

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian lapangan (*field research*) menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif ialah analisis statistik yang digunakan untuk menggambarkan, merangkum, dan menganalisis data kuantitatif (Sudirman dkk., 2023: 165). Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang datanya berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Pendekatan yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan mengumpulkan data dengan bantuan instrumen penelitian, menganalisis data secara kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di kota Banjarmasin yang terdiri dari lima kecamatan yaitu Banjarmasin Utara, Banjarmasin Selatan, Banjarmasin Barat, Banjarmasin Tengah, dan Banjarmasin Timur. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa mayoritas universitas berada di kota Banjarmasin sehingga banyak mahasiswa rantau untuk melanjutkan pendidikan di kota Banjarmasin dibandingkan di daerah lain yang ada di Kalimantan Selatan.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai sekumpulan individu yang memiliki karakteristik khas yang menjadi perhatian dalam lingkup yang ingin diteliti (Sugiarto, 2017: 134). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa kos di Banjarmasin.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai bagian dari populasi yang dipilih untuk dianalisis dengan tujuan agar hasilnya dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi (Subhaktiyasa, 2024: 2724). Populasi yang dijadikan sampel pada penelitian ini ialah pada 96 mahasiswa kos di Banjarmasin yang mendapatkan uang saku dan pernah berbelanja online di tiktok shop.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel sangatlah diperlukan dalam sebuah penelitian karena hal ini digunakan untuk menentukan siapa saja anggota dari populasi yang hendak dijadikan sampel. Untuk itu, teknik pengambilan sampel harus secara jelas tergambar dalam rencana penelitian sehingga jelas dan tidak membingungkan ketika terjun ke lapangan. Adapun peneliti menggunakan teknik non probability sampling dengan teknik purposive sampling pada penelitian ini. Teknik purposive sampling ialah teknik pengambilan sampel di mana peneliti sendiri yang menentukan sampel, sesuai ketetapan tertentu (Amelia dkk., 2023: 104).

Adapun kriteria sampel yang digunakan yaitu:

1. Mahasiswa yang mendapatkan uang saku.
2. Uang saku yang didapatkan tidak termasuk bayar sewa kos.
3. Mahasiswa yang pernah menggunakan tiktok shop untuk berbelanja online.
4. Mahasiswa rantau yang tinggal di kontrakan/kos-kosan.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus dari lemeshow, formula lemeshow ini digunakan untuk menentukan ukuran sampel pada populasi yang tidak diketahui yaitu sebagai berikut:

Rumus:

$$n = \frac{Z^2 \times P (1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

Z = Skor Z kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Berdasarkan rumus lemeshow di atas, maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P (1-P)}{d^2} = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,10^2} = 96,00$$

Jadi, jumlah sampel yang akan diteliti sesuai dengan rumus lemeshow yaitu sebanyak 96,00 responden yang akan dibagikan kepada mahasiswa kos pengguna *social-commerce* tiktok shop di Banjarmasin yang telah memiliki

kriteria sampel tersebut.

E. Data dan Sumber Data

Data adalah materi yang dianalisis untuk menghasilkan informasi dengan menggunakan metode kualitatif atau kuantitatif yang mencerminkan realitas. Data merupakan fakta-fakta mentah yang terjadi setelah melalui proses dan analisis, diolah menjadi informasi yang lebih bermakna. Adapun sumber data yang digunakan sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer ialah data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2005: 132). Adapun data primer dari penelitian ini diperoleh dari kuesioner (angket). Kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa berpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Dalam penelitian ini, kuesioner atau angket akan diisi oleh mahasiswa kos pengguna *social-commerce* tiktok shop di Banjarmasin.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat tidak secara langsung dari objek penelitian. Peneliti mendapatkan data yang sudah jadi yang dikumpulkan oleh pihak lain dengan berbagai cara atau metode baik secara komersial maupun non komersial (Nuryadi dkk., 2017: 5). Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber bacaan seperti jurnal, buku, artikel, majalah,

berita, dan berbagai literasi yang masih berkaitan dengan penelitian. Adapun data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari data populix, databoks, BPS, dan satu data kota Banjarmasin.

F. Variabel dan Indikator

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel utama yang digunakan, yaitu dua variabel *independent* dan satu variabel *dependent* yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel *Independent* (X)

Variabel *independent* atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat) (Sugiyono, 2013: 39).

Pada penelitian ini terdapat dua variabel *independent*, yaitu:

a. Uang saku (X1)

b. Belanja online (X2)

2. Variabel *Dependent* (Y)

Variabel *dependent* atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel bebas (*independent*) (Sugiyono, 2013 :39). Dalam konteks penelitian ini, variabel *dependent* dinotasikan dengan Y, yaitu perilaku konsumtif. Variabel ini mencerminkan sejauh mana uang saku dan belanja online mampu mempengaruhi perilaku konsumtif.

Adapun indikator adalah ukuran atau instrumen yang digunakan untuk mengoperasionalisasikan variabel agar dapat diukur. Indikator memberikan panduan konkret mengenai bagaimana variabel agar dapat diukur, sehingga

membantu memastikan bahwa penelitian dapat direplikasi dan hasilnya dapat diverifikasi. Dalam penelitian ini, variabel bebas dan variabel terikat beserta indikatornya sebagai berikut:

Tabel 3.1
Indikator Variabel

Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
Uang Saku (X1)	<p>Uang saku ialah sejumlah uang yang diberikan kepada seseorang, terutama remaja atau mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan pribadi mereka sehari-hari</p>	<p>a. Orang tua memberikan uang saku sesuai dengan kebutuhan.</p> <p>b. Uang saku yang diterima sesuai dengan jumlah pendapatan orang tua.</p> <p>c. Orang tua membebaskan menggunakan uang saku.</p> <p>d. Uang saku yang diberikan oleh orang tua cenderung menyisihkan untuk menabung.</p> <p>e. Mendapatkan uang saku bukan hanya dari orang tua melainkan bekerja atau beasiswa.</p> <p>(Parmini & Hernowo, 2023: 637)</p>	Skala <i>Likert</i>

	(Wulandari dkk., 2023: 69).		
Belanja online (X2)	<p>Belanja online ialah suatu proses jual beli barang yang tidak mengharusk an penjual atau pembeli untuk bertatap muka secara langsung, akan tetapi menggunakan media perantara</p> <p>a. Faktor psikologis.</p> <p>b. Kemudahan.</p> <p>c. Kualitas informasi.</p> <p>(Septiansari & Handayani, 2021: 61)</p>	<p>a. Faktor psikologis.</p> <p>b. Kemudahan.</p> <p>c. Kualitas informasi.</p> <p>(Septiansari & Handayani, 2021: 61)</p>	<p>Skala</p> <p><i>Likert</i></p>

	berupa internet (Elmayanti dkk., 2023: 298).		
Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif ialah keinginan untuk mengonsum- si barang- barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.	<p>a. Membeli produk karena tren.</p> <p>b. Membeli produk karena kemasan menarik.</p> <p>c. Membeli produk atas diskon atau iming-iming hadiah.</p> <p>d. Membeli produk untuk menunjukkan status sosial.</p> <p>e. Membeli produk karena idolanya menjadi bintang iklan produk tersebut.</p> <p>(Sumartono, 2002) dalam (Nainggolan, 2022: 817)</p>	Skala <i>Likert</i>

	(Hanifah, 2022: 130- 131)		
--	---------------------------------	--	--

Sumber: Data diolah, 2025

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode atau cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam sebuah studi atau penelitian (Iba dan Wardhana, 2023: 241). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui penyebaran angket atau kuesioner yang disebarluaskan kepada mahasiswa kos pengguna *social-commerce* tiktok shop di Banjarmasin.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas (Saat & Mania, 2019: 90-91). Dalam konteks penelitian ini, kuesioner yang digunakan bersifat langsung dan tertutup, dimana responden diminta untuk memilih jawaban yang sudah disediakan dan memberikan respon terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan pendapat mereka sendiri.

H. Desain Pengukuran

Desain pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert berguna untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang terhadap suatu objek atau fenomena tertentu. Dalam pengukuran skala likert terdapat lima opsi jawaban, yaitu sebagai berikut (Abdullah dkk., 2022: 69):

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Validitas ialah menyatakan sejauhmana data yang didapatkan melalui instrumen penelitian (dalam hal ini kuesioner) akan mengukur apa yang ingin diukur (Abdullah, 2015: 256). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Sebagai permulaan, peneliti di sini ingin melakukan pengujian keabsahan menggunakan SPSS. Uji keabsahan adalah pengujian yang bertujuan untuk menilai apakah instrumen pengukuran tersebut sah atau tidak. Instrumen yang dimaksud di sini adalah pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Sebuah kuesioner dianggap sah jika pertanyaan-pertanyaan tersebut

dapat merefleksikan apa yang dimaksud untuk diukur. Tingkat signifikansi yang diterapkan adalah 0,05.

Adapun kriteria pengujianya yaitu: H_0 diterima apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, (alat ukur yang digunakan valid atau sahih) H_0 ditolak apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$. (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sahih) dan cara menentukan besar nilai R_{tabel} yaitu $R_{tabel} = df(N-2)$, tingkat signifikansi uji dua arah.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu instrumen pengukuran dapat dipercaya atau diandalkan. Oleh karena itu, uji reliabilitas dapat digunakan untuk menentukan konsistensi suatu instrumen pengukuran, apakah instrumen tersebut tetap konsisten ketika pengukuran diulang. Suatu instrumen pengukuran dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama bahkan ketika pengukuran dilakukan berulang kali. Biasanya, sebelum melakukan uji reliabilitas data, dilakukan uji validitas data terlebih dahulu. Hal ini karena data yang akan diukur harus valid, dan barulah uji reliabilitas data dapat dilakukan. Namun, jika data yang diukur tidak valid, uji reliabilitas data tidak diperlukan.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang terkumpul berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Jika data distribusi

normal maka menggunakan uji statistik nonparametrik. Pengujian normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov smirnov* di mana jika nilai $> 0,05$ maka data relatif sama dengan rata-rata sehingga dapat dinyatakan normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas (Machali, 2021: 140). Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel *independent*, karena akan menurunkan kepercayaan terhadap uji signifikansi. Metode untuk menguji multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF) sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $VIF \leq 10$ atau nilai tolerance $\geq 0,01$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai $VIF \geq 10$ atau nilai tolerance $\leq 0,01$ maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variance pada residual dari satu observasi ke observasi lain (Ghozali, 2018: 137). Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Apabila nilai

signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel *independent* dengan variabel *dependent* (Indartini & Mutmainah, 2024: 39). Penelitian ini menggunakan persamaan regresi berganda untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh uang saku dan belanja online terhadap perilaku konsumtif. Model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku konsumtif

a = Konstanta

β_1 = Koefisien variabel uang saku

β_2 = Koefisien variabel belanja online

X_1 = Uang saku

X_2 = Belanja online

e = error/variabel penganggu

4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel *independent* dengan variabel *dependent* dalam penelitian ini, maka dilakukan pengujian-pengujian hipotesis yang meliputi:

a. Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Sahir, 2021: 53-53). Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Faktor-faktor berikut untuk menentukan apakah hipotesis harus ditolak atau diterima:

- 1) Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Atau

- 1) Jika nilai $Sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika nilai $Sig. > 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel *independent* secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel *dependent* (Syarifuddin & Saudi, 2022: 77). Uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Pengujinya dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berikut ini adalah syarat untuk menerima atau menolak hipotesis:

- 1) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Atau

- 1) Jika nilai $Sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika nilai $Sig. > 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

5. Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung didasarkan pada model statistik (Sihabudin dkk, 2021: 93).

R² adalah angka yang berkisar dari 0 hingga 1. Jika R² = 0 maka menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang sempurna. Sedangkan, jika R² = 1 maka terdapat keterkaitan antara variasi Y dan X, atau variasi Y dapat dijelaskan seluruhnya oleh X.

J. Tahapan Penelitian

1. Studi Pendahuluan

Tahap awal ini dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan melalui observasi langsung dan kajian literatur relevan. Peneliti menggali informasi umum mengenai uang saku dan belanja online terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa kos pengguna *social-commerce* tiktok shop di Banjarmasin.

2. Perumusan Masalah

Permasalahan utama dalam penelitian ini dapat dirumuskan dengan menghubungkan korelasi antara uang saku dan belanja online dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa kos pengguna *social-commerce* tiktok shop di Banjarmasin.

3. Tahap Pengumpulan Data

- a. Menyebarluaskan kuesioner kepada responden (Mahasiswa kos pengguna *social-commerce* tiktok shop di Banjarmasin),

- b. Mengumpulkan data sekunder dari dokumentasi, media sosial, literatur, dan lain-lain.

4. Tahap Pengolahan Data

- a. Uji validitas dan reabilitas
- b. Uji asumsi klasik
 - 1) Uji normalitas
 - 2) Uji multikolinearitas
 - 3) Uji heteroskedastisitas
- c. Uji regresi linier berganda
- d. Uji hipotesis
 - 1) Uji T (pengaruh masing-masing variabel *independent*),
 - 2) Uji F (pengaruh secara simultan).
- e. Uji koefisien determinasi (R^2)

5. Tahap Analisis Data

Data dianalisis untuk menjawab pertanyaan penelitian:

- a. Secara deskriptif, untuk mengetahui uang saku dan belanja online.
- b. Secara kuantitatif, untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel melalui uji statistik.

6. Tahap Penarikan Kesimpulan

Tahap ini diharapkan dapat menyimpulkan hasil analisis dari masing-masing variabel apakah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif atau tidak.