

Uji Regresi Linier Berganda dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu pengaruh *Digital Payment* (X1) dan Gaya Hidup (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) dengan menggunakan program SPSS versi 25.0. persamaan Regresi Linier Berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Keputusan pembelian
- A = Nilai konstanta
- B = Koefisien regresi
- X₁ = Variabel bebas *viral marketing*
- X₂ = Variabel bebas diferensiasi produk

E = Standar eror (epsilon)

3.7.2 Uji Hipotesis

3.7.2.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut (Anwar et al., 2020:224) Uji Koefisien secara parsial atau uji t dipakai dalam menguji sejauh mana dua atau lebih variasi ataupun perbandingan dalam sebuah eksperimen.

Menurut (Sanusi, 2003:119) dalam (Supriyadi et al., 2017) uji statistic t digunakan dalam mengetahui apakah ada pengaruh di antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan berspekulasi bahwa variabel lain dianggap *Constant*. Uji t ini memiliki kegunaan yaitu menguji apakah variabel *Digital Payment* (X1), Gaya Hidup (X2) secara parsial memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y). jadi taraf signifikan yaitu 5% sehingga tingkatan yang dipakai ialah 95%.

Menurut (Purwanto, 2019:61) adapun rumusan dari hipotesis nihil (H_0) dan Hipotesis (H_a) berikut :

H_0 : Tidak adanya pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), menunjukkan bahwa variabel *Digital Payment* (X1) dan Gaya Hidup (X2) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y).

H_a : Adanya pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) menunjukkan bahwa variabel *Digital Payment* (X1) dan Gaya Hidup (X2) terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y).

Adapun Kriteria Uji T :

- 1) Bila nilai t hitung > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Bila nilai t hitung < 0.05 , maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Sehingga ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.7.2.2 Uji Simultan (Uji F)

Dari (Sanusi, 2003:119) dalam (Supriyadi et al.2017) Uji Simultan dilakukan dalam menguji adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

secara simultan. Uji simultan memiliki kegunaan yaitu dalam menguji apakah variabel *Digital Payment* (X1), dan Gaya Hidup (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

Menurut (Purwanto, 2019:62) Pengujian secara Simultan (Uji F) hipotesis nihil (Ho) dan Hipotesis (Ha) ;

Ho : Tidak Adanya pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
Menunjukkan bahwa variabel *Digital Payment* (X1) dan Gaya Hidup (X2) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y).

Ha : Adanya Pengaruh antara variabel independen/bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Menunjukkan bahwa variabel *Digital Payment* (X1) dan Gaya Hidup (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y).

Adapun kriteria dari Uji F :

- 1) Bila F hitung > 0.05 sehingga Ho diterima dan Ha ditolak. Maka dari itu semua variabel independen (X) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y)
- 2) Bila F hitung < 0.05 sehingga Ho ditolak dan Ha diterima. Maka dari itu semua variabel independen (X) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

3.7.2.3 Analisis Koefisien Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui korelasi (besar dan arahnya) antara variabel X_1 dan X_2 (Fadli & Faddila, 2018:59). Untuk menentukan korelasi dapat menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Berikut adalah rumusnya:

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}} \quad (\text{Fadli \& Faddila, 2018:27})$$

Keterangan :

r Hitung = koefisien korelasi

$\sum X_i$ = jumlah skor item

ΣY_i = jumlah skor total item

n = jumlah responden

Adapun dalam menganalisis korelasi dapat diukur melalui ketentuan sebagai berikut.

Tabel 3. 6
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2019:248)

3.7.2.4 Koefisien Determinasi

Ada beberapa teknik statistik yang dapat digunakan dalam menganalisis hubungan antara beberapa variabel, salah satunya adalah koefisien determinasi. Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X bebas terhadap variabel Y (terikat). Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$KD = (R)^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

R^2 = Koefisien Korelasi