

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Studi asosiatif adalah studi dengan tujuan tertentu untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variable atau lebih. Penelitian asosiatif mempunyai tingkatan yang tertinggi apabila dibandingkan dengan penelitian deskriptif komperatif. Dengan penelitian asosiatif ini maka akan dapat dibangun teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2017, hlm. 37). Dalam judul penelitian ini, penelitian menjelaskan apakah ada pengaruh tingkat belanja *online* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Indriantoro dan Supomo penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menekankan pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka, dengan melakukan analisis data secara statistik.

B. Lokasi Penelitian

Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin, terletak di Jalan A. Yani No. Km 4.5 Kebun Bunga, Kecamatan Banjarmasin Timur, Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia, adalah lokasi studi. Lokasi ini dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan ilmiah.

Pertama, UIN Antasari Banjarmasin memiliki populasi mahasiswa yang representatif dalam penelitian ini, terutama dalam konteks perilaku konsumtif dan belanja *online*. Kedua, sebagai institusi pendidikan tinggi berbasis Islam, UIN Antasari memberikan lingkungan yang relevan untuk mengkaji perilaku konsumsi mahasiswa dalam perspektif ekonomi Islam. Ketiga, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola konsumsi di kalangan mahasiswa, yang menjadi kelompok demografis utama dalam perkembangan tren belanja *online*.

Selain itu, kemudahan akses terhadap responden dan data yang diperlukan mendukung efektivitas penelitian, peneliti juga merupakan mahasiswa di universitas tersebut, sehingga memiliki pemahaman yang mendalam tentang karakteristik dan kondisi mahasiswa UIN. Dengan demikian, pemilihan UIN Antasari Banjarmasin sebagai lokasi penelitian tidak hanya didasarkan pada pertimbangan praktis, tetapi juga pada relevansi akademik dan kontribusi penelitian terhadap pemahaman perilaku konsumtif mahasiswa.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang

mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017, hlm. 37). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan mencakup seluruh mahasiswa program S1 Angkatan 2021-2024 di Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin. Jumlah keseluruhan mahasiswa dalam rentang angkatan tersebut adalah 7.141 orang, yang berasal dari berbagai fakultas di universitas ini. Rincian jumlah mahasiswa per fakultas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jumlah Mahasiwa UIN Angkatan 2021-2024

No.	Fakultas	Jumlah
1.	Tarbiyah dan Keguruan	2.969
2.	Syariah	1.152
3.	Ushuluddin dan Humaniora	982
4.	Ekonomi dan Bisnis Islam	1.088
5.	Dakwah dan Ilmu Komunikasi	950
TOTAL		7.141

Sumber: Mikwa Pusat UIN Antasari, 2024

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dipilih agar dapat memberikan gambaran yang mewakili populasi secara keseluruhan. *Purposive* sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, sampel akan terdiri dari mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang aktif berbelanja *online*. Teknik

pengambilan sampel masih dapat menggunakan purposive sampling dengan kriteria tertentu, yaitu :

1. Mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin (UIN) yang memiliki aplikasi belanja *online*.
2. Mahasiswa yang berusia antara 19-25 tahun.
3. Mahasiswa Angkatan 2021-2024.
4. Mahasiswa yang telah melakukan pembelian *online* dalam periode waktu tertentu, misalnya dalam 6 bulan terakhir.
5. Memiliki aplikasi belanja online seperti *Shopee, Tokopedia, Tiktokshop* atau *Lazada (e-commerce)*.

Dalam menentukan sampel, penelitian ini mengacu pada pendapat Suharsimi Arikunto, yang menyatakan bahwa jika jumlah subjek kurang dari 100, sebaiknya seluruh populasi digunakan sebagai sampel agar penelitian bersifat populatif. Namun, jika jumlah subjek lebih dari 100, maka dapat diambil sampel sebesar 10-15% atau 20-25% dari populasi. Penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena metode ini memungkinkan pengambilan sampel yang representatif, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Selain itu, perhitungan dengan rumus *Slovin* lebih sederhana dan tidak memerlukan tabel jumlah sampel, cukup dengan menggunakan rumus matematis yang mudah diterapkan. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = kelonggaran ketidakteelitian/ batas ketelitian yang diinginkan, 10%/0,1

$$n = \frac{7141}{1 + 7141 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{7141}{1 + 71,41}$$

$$n = \frac{7141}{72,41}$$

$$n = 98,61$$

Sampel minimum yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 mahasiswa responden (pembulatan dari 98,61). Dengan demikian, sampel penelitian ini akan fokus pada mahasiswa yang berbelanja *online* dan diperkirakan memiliki perilaku konsumtif, sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui apakah tingkat belanja *online* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

Untuk menentukan jumlah responden per fakultas menggunakan teknik *Stratified Random Sampling*, kita menggunakan rumus berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Dimana :

n_i = jumlah sampel dari fakultas ke- i

N_i = jumlah populasi dari fakultas ke- i

$N = \text{total populasi (7.141)}$

$n = \text{total sampel}$

Perhitungan jumlah sampel per fakultas:

1. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

$$n_1 = \frac{2.969}{7.141} \times 100 = 41,576 \text{ (dibulatkan menjadi 42)}$$

2. Fakultas Syariah

$$n_1 = \frac{1.152}{7.141} \times 100 = 16,132 \text{ (dibulatkan menjadi 16)}$$

3. Fakultas Ushuluddin dan Humaniora

$$n_1 = \frac{982}{7.141} \times 100 = 13,751 \text{ (dibulatkan menjadi 14)}$$

4. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

$$n_1 = \frac{1.088}{7.141} \times 100 = 15,235 \text{ (dibulatkan menjadi 15)}$$

5. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

$$n_1 = \frac{950}{7.141} \times 100 = 13,303 \text{ (dibulatkan menjadi 13)}$$

Jadi, pembagian jumlah responden secara merata berdasarkan *Stratified*

Random Sampling adalah sebagai tabel berikut:

Tabel 3.2
Jumlah Responden Per Fakultas

No.	Fakultas	Jumlah Sampel
1.	Tarbiyah dan Keguruan	42
2.	Syariah	16
3.	Ushuluddin dan Humaniora	14

4.	Ekonomi dan Bisnis Islam	15
5.	Dakwah dan Ilmu Komunikasi	13
TOTAL		100

Sumber : Data diolah, 2025

D. Teknis Pengambilan Sampel

Studi ini menggunakan *purposive sampling* bersamaan dengan *non-probability sampling*. Pengambilan sampel purposif adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu dan hasil yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian. Dalam teknik ini, peneliti secara sengaja memilih subjek atau unit sampel yang dinilai paling sesuai untuk memberikan informasi yang dibutuhkan. Pemilihan sampel dilakukan berdasarkan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan, sehingga memastikan data yang diperoleh mendukung analisis penelitian. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menentukan sampel secara selektif sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menganalisis pengaruh tingkat belanja *online* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

Dengan *purposive sampling*, peneliti dapat secara selektif memilih responden yang sesuai dengan kebutuhan penelitian untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dapat memberikan gambaran yang akurat tentang hubungan antara tingkat belanja *online* dan perilaku konsumtif mahasiswa. Ukuran sampel akan ditentukan berdasarkan kesesuaian dengan sumber daya yang tersedia, seperti waktu dan biaya, serta aksesibilitas terhadap responden yang memenuhi kriteria tersebut.

E. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah informasi atau keterangan yang diperoleh untuk menggambarkan suatu keadaan atau masalah. Dalam konteks penelitian, data yang dikumpulkan digunakan untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan dalam rangka memahami dan menganalisis suatu fenomena. (Sudaryono, 2019, hlm. 217). Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif dengan dengan jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumbernya. Data primer pada penelitian ini diperoleh langsung dari sumber penelitian, yakni responden yang mengisi angket atau kuesioner. Data ini akan dikumpulkan secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden yaitu mahasiswa aktif UIN Antasari Banjarmasin Angkatan 2021-2024.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder penelitian ini diperoleh dari penelitian terdahulu, jurnal akademik, buku, dan laporan statistik yang relevan, seperti laporan penetrasi internet dari APJII tahun 2024. Sumber ini memberikan wawasan tentang perkembangan belanja *online*, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, serta perspektif Islam mengenai konsumsi yang bijak. Semua data ini digunakan untuk

membangun kerangka teoretis dan mendukung pembahasan hasil penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui jawaban kuesioner yang diisi oleh responden yang telah terpilih, yaitu mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang memenuhi kriteria *purposive sampling* yang telah ditetapkan. Responden tersebut merupakan mahasiswa yang aktif melakukan belanja *online*. Data yang dikumpulkan akan memberikan informasi penting mengenai pengaruh tingkat belanja *online* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin, yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

F. Skala Pengukuran Variabel

Skala *likert* yang digunakan untuk mengukur variasi dalam penelitian ini. Skala *likert* untuk mengukur perspektif atau sikap seseorang terhadap sesuatu. Skala *likert* dalam penelitian ini memuat lima kategori:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Kurang Setuju
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif sehingga agar memudahkan dalam analisis datanya, maka tiap kategori jawaban diberi skor sebagai berikut.

Tabel 3.3
Skala Likert

Jawaban	Skor
1. Sangat Setuju (SS)	5
2. Setuju (S)	4
3. Kurang Setuju (KS)	3
4. Tidak setuju (TS)	2
5. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2019, hlm.147)

G. Variabel dan Indikator

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independent dan variabel dependen, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen disebut sebagai variabel bebas, yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Penelitian ini variabel independennya adalah tingkat belanja *online*. Adapun indikator variabel tingkat belanja *online* (X) yaitu kemudahan, kepercayaan dan gaya hidup.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen disebut juga sebagai variabel terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Pada penelitian ini variabel dependennya adalah perilaku konsumtif mahasiswa. Adapun indikator variabel perilaku konsumtif mahasiswa (Y) adalah membeli produk karena daya tarik hadiah, membeli produk karena kemasan yang menarik, membeli produk untuk menjaga penampilan dan prestise, serta membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan pada manfaat atau kegunaannya), harga mahal akan menghasilkan tingkat kepercayaan diri yang tinggi dan memungkinkan seseorang memilih dari dua jenis produk yang berbeda (yang sedikit berbeda).

H. Instrumen Penelitian

Menyusun instrumen penelitian adalah langkah penting dalam proses penelitian. Instrumen bertindak sebagai alat ukur untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan penelitian. Jenis instrumen yang digunakan terkait erat dengan metode pengumpulan data yang diterapkan. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner atau angket yang terdiri dari sejumlah pertanyaan tertulis terkait dengan tingkat belanja *online* (X) dan perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Responden penelitian adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin yang aktif berbelanja *online*. Kuesioner yang digunakan berbentuk kuesioner tertutup, sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Kisi-kisi instrumen disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 3.4
Variabel & Indikator

No.	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Tingkat Belanja <i>Online (X)</i>	1. Kemudahan 2. Kepercayaan 3. Gaya Hidup (Sumber : Lisa Arnita, 2020)	Skala <i>Likert</i>
2.	Perilaku Konsumtif (Y)	1. Iming-iming giveaway/hadiah 2. Kemasan menarik 3. Menjaga gengsi dan penampilan diri 4. Produk dengan pertimbangan harga (tidak berdasarkan pada kegunaan atau manfaat yang nyata dari produk) 5. Menjaga simbol status 6. Unsur Konformitas 7. Membeli produk dengan harga mahal	Skala <i>Likert</i>

		<p>yang menimbulkan rasa percaya diri</p> <p>8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)</p> <p>(Sumber: Sumartono, 2002)</p>	
--	--	--	--

Sumber : Diambil dari berbagai referensi, 2024

I. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Kuesioner ini disusun secara *online* menggunakan *Google Form* dan didistribusikan secara daring kepada mahasiswa yang dipilih sebagai sampel berdasarkan teknik *purposive* sampling yang diperoleh dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner.

J. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang diterapkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Berdasarkan jenis data yang telah diperoleh maka teknik pengelolaan data atau analisis data yang dipergunakan adalah data kuantitatif yaitu dengan mengelola kemudian disajikan dalam bentuk tabel untuk mempersentasikan hasil perolehan data dan kemudian dianalisis. (Sugiyono, 2017, hlm. 37).

Untuk melakukan analisis data penelitian, peneliti menggunakan program *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 25.0 untuk *platform Windows* sebagai alat bantu. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana, karena variabel yang terlibat dalam penelitian ini ada dua, yaitu belanja *online* sebagai variabel bebas dan dilambangkan dengan X serta perilaku konsumtif mahasiswa sebagai variabel terikat dan dilambangkan dengan Y. Analisis regresi linier sederhana dapat dilaksanakan apabila telah memenuhi syarat-syarat sebagai berikut: (Irianto, 2007, hlm. 17).

1. Sampel diambil dengan cara menentukan beberapa kriteria kepada responden yang sesuai dengan keperluan penelitian.
2. Variabel X dan Variabel Y mempunyai hubungan yang kasual, dimana X merupakan sebab dan Y merupakan akibat.
3. Nilai Y mempunyai penyebaran yang berdistribusi normal.
4. Persamaan tersebut hendaknya benar-benar linier.

Apabila syarat-syarat tersebut tidak terpenuhi maka analisis regresi linier sederhana tidak dapat dilanjutkan.

1) Uji Prasyarat

a) Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui kenormalan data apabila belum ada teori yang menyatakan bahwa variabel yang diteliti merupakan variabel yang berdistribusi normal. Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai

residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Uji normalitas yang digunakan yaitu *Komolgorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5%, maka apabila signifikan $> 0,05$ berarti variabel terdistribusi normal, dan sebaliknya, jika signifikan $< 0,05$, variabel tidak terdistribusi normal.

b) Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel (X) dengan variabel terikat (Y) mempunyai hubungan linear atau secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Uji linearitas menggunakan bantuan SPSS dengan menggunakan *Test For linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Hasil uji linearitas dilihat pada baris *Deviation From Linearity*, jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka hubungan tidak linear. Jika nilai signifikansi lebih besar atau sama dengan 0,05, maka hubungan antara variabel tersebut dianggap linier.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menentukan apakah ada variasi ketidaknyamanan dari residual satu pengamatan dalam model regresi. Ketika variasi berbeda, itu disebut sebagai heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola tertentu, jika angka nol tidak dibayar di sumbu Y, dan jika pola yang disebutkan di atas tidak ada, maka heteroskedastisitas tidak akan terjadi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak heteroskedastis. (Ghozali, 2016, hlm. 1). Deteksi adanya atau tidak adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati adanya atau tidak adanya pola tertentu dalam grafik *scaratterplot*, regresi yang

tidak terjadi heterokedastisitas jika:

1. Titik-titik data tersebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
2. Titik-titik data tidak hanya terkelompok di atas atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik data tidak boleh membentuk pola gelombang yang melebar, kemudian menyusut, dan melebar lagi.
4. Penyebaran titik data tidak boleh memiliki pola.

d) Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode regresi linier sederhana. Menurut Sugiyono (2017), uji regresi linear sederhana adalah pengujian terhadap data yang mana terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen dan satu variabel dependen, dimana variabel tersebut bersifat kausal (berpengaruh).

Persamaan dari regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Variabel dependen)

X = Belanja *Online* (Variabel independen)

e = Error

a = Konstanta

b = Angka arah koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan b (-) maka terjadi penurunan X = subjek pada variabel

independen yang mempunyai nilai tertentu.

e) Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Uji t merupakan pengujian terhadap koefisien dari variabel bebas secara parsial. Uji ini dilakukan untuk melihat tingkat signifikansi dari variabel bebas secara individu dalam mempengaruhi variasi dari variabel terikat.

- 1). Jika nilai thitung $>$ ttabel, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima.
- 2). Jika nilai thitung $<$ ttabel, maka hipotesis alternatif (H_a) di tolak.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan dari uji ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat belanja *online* (X) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

K. Tahapan Penelitian

Pada tahap ini, peneliti menggunakan beberapa tahapan penelitian agar mendapatkan karya tulis ilmiah yang sistematis yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Pendahuluan

Pada tahap ini, peneliti mengamati secara garis besar permasalahan yang akan diteliti untuk memperoleh gambaran umum mengenai topik yang akan

dibahas pada Selasa, 16 Juli 2024. Kemudian, peneliti berkonsultasi pada Kamis, 18 Juli 2024 dengan dosen penasehat akademik guna menyusun dan memohon persetujuan agar dapat dimasukkan ke dalam Biro Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dengan memperoleh penetapan judul “Analisis Tingkat Belanja *Online* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin” pada Jumat, 16 Agustus 2024. Selanjutnya proposal diuji dalam seminar proposal Senin, 9 September 2024 dengan penguji I, Prof. Dr. H. Akh. Fauzi Aseri, M.A., dan penguji II, Ibu Ibu Elida Mahriani, S.E.I., M.M. Dan dilakukan perbaikan judul pada Hari Senin, 9 September 2024 dengan judul perbaikan “Pengaruh Tingkat Belanja *Online* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin”.

2. Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan berupa data primer dan sekunder dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai mana yang telah ditentukan. Peneliti mengumpulkan data laporan Rekapitulasi Mahasiswa Aktif UIN Antasari Banjarmasin melalui *website* Salam UIN Antasari Banjarmasin, kemudian melakukan riset pendahuluan pada tanggal Senin, 13 Januari 2025. Pengumpulan data ini dilakukan pada tanggal 16 Januari 2025 hingga 12 Maret 2025, sehingga memperoleh data-data yang terkait dengan permasalahan yang diperlukan dalam penelitian.

3. Tahap Pengolahan Data

Pada tahap ini setelah data-data yang diperlukan sudah didapat dan terkumpul, maka selanjutnya peneliti mengolah data tersebut menggunakan teknik

pendekatan kuantitatif dengan metode analisis menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh tingkat belanja *online* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin pada tanggal 27 Maret hingga 30 Maret 2025. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh tingkat belanja *online* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa serta hubungan antara kedua variabel tersebut.

4. Tahap Analisis Data

Setelah data diolah, kemudian selesai langkah selanjutnya ialah analisis data, yaitu data yang didapat dari hasil pengolahan data menggunakan aplikasi yang kemudian akan dibahas secara mendalam sehingga tergambar hubungan antar satu variabel dengan yang lain. Tahap Analisis data dimulai pada Maret 2025.

5. Tahap Penyusunan Laporan

Pada Tahap ini mencakup penyusunan keseluruhan hasil penelitian berdasarkan sistematika pada tanggal 25 Juni 2025 yang telah ditetapkan, mencakup tanggal, bulan, dan tahun. Penyusunan dilakukan setelah mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing. Selanjutnya disusun dalam bentuk skripsi dan siap untuk dimunaqasahkan di depan tim penguji skripsi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.