

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain *cross-sectional design*, yaitu metode penelitian yang melibatkan pengumpulan data dari sampel tertentu pada satu waktu (*single point in time*). Desain ini bertujuan untuk mempelajari hubungan atau perbedaan antar variabel dalam suatu populasi pada waktu yang sama tanpa intervensi atau manipulasi variabel (Abduh dkk., 2023). Penelitian ini dirancang untuk mengukur pengaruh kesuksesan, sentralitas, dan kebahagiaan materialisme, serta kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif belanja *online* pada mahasiswa Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang. Pendekatan ini dipilih karena dapat menjelaskan hubungan sebab-akibat (kausal) antara kesuksesan, sentralitas, kebahagiaan materialisme, kontrol diri, dan pembelian impulsif, di mana satu variabel memengaruhi variabel lainnya (Azwar, 2022).

Variabel dalam penelitian ini adalah:

Variabel independen (X_1) : Kesuksesan Materialisme

Variabel independen (X_2) : Sentralitas Materialisme

Variabel independen (X_3) : Kebahagiaan Materialisme

Variabel independen (X_4) : Kontrol diri

Variabel dependen (Y) : Pembelian impulsif

B. Definisi Operasional Penelitian

Definisi operasional merujuk pada penjelasan mengenai variabel yang disusun berdasarkan ciri atau karakteristik yang dapat diamati dari variabel tersebut. Proses transformasi dari definisi konseptual yang lebih menekankan pada kriteria hipotetik menjadi definisi operasional dikenal sebagai *operasionalisasi* variabel penelitian (Azwar, 2022).

Untuk memastikan setiap variabel dapat diukur dengan jelas, penelitian ini menggunakan instrumen terstandarisasi:

1. Pembelian Impulsif

Pembelian impulsif adalah perilaku pembelian yang tidak didasarkan pada perencanaan atau pertimbangan rasional. Pembelian impulsif diukur dengan skala *Impulsive Buying Tendencies* (IBTS) dari Verplanken dan Herabadi (2001) yang aspek-aspeknya adalah aspek kognitif dan aspek afektif.

2. Materialisme

Materialisme adalah sejauh mana kepemilikan dan perolehan barang material dianggap penting dalam mencapai tujuan hidup utama atau keadaan yang diinginkan. Materialisme diukur dengan skala *Material Values Scale* (MVS) dari Richins dan Dawson (2004) yang aspek-aspeknya adalah kesuksesan, sentralitas, dan kebahagiaan.

3. Kontrol Diri

Kontrol diri adalah kemampuan untuk mengendalikan atau mengubah respons internal seseorang, serta menghentikan

kecenderungan perilaku yang tidak diinginkan dan menahan diri untuk tidak bertindak berdasarkan kecenderungan tersebut. Kontrol diri diukur dengan skala *Self Control Scale* (SCS) dari Tangney dan Baumeister (2018) yang aspek-aspeknya adalah kedisiplinan diri, tindakan yang tidak impulsif, kebiasaan yang baik, etika kerja, dan keandalan.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi penelitian merujuk pada kelompok subjek yang hasil penelitiannya digeneralisasikan, dengan ciri khas yang membedakannya dari kelompok lain, seperti batas wilayah domisili subjek, misalnya "Penduduk Kecamatan X" yang mencakup semua penduduk di wilayah tersebut (Azwar, 2022).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang yang berjumlah 1.614 mahasiswa.

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi, di mana setiap elemen dalam populasi dapat dipilih sebagai sampel, meskipun tidak selalu mewakili seluruh karakteristik populasi secara menyeluruh. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel di mana tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama atau diketahui

untuk terpilih sebagai sampel. Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan siapa yang paling mudah dijangkau oleh peneliti (Azwar, 2022).

Berdasarkan perhitungan menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan taraf kesalahan 5%, diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 286 mahasiswa dari total populasi 1.614 mahasiswa Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Buana Perjuangan Karawang. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah: Laki-laki/Perempuan, berusia 18-27 tahun, berstatus mahasiswa aktif yaitu mahasiswa Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang, menggunakan *platform e-commerce* dalam berbelanja *online*, dan melakukan transaksi pembelian *online* minimal empat kali dalam satu bulan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala psikologi, yang merupakan alat ukur untuk mengidentifikasi atribut psikologis berdasarkan respons individu terhadap serangkaian pernyataan atau pertanyaan yang telah disusun secara sistematis (Azwar, 2024). Penelitian ini menggunakan tiga skala, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Skala Pembelian Impulsif

Skala yang digunakan adalah *Impulse Buying Tendency Scale* (IBTS) yang dikembangkan oleh Verplanken dan Herabadi (2001).

Skala ini terdiri dari 20 aitem yang mencakup dua aspek utama, yaitu aspek kognitif dan aspek afektif. Hasil analisis psikometrik sebelumnya menunjukkan bahwa skala ini memiliki reliabilitas internal yang sangat baik, dengan koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,91 untuk aspek kognitif, 0,83 untuk aspek afektif, dan 0,86 untuk keseluruhan skala.

Skala ini menggunakan format penilaian Likert 7 poin, dengan kategori:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Agak Tidak Setuju (ATS), 4 = Netral (N), 5 = Agak Setuju (AS), 6 = Setuju (S), dan 7 = Sangat Setuju (SS). *Blueprint* skala pembelian impulsif dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1
Blueprint Skala Pembelian Impulsif

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		<i>Fav</i>	<i>Unfav</i>	
Kognitif (<i>Cognitive</i>)	Kurangnya perencanaan dan pertimbangan.	3, 9, 10	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8	10
Afektif (<i>Affective</i>)	Perasaan senang, kegembiraan, dorongan untuk membeli, kurangnya kontrol, dan penyesalan.	11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20	14	10
Total				20

2. Skala Materialisme

Skala yang digunakan adalah *Material Values Scale* (MVS) yang dikembangkan oleh Richins dan Dawson (2004) untuk mengukur tingkat materialisme dalam perilaku konsumen. Skala ini awalnya terdiri dari 18 aitem, kemudian direvisi oleh penulis aslinya pada tahun 2004 menjadi 15 aitem untuk meningkatkan stabilitas struktur faktor

dan efisiensi pengukuran tanpa mengorbankan reliabilitas maupun validitas. Hasil analisis psikometrik sebelumnya menunjukkan bahwa skala ini memiliki reliabilitas internal yang sangat baik, dengan koefisien *Cronbach's Alpha* berkisar antara 0,79 hingga 0,91, dengan rata-rata 0,86, yang menunjukkan tingkat konsistensi internal yang tinggi. Skala ini mencakup tiga dimensi utama, yaitu kesuksesan (*success*), sentralitas (*centrality*), dan kebahagiaan (*happiness*). Skala ini menggunakan format penilaian Likert 5 poin, dengan kategori: 1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Cukup Setuju (CS), 4 = Setuju (S), dan 5 = Sangat Setuju (SS). *Blueprint* skala materialisme dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2

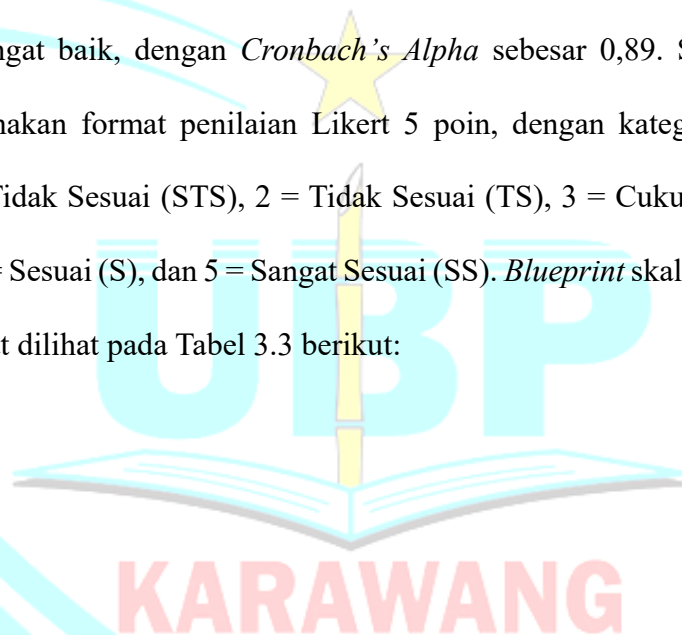
Blueprint Skala Materialisme

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		<i>Fav</i>	<i>Unfav</i>	
Kesuksesan (<i>Success</i>)	Kecenderungan individu untuk menilai kesuksesan diri sendiri dan orang lain berdasarkan kepemilikan materi.	1, 2, 4, 5	3	5
Sentralitas (<i>Centrality</i>)	Menempatkan kepemilikan sebagai bagian penting dari identitas dan gaya hidup, menghabiskan banyak waktu dan energi untuk memperoleh dan merawat barang-barang tersebut.	8, 9	6, 7, 10	5
Kebahagiaan (<i>Happiness</i>)	Keyakinan bahwa kepemilikan dan akuisisi barang-barang materi akan membawa kebahagiaan dan kepuasan hidup.	12, 4, 15	11, 13	5
Total				15

3. Skala Kontrol Diri

Skala yang digunakan adalah *Self-Control Scale* (SCS) yang dikembangkan oleh Tangney, Baumeister, dan Boone (2004), yang

kemudian direvisi oleh Tangney dan Baumeister (2018) menjadi versi 13 aitem. Skala ini mencakup lima aspek utama, yaitu kedisiplinan diri (*self-discipline*), tindakan yang tidak impulsif (*deliberate/non-impulsive action*), kebiasaan yang baik (*healthy habits*), etika kerja (*work ethic*), dan keandalan (*reliability*). Hasil analisis psikometrik sebelumnya menunjukkan bahwa skala ini memiliki reliabilitas internal yang sangat baik, dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,89. Skala ini menggunakan format penilaian Likert 5 poin, dengan kategori: 1 = Sangat Tidak Sesuai (STS), 2 = Tidak Sesuai (TS), 3 = Cukup Sesuai (CS), 4 = Sesuai (S), dan 5 = Sangat Sesuai (SS). *Blueprint* skala kontrol diri dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut:



Tabel 3.3
Blueprint Skala Kontrol Diri

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		<i>Fav</i>	<i>Unfav</i>	
Kedisiplinan Diri (<i>Self Discipline</i>)	Kemampuan individu untuk fokus, konsisten menyelesaikan tugas, dan mengabaikan gangguan.	1	2, 7, 10, 12	5
Tindakan yang Tidak Impulsif (<i>Deliberate/Non-Impulsive Action</i>)	Kecenderungan individu untuk bertindak hati-hati dan penuh pertimbangan tanpa gegabah.	-	4, 13	2
Kebiasaan yang Baik (<i>Healthy Habits</i>)	Individu memiliki kemampuan untuk membentuk kebiasaan positif yang menghindari dampak negatif meskipun hasil positifnya tidak segera terlihat.	6, 8	5	3
Etika Kerja (<i>Work Ethic</i>)	Individu mampu memusatkan perhatian pada pekerjaan dan menyelesaikan tugas dengan optimal meskipun ada godaan untuk mengalihkan perhatian.	-	3, 9	2
Keandalan (<i>Reliability</i>)	Individu mampu menjaga konsistensi dalam melaksanakan rencana jangka panjang dan bertanggung jawab mencapai tujuan yang telah ditetapkan.	11	-	1
Total				13

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner daring (*Google Form*) yang disebarakan kepada paling sedikit 286 mahasiswa Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang.

A. Metode Analisis Instrumen

Sebelum instrumen digunakan dalam penelitian, dilakukan pengujian sebagai berikut:

1. Validitas Isi

Validitas isi mengacu pada sejauh mana suatu tes atau skala dapat mengukur atribut yang dimaksudkan secara tepat, yaitu apakah alat ukur tersebut mencakup semua aspek yang relevan dengan variabel yang diukur sesuai dengan tujuan pengukuran (Azwar, 2022). Validitas isi penting dalam pengembangan skala non-kognitif dan tes kognitif yang mengukur atribut psikologis laten, dan salah satu statistik yang menunjukkan validitas isi aitem adalah yang diusulkan oleh Aiken (1985, dalam Azwar, 2022).

Dalam penelitian ini uji validitas mencakup uji keterbacaan dan *expert judgement*, yaitu sebagai berikut:

a. Uji Keterbacaan

Menurut Azwar (2022), kalimat baru dalam bahasa Indonesia yang disusun harus dikonsultasikan dengan ahli bahasa asli tempat skala tersebut berasal untuk memeriksa kesetaraan maksud aitem, dan setelah itu, seluruh aitem dalam skala perlu diuji keterbacaannya oleh subjek target.

Azwar (2022) juga menambahkan bahwa semua aitem yang selesai ditulis dan ditelaah oleh penulis perlu diuji keterbacaannya. Uji keterbacaan dimaksudkan untuk meyakinkan bahwa kalimat yang digunakan dapat dipahami oleh responden sesuai maksud penulis aitem. Langkah ini penting karena

kesalahan responden dalam memahami aitem akan menyebabkan respon yang berbeda dari seharusnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode uji keterbacaan dengan melibatkan beberapa responden untuk membaca seluruh aitem yang telah disusun. Setelah membaca, responden diminta memberikan komentar terkait kalimat-kalimat yang dirasa kurang jelas atau sulit dipahami. Umpan balik yang diperoleh dari para responden tersebut kemudian digunakan sebagai dasar untuk merevisi dan menyempurnakan formulasi kalimat pada setiap aitem, dengan tujuan meningkatkan keterbacaan dan memastikan setiap instruksi atau pernyataan dapat dipahami dengan baik oleh subjek penelitian (Azwar, 2022).

Peneliti melakukan uji keterbacaan dari aitem pernyataan skala Pembelian Impulsif (*Impulse Buying Tendency Scale/IBTS*) yang dibuat oleh Verplanken dan Herabadi pada tahun 2001, Skala Materialisme (*Material Values Scale/MVS*) yang dikembangkan oleh Richins dan Dawson pada tahun 2004, dan Skala Kontrol Diri (*Self Control Scale/SCS*) yang dikembangkan oleh Tangney dan Baumeister pada tahun 2018. Uji keterbacaan ini bertujuan untuk mengetahui keterbacaan pernyataan apakah dapat dimengerti atau tidak dimengerti. Peneliti melakukan uji

keterbacaan pada 17 mahasiswa yang merupakan subjek penelitian utama.

b. *Expert Judgement*

Aiken merumuskan formula Aiken's V untuk menghitung *content-validity coefficient* berdasarkan penilaian panel ahli mengenai sejauh mana aitem mewakili konstruk yang diukur, yaitu relevansi aitem dengan indikator keperilakuannya, karena indikator keperilakuan adalah penerjemahan operasional dari atribut yang diukur. Penilaian dilakukan dengan cara memberikan angka antara 1 (yaitu sangat tidak mewakili atau sangat tidak relevan) sampai 5 (yaitu sangat mewakili atau sangat relevan).

Statistik Aiken's V dirumuskan sebagai berikut:

Gambar 3.1 Rumus Aiken's V

$$V = \frac{\sum s}{n(c-lo)}$$

$s = r - lo$

$lo =$ Angka penilaian validitas yang terendah (1)

$c =$ Angka penilaian validitas yang tertinggi (5)

$r =$ Rating yang diberikan oleh seorang penilai

Sebagai contoh, nilai V sebesar 0,667 dapat diinterpretasikan sebagai koefisien yang cukup tinggi, menunjukkan bahwa aitem tersebut memiliki validitas isi yang baik dan mendukung validitas isi tes secara keseluruhan (Azwar, 2022). Koefisien antara 0,30 hingga 0,50 bahkan sudah dianggap

mampu memberikan kontribusi yang baik terhadap efisiensi lembaga pelatihan (Cronbach, 1970, dalam Azwar, 2022). Meskipun demikian, aitem dengan koefisien korelasi di bawah 0,25 masih dapat dinilai valid (Thorndike dkk., 1991, dalam Azwar, 2022), dengan batas minimal koefisien korelasi yang disarankan sebesar 0,15 (Kehoe, 1997, dalam Azwar, 2022).

Langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan uji keterbacaan, yang kemudian dilanjutkan dengan proses *expert judgment* untuk menilai kesesuaian setiap aitem dalam skala. Proses ini melibatkan tiga ahli, yaitu satu psikolog dari Unit Layanan Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang serta dua dosen Fakultas Psikologi UBP Karawang yang memiliki latar belakang pendidikan Magister Psikologi. Pada kolom *expert judgement*, terdapat skor 1 sampai 5, di mana 1 (Tidak Relevan), 2 (Kurang Relevan), 3 (Cukup Relevan), dan 4 (Relevan), 5 (Sangat Relevan).

2. Analisis Aitem

Setelah dilakukan perbaikan pada aitem skala berdasarkan hasil *expert judgement*, penelitian ini dilanjutkan dengan tahap *try out* yang melibatkan 64 mahasiswa di luar subjek penelitian utama. Tahap ini bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian yang digunakan. Setelah hasil *try out* dianalisis dan aitem yang valid telah ditentukan, peneliti kemudian membagikan skala materialisme,

kontrol diri, dan pembelian impulsif kepada subjek penelitian utama untuk memperoleh data yang diperlukan.

Azwar (2022) menjelaskan bahwa pada tes yang aitem-aitemnya menghasilkan skor dalam bentuk interval, sebagaimana umumnya terdapat pada skala non-kognitif, analisis validitas aitem dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi *linier product-moment* Pearson. Semakin tinggi koefisien korelasi positif antara skor aitem dan skor total tes, maka semakin tinggi konsistensi aitem tersebut dalam fungsi pengukuran tes secara keseluruhan, yang berarti semakin tinggi daya bedanya. Sebaliknya, bila koefisien korelasinya rendah mendekati nol, berarti fungsi aitem tersebut tidak sesuai dengan fungsi ukur tes dan aitem tersebut tidak memiliki daya diskriminasi atau daya beda. Bila koefisien korelasi yang dimaksud ternyata berharga negatif, artinya terdapat cacat serius pada aitem yang bersangkutan.

Menurut Azwar (2022), untuk menghitung korelasi antara skor aitem dan skor total menggunakan koefisien korelasi *product-moment* Pearson, dapat digunakan formula koreksi sebagai berikut:

Gambar 3.2 Rumus Koefisien Korelasi *Product-Moment* Pearson

$$r_{i(x-i)} = \frac{(r_{ix}S_x - S_i)}{\sqrt{(S_x^2 + S_i^2 - 2r_{ix}S_iS_x)}}$$

r_{ix} = Koefisien korelasi skor aitem-total sebelum dikoreksi

S_i = Deviasi standar skor aitem yang bersangkutan

S_x = Deviasi standar skor tes

Formula ini menghasilkan koefisien yang dikenal dengan nama *corrected item-total correlation coefficient*. Pada analisis guna menyeleksi aitem berdasarkan daya beda yang menghendaki akurasi tinggi digunakan formula tersebut di atas (Azwar, 2022).

3. Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya dan berkaitan erat dengan masalah kesalahan pengukuran (*error of measurement*). Dalam penelitian ini, nilai reliabilitas skala dihitung menggunakan *Cronbach's Alpha* (Azwar, 2022). Peneliti menggunakan formula *Cronbach's Alpha* untuk mengukur reliabilitas instrumen. Apabila nilai korelasi *Cronbach's Alpha* $> 0,7$, maka item dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika nilai korelasi $< 0,7$, item tersebut dianggap kurang reliabel.

Tabel 3.4
Kaidah Reliabilitas *Guilford*

Koefisien Reliabilitas	Kriteria
$> 0,9$	Sangat Reliabel
$0,7 - 0,9$	Reliabel
$0,4 - 0,7$	Cukup Reliabel
$0,2 - 0,4$	Kurang Reliabel
$< 0,2$	Tidak Reliabel

B. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas Residu

Uji normalitas residu dilakukan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Hal ini penting

karena salah satu asumsi dalam analisis regresi linear klasik adalah bahwa residual harus berdistribusi normal (Gujarati, 2012). Meskipun secara umum uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (Azwar, 2022), dalam konteks analisis regresi, yang diuji adalah normalitas residu, bukan variabel independen maupun dependen secara langsung. Oleh karena itu, pada penelitian ini digunakan uji normalitas residu, sebagaimana dianjurkan saat hendak melakukan uji regresi (Hakim, Mora, & Rahmawati, 2022).

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas residu adalah sebagai berikut (Azwar, 2022):

- a. Jika nilai signifikansi $p < 0,05$, maka data residu dianggap tidak berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi $p > 0,05$, maka data residu dianggap berdistribusi normal.

Uji normalitas residu dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan memanfaatkan software SPSS versi 27 for Windows 64-bit.

2. Uji Linearitas

Apabila data variabel X dan variabel Y berada pada tingkat interval, maka hubungan linier antara keduanya dapat dinyatakan melalui koefisien korelasi r_{xy} , yang dihitung menggunakan rumus korelasi *product-moment* Pearson (Hays, 1973, dalam Azwar, 2022).

Model hubungan yang dimaksudkan di sini adalah model hubungan linier yang dinyatakan dengan persamaan $\hat{y} = \beta_0 + \beta_1 X$.

Koefisien korelasi r_{xy} menunjukkan kekuatan dan arah hubungan antara variabel X dan Y, dengan tanda positif menunjukkan hubungan searah dan tanda negatif menunjukkan hubungan berlawanan arah. Semakin mendekati angka 1 atau -1, semakin kuat hubungan linier antara kedua variabel, sedangkan nilai yang mendekati 0 menunjukkan hubungan yang lebih lemah atau tidak linier (Azwar, 2022).

Berdasarkan teori di atas, hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa koefisien korelasi antara variabel materialisme dan pembelian impulsif bertanda positif. Artinya, hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat searah. Semakin rendah skor materialisme, maka skor pembelian impulsif cenderung menurun. Sebaliknya, semakin tinggi skor materialisme, maka skor pembelian impulsif juga cenderung meningkat.

Hipotesis selanjutnya dalam penelitian ini menyatakan bahwa koefisien korelasi antara variabel kontrol diri dan pembelian impulsif bertanda negatif. Artinya, hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat berlawanan arah. Semakin rendah skor kontrol diri, maka skor pembelian impulsif cenderung meningkat; sebaliknya, semakin tinggi skor kontrol diri, maka skor pembelian impulsif cenderung menurun.

Menurut Azwar (2022) hipotesis nihil mengenai korelasi linier bivariat yang akan diuji, secara simbolik dinyatakan sebagai berikut:

$H_0; P_{xy} = 0$. Uji linearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan *software* SPSS versi 27 *for Windows 64-bit*.

3. Uji Hipotesis (Regresi Berganda)

Analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi perubahan variabel dependen berdasarkan perubahan nilai variabel independen (Sugiyono, 2021). Analisis ini diterapkan dalam penelitian karena terdapat empat variabel independen, yaitu kesuksesan materialisme (X1), sentralitas materialisme (X2), kebahagiaan materialisme (X3), dan kontrol diri (X4), serta satu variabel dependen, yaitu pembelian impulsif (Y). Mengingat jumlah variabel independen dalam penelitian ini, analisis dilakukan dengan uji parsial (uji t) untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara individu, serta uji simultan (uji F) untuk menilai pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menganalisis sejauh mana masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2021). Proses pengambilan keputusan dalam uji parsial dilakukan berdasarkan kriteria berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (sig.) $< 0,05$, maka terdapat pengaruh kesuksesan materialisme terhadap pembelian impulsif.

- 2) Jika nilai signifikansi (sig.) < 0,05, maka terdapat pengaruh sentralitas materialisme terhadap pembelian impulsif.
- 3) Jika nilai signifikansi (sig.) < 0,05, maka terdapat pengaruh kebahagiaan materialisme terhadap pembelian impulsif.
- 4) Jika nilai signifikansi (sig.) < 0,05, maka terdapat pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan (Sugiyono, 2021). Proses pengambilan keputusan dalam uji simultan dilakukan berdasarkan kriteria berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (sig.) < 0,05, maka kesuksesan, sentralitas, dan kebahagiaan materialisme, serta kontrol diri secara simultan berpengaruh terhadap pembelian impulsif.

Adapun rumus yang digunakan dalam analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

Gambar 3.3 Rumus Regresi Berganda

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

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Pembelian impulsif)

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = Variabel independen (Kesuksesan)

X_2 = Variabel independen (Sentralitas)

X_3 = Variabel independen (Kebahagiaan)

X_4 = Variabel independen (Kontrol Diri)

Uji regresi berganda dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *software* SPSS versi 27 for Windows 64-bit. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel dalam penelitian ini.

Adapun hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Semakin tinggi kesuksesan, sentralitas, dan kebahagiaan materialisme yang dimiliki oleh mahasiswa Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang, maka semakin tinggi pula tingkat perilaku pembelian impulsif belanja *online* pada mahasiswa tersebut. Sebaliknya, semakin rendah kesuksesan, sentralitas, dan kebahagiaan materialisme yang dimiliki oleh mahasiswa Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang, maka semakin rendah pula tingkat perilaku pembelian impulsif belanja *online* pada mahasiswa tersebut.
- b. Semakin tinggi tingkat kontrol diri yang dimiliki oleh mahasiswa Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang, maka semakin rendah tingkat perilaku pembelian impulsif belanja *online* pada mahasiswa tersebut. Sebaliknya,

semakin rendah tingkat kontrol diri yang dimiliki oleh mahasiswa Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang, maka semakin tinggi tingkat perilaku pembelian impulsif belanja *online* pada mahasiswa tersebut.

C. Teknik Analisis Data Tambahan

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variabilitas variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) atau *adjusted R^2* berkisar antara 0 hingga 1. Semakin mendekati 1, semakin besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), yang menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan prediktif yang kuat. Sebaliknya, jika nilai R^2 atau *adjusted R^2* semakin kecil atau mendekati 0, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin lemah (Ferdinand, 2014, dalam Nanincova, 2019).

Gambar 3.4 Rumus Koefisien Determinasi

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

2. Kategorisasi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kategorisasi jenjang (ordinal) dengan asumsi bahwa data berdistribusi normal. Uji ini

bertujuan untuk mengelompokkan individu ke dalam kategori-kategori tertentu yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasar atribut yang diukur. Kontinum jenjang ini contohnya adalah Rendah-Tinggi, Buruk-Baik, Lemah-Kuat dan semacamnya. Jumlah jenjang kategori diagnosis yang dibuat umumnya tidak lebih dari lima dan tidak kurang dari tiga (Azwar, 2024).

Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan responden ke dalam kategori atau jenjang berdasarkan skor yang diperoleh dari skala materialisme, skala kontrol diri, dan skala pembelian impulsif. Kategorisasi tersebut digunakan untuk menentukan apakah skor materialisme, skor kontrol diri, dan skor pembelian impulsif mahasiswa Psikologi sebagai subjek penelitian, berada pada tingkat tinggi, sedang, atau rendah.

Salah satu skala pada penelitian ini yaitu *Impulsive Buying Tendencies Scale* (IBTS) yang dibuat oleh Verplanken dan Herabadi pada tahun 2001 terdiri dari 20 aitem yang masing-masing aitemnya diberi skor 1-7. Dengan demikian skor terkecil yang diperoleh pada skala tersebut adalah $X=0$ (yaitu 20×0) dan skor terbesar adalah $X=140$ (yaitu 20×7), sehingga *range* atau rentang skornya adalah $140-0=140$. Mean teoritik atau mean hipotetiknya adalah $\mu=140:2=70$. Kurva distribusi normal terbagi menjadi 6σ (enam satuan deviasi standar). Rentangan skor skala sebesar 140 angka tersebut dibagi dalam enam satuan deviasi standar sehingga diperoleh $140:6=23$. Jadi $1\sigma=23$.

Angka 23 ini adalah estimasi dari besarnya deviasi standar populasi (σ) yang digunakan untuk menentukan kategori normatif skor subjek. Karena kategorisasi ini bersifat relatif, luas interval yang mencakup setiap kategori dapat ditetapkan secara subjektif selama penetapan tersebut masih dalam batas kewajaran dan dapat diterima secara rasional (Azwar, 2024).

Adapun norma kategorisasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Azwar, 2024):

Tabel 3.5

Norma Kategorisasi Penelitian

$\mu + 1,5\sigma$	$< X$	Sangat Tinggi
$\mu + 0,5\sigma$	$< X \leq \mu + 1,5\sigma$	Tinggi
$\mu - 0,5\sigma$	$< X \leq \mu + 0,5\sigma$	Sedang
$\mu - 1,5\sigma$	$< X \leq \mu - 0,5\sigma$	Rendah
	$X \leq \mu - 1,5\sigma$	Sangat Rendah

Keterangan:

X : skor individu.

μ : rata-rata skor.

σ : deviasi standar.