

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian adalah cara peneliti dalam mengumpulkan dan menelusuri sesuatu masalah. Cara tersebut menggunakan cara kerja ilmiah secara cermat dan teliti. Tujuannya untuk mengumpulkan, mengelola, dan melakukan analisis data. Selain itu, mengambil kesimpulan secara objektif dan sistematis untuk memecahkan sebuah masalah atau hipotesis. Menurut Sugiyono (2023:2) “metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, kegunaan tertentu”.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Hal ini dikarenakan penelitian ini disajikan dengan numerik. Menurut Sugiyono (2023:16-17) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai berikut:

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2023:57) pengertian penelitian survey sebagai berikut:

Survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu.

Metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, karena yang menjadi objek dalam penelitian ini merupakan data-data kuantitatif seperti *fear of missing out*, kemudahan transaksi dan perilaku konsumtif, kemudian semua jawaban tersebut dicatat, diolah dan dianalisis.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.2.1 Definisi Variabel

Menurut Sugiyono (2023:68) menyebutkan bahwa “variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Sesuai dengan judul penelitian maka variabel-variabel yang akan diukur dalam penelitian ini antara lain:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2023:69) menyatakan bahwa : “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Fear of Missing Out* dan Kemudahan Transaksi.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2023:69) menyatakan bahwa: “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Untuk memperjelas masing-masing dari variabel, maka disajikan dalam bentuk tabel operasionalisasi variabel sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Data
Variabel Independen: <i>Fear of Missing Out</i>	Menurut Przybylski dalam Pebriana et al., (2024:157) <i>Fear of Missing Out</i> adalah: rasa kekhawatiran yang terjadi pada seseorang saat merasa cemas akan melewatkan peristiwa berkesan karena tidak mampu ikut serta pada suatu kegiatan atau hal yang diselenggarakan oleh individu lain.	1. Ketakutan 2. Kekhawatiran 3. Kecemasan Sachiyati et al., (2023:9)	interval
Variabel Independen: Kemudahan Transaksi	menurut Adhitya (2023:181) menyatakan bahwa: Kemudahan bertransaksi mengacu pada tingkat kemudahan dan kenyamanan yang dirasakan pengguna saat melakukan transaksi. Definisi Kemudahan Transaksi menyatakan bahwa persepsi seseorang tentang kemudahan penggunaan teknologi adalah apa yang kami maksud ketika kami berbicara tentang "kemudahan transaksi".	1. Mudah digunakan (<i>easy to use</i>) 2. Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>) 3. Jelas dan dimengerti (<i>clear and understandable</i>) Davis dalam wulandari (2023)	Interval

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Data
Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif	Menurut Sahensah et al., (2023) perilaku konsumtif merujuk pada “kecenderungan individu mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, seringkali dipicu oleh dorongan emosional atau sosial daripada pertimbangan rasional	1. Membeli produk karena iming-iming hadiah 2. Membeli produk karena kemasannya menarik 3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi 4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya) 5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status 6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan 7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi 8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Sumartono dalam Mulyati et al.,(2025)	Interval

3.3 Populasi dan Sample Penelitian

3.3.1 Populasi

Setiap penelitian memerlukan objek atau subjek agar masalah yang diteliti dapat dipecahkan. Populasi berfungsi sebagai objek penelitian, dan dengan menentukannya peneliti dapat mengolah data dengan tepat. Menurut Sugiyono (2023:126) bahwa “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”.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain.

Populasi dalam penelitian adalah pengguna TikTok *Shop* yaitu pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan 2022 karena pada saat ini banyak sekali mahasiswa yang senang sekali membeli barang atau produk secara *online* karena pembelian *online* dianggap sebagai cara yang efektif dan efisien, kemudahan tersebut dapat mendorong munculnya perilaku konsumtif. Adapun data mahasiswa yang merupakan pengguna TikTok *Shop* diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang aktif menggunakan *platform* tersebut. Populasi dalam penelitian ini diambil dari jumlah mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan 2022 adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Populasi Penelitian

No	Ruangan	Jumlah Mahasiswa	Pengguna Tiktok <i>Shop</i>
1	Manajemen A	40	27
2	Manajemen B	27	17
3	Manajemen C	36	26
4	Manajemen D	38	24
5	Manajemen E	36	25
6	Manajemen F	37	22
7	Manajemen G	32	24
8	Manajemen H	44	29
9	Karyawan A	44	21
Total		334	215

Sumber Data: Universitas Galuh Ciamis dan Pra Survey 2026

Maka, berdasarkan tabel di atas jumlah populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis Tahun Angkatan 2022 Pengguna *platform* TikTok *Shop* sebanyak 215 orang.

3.3.2 Sample

Sampel adalah wakil atau sebagian dari populasi yang memiliki sifat dan karakteristik yang sama yang menggambarkan dan dapat mewakili seluruh populasi yang diteliti. Menurut Sugiyono (2023:127) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *Slovin* berdasarkan pendapat (Sugiyono, 2023:137) yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Responden

1 : Konstanta

e^2 : Persentase timbulnya kesalahan yang masih dapat ditolelir (*standard error*)

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan 2022 pengguna *platform* TikTok *Shop* sebanyak 215 mahasiswa dimana (N) sebanyak 215 mahasiswa dengan tingkat kesalahan penarikan sampel (e) sebesar 10% dengan menggunakan rumus slovin diatas, maka dapat diambil sample sebagai berikut:

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

$$n = \frac{215}{1 + 215 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{215}{1 + 215 (0,01)}$$

$$n = \frac{215}{3,15}$$

$$n = 68$$

Dengan demikian responden yang digunakan dalam penelitian ini dalam mengukur sample minimal 68 orang responden. Pada penelitian ini digunakan sample sebanyak 68 mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan 2022 pengguna *platform* TikTok *Shop* yang dipilih dalam populasi untuk penyebaran kuesioner kepada responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan menggunakan teknik *cluster random sampling*.

Menurut Sugiyono (2023: 129) menyatakan bahwa "*Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel". Sedangkan *cluster random sampling* menurut Sugiyono (2019:139) adalah "Teknik sampling yang digunakan untuk menentukan sampel yang dilakukan secara acak dengan menilik kelompok-kelompok yang terdapat dalam populasi yang ditentukan secara acak, komputer atau dengan undian". Teknik ini dilakukan dengan cara membagi populasi dalam kelompok-kelompok *cluster* berdasarkan kesamaan tertentu dalam penelitian ini adalah kesamaan dalam penggunaan *platform E-Commerce* TikTok *Shop*. Adapun cara menentukan sample *cluster random sampling* dengan menggunakan rumus menghitung proporsi

$$\text{Status Terpilih per Kelas} = \frac{\text{jumlah pengguna TikTok Shop di kelas}}{\text{total pengguna TikTok Shop}} \times \text{Jumlah Sample}$$

Sumber: Sugiyono (2023:130)

Tabel 3.3

Sample *Cluster Sampling* Kelas Reguler dan Karyawan Prodi Manajemen Angkatan 2022 Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

No	Kelas	Jumlah Pengguna TikTok Shop	Rumus <i>Cluster Sampling</i>	Status Terpilih
1	Manajemen A	27	$\frac{27}{215} \times 68 = 8$	8
2	Manajemen B	17	$\frac{17}{215} \times 68 = 5$	5
3	Manajemen C	26	$\frac{26}{215} \times 68 = 8$	8
4	Manajemen D	24	$\frac{24}{215} \times 68 = 8$	8
5	Manajemen E	25	$\frac{25}{215} \times 68 = 8$	8
6	Manajemen F	22	$\frac{22}{215} \times 68 = 7$	7
7	Manajemen G	24	$\frac{24}{215} \times 68 = 8$	8
8	Manajemen H	29	$\frac{29}{215} \times 68 = 9$	9
9	Karyawan A	21	$\frac{21}{215} \times 68 = 7$	7
Total		215		68

Sumber : Pra Survey 2026

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2023:296) bila di lihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder.

1. Data Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2023:296). Pada penelitian ini, peneliti memperoleh data primer dengan cara memberikan kuesioner kepada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan Tahun 2022 pengguna *platform* TikTok Shop.

2. Data Sekunder

Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2023:296). Dalam penelitian ini data sekunder didapatkan dari buku referensi atau studi pustaka, studi penelitian terdahulu seperti jurnal-jurnal dan skripsi, situs *web* atau *e-book*.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini antara lain :

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan data atau informasi melalui kegiatan membaca dan mengkaji literatur atau sumber yang relevan dengan permasalahan penelitian. Studi kepustakaan diperoleh dari data sekunder berupa literatur, buku-buku, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian, dengan tujuan untuk memahami teori-teori yang relevan dengan masalah yang dikaji. Sumber data kepustakaan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Buku-buku yang berkaitan dengan variabel penelitian, yaitu *Fear of Missing*

Out, Kemudahan Transaksi dan Perilaku Konsumtif

- b. Jurnal ilmiah dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan objek penelitian untuk memperkuat landasan teoritis dan kerangka pemikiran.

2. Studi Lapangan

a. Observasi (*Observation*)

Peneliti melakukan pengamatan langsung kepada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis Angkatan 2022 yang menggunakan *platform* TikTok Shop. Sugiyono (2023:203) menjelaskan bahwa “observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian”.

b. Kuesioner (*Questionnaire*)

Teknik studi lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan pada objek penelitian yaitu dengan angket (kuesioner) yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis pada (*google form*). Angka penelitian kuesioner ini mencakup pernyataan yang masing-masing berhubungan dengan variabel X1, X2, dan Y. Dimana nantinya responden dapat memilih salah satu opsi yang telah disediakan untuk menjawab setiap daftar pertanyaan yang tertera. Bobot nilai angket yang ditentukan yaitu :

Tabel 3. 4
Bobot Nilai Angket

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2

Sangat Tidak Setuju (STS)	1
---------------------------	---

(Sumber: Sugiyono, 2023:147)

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah pada hipotesis penelitian. Abubakar (2021:121) mengatakan “Analisis data adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan peneliti setelah data terkumpul, diolah sedemikian rupa sampai pada kesimpulan”. Sedangkan menurut Sugiyono (2023:206) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2023:206) menyatakan “statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud memuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Berdasarkan operasionalisasi variabel, diketahui bahwa skala untuk *Fear of Missing Out*, Kemudahan Transaksi dan Perilaku Konsumtif adalah dengan menggunakan skala interval. Dimana skala interval dapat memberikan informasi yang lebih dibandingkan dengan skala lainnya. Untuk mempermudah dalam proses analisis data maka dari itu pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan kuisioner kepada beberapa responden.

Teknik analisis data yang digunakan peneliti untuk menganalisis *Fear of Missing Out*, Kemudahan Transaksi dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh Ciamis Angkatan 2022 adalah dengan melihat data hasil perolehan dari kuisisioner yang telah disebarkan kepada 68 responden. Dimana kuisisioner harus diisi oleh responden berdasarkan indikator dari setiap variabel dan skala yang digunakan adalah skala likert yang ada pada tabel 3.4 yaitu hasil perkalian antara jumlah responden yang sudah menjawab dengan bobot yang diperoleh dari skor dan selanjutnya dibuat rekap skor total, dengan menentukan nilai tertinggi dengan cara bobot terbesar dikalikan dengan jumlah sample yaitu 68 responden dikalikan dengan jumlah item pernyataan dalam kuisisioner. Untuk mengetahui nilai ataupun skor terendah adalah dengan cara mengalikan bobot terendah dengan jumlah sampel, serta dikalikan lagi dengan jumlah item pernyataan pada kuisisioner.

1. Frekuensi

Untuk mengetahui frekuensi dapat dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut :

$$f = \text{countIF}(\text{range}:\text{criteria})$$

Sumber : Microsoft Office Excel 2007

Frekuensi (f) = Jumlah tingkat persetujuan responden mengenai pernyataan yang telah diisi.

2. Jumlah skor

Untuk mengetahui jumlah skor dalam perhitungan tanggapan responden ialah:

$$\begin{aligned} \sum skor &= f \times \text{bobot nilai} \\ \sum skor &= \text{Jumlah keseluruhan persetujuan responden mengenai pernyataan yang telah diisi} \end{aligned}$$

3. Presentase

Untuk jumlah persentase dapat dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$\text{Persentase (\%)} p = \frac{f \times 100}{n}$$

Sumber : Sugiyono (2017:109)

p = Presentase

f = Frekuensi dari setiap jawaban kuisisioner

n = Jumlah responden

4. Rata-rata

Untuk mendapatkan hasil rata-rata dari pernyataan kuisisioner dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rata-Rata} = \frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah frekuensi}}$$

Sumber : Sugiyono (2023:95)

5. Data Interval

Untuk menentukan Kriteria :

Nilai tertinggi : Bobot terbesar x Jumlah Pernyataan x n

Nilai terendah : Bobot terkecil x Jumlah Pernyataan x n

Untuk menentukan panjang kelas interval digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Panjang kelas interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Sumber : Sugiyono (2023:95)

3.5.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono dalam Rahmatillah (2024:77) bahwa Analisis verifikatif merupakan analisis model dan pembuktian yang berguna untuk mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini, analisis verifikatif bermaksud untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *fear of missing out* dan kemudahan transaksi terhadap perilaku konsumtif.

3.5.2.1 Pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap Perilaku Konsumtif

1. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa hubungan yang terjadi antara dua variabel. Dalam hal ini analisis koefisien sederhana yang digunakan untuk mengetahui derajat *Faer of Missing Out* terhadap Perilaku Konsumtif, untuk menghitung analisis koefisien korelasi, maka dalam penelitian ini digunakan rumus koefisien korelasi *Product Moment* (r) menurut (Sugiyono, 2023:246), dengan rumusan sebagai berikut:

$$r_{x1y} = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2023:246)

Keterangan:

- n = Banyaknya sampel
- X = Variabel independent (*predictor*)
- Y = Variabel dependen (*outcome*)
- R_{xy} = Angka indeks korelasi “r” *person product moment*
- $\sum x$ = Jumlah skor variabel X
- $\sum y$ = Jumlah skor variabel Y
- $\sum xy$ = Jumlah skor variabel X dan variabel Y

Untuk penjelasan hubungan atau korelasi digunakan tabel interpretasi terhadap koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi sederhana

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, 2023:184)

2. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (r^2) dimaksudkan untuk mengetahui determinasi presentase pengaruh antara variabel-variabel yaitu *Fear of Missing Out* terhadap Perilaku Konsumtif. Nilai koefisien determinasi yang kecil artinya kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, dan jika nilai koefisien mendekati satu menunjukkan variabel bebas yang digunakan memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

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

(Sumber : Sugiyono, 2023:185)

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Kriteria untuk Analisa koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. Jika KD mendekati nol (0), maka pengaruh variabel independent terhadap dependen lemah.
2. Jika KD mendekati satu (1), maka pengaruh variabel independent terhadap dependen kuat.

3. Uji Parsial (Uji Signifikansi)

Uji parsial atau uji t menunjukkan seberapa besar pengaruh suatu variabel penjelas atau bebas secara individual dan menerapkan variasi variabel terikat. Pengujian ini bertujuan menguji pengaruh variabel bebas *Fear of Missing Out* terhadap variabel terikat Perilaku Konsumtif secara terpisah atau parsial. Uji t dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

(Sumber: Sugiyono, 2023:184)

Keterangan:

r = Nilai Koefisien Korelasi

n = Jumlah Sample

t = Uji hipotesis

Kemudian menentukan model keputusan dengan menggunakan statistik uji t, dengan melihat asumsi sebagai berikut:

Interval keyakinan $\alpha = 0,05$

Derajat kebebasan = $n-2$

Dilihat hasil t_{tabel} dari hasil perhitungan t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan ketentuan uji kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya hipotesis diterima. Ada pengaruh positif dan signifikan antara *Fear of Missing Out* dan Perilaku Konsumtif
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya hipotesis ditolak. Tidak ada pengaruh antara variabel dependent dan variabel independent.

3.5.2.2 Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Perilaku Konsumtif

1. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa hubungan yang terjadi antara dua variabel. Dalam hal ini analisis koefisien sederhana yang digunakan untuk mengetahui derajat Kemudahan Transaksi terhadap Perilaku Konsumtif, Adapun rumus yang digunakan Sugiyono (2023:246), sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2023:246)

Keterangan:

n = Banyaknya sampel
 X = Variabel independent (*predictor*)
 Y = Variabel dependen (*outcome*)
 R_{xy} = Angka indeks korelasi “ r ” *person product moment*
 $\sum x$ = Jumlah skor variabel X
 $\sum y$ = Jumlah skor variabel Y
 $\sum xy$ = Jumlah skor variabel X dan variabel Y

Untuk penjelasan hubungan atau korelasi digunakan tabel interpretasi terhadap koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 3. 6
Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien

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, 2023:184)

2. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (r^2) dimaksudkan untuk mengetahui determinasi presentase pengaruh antara variabel-variabel yaitu Perilaku Konsumtif terhadap Perilaku Konsumtif. Nilai koefisien determinasi yang kecil artinya kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, dan jika nilai koefisien mendekati satu menunjukkan variabel bebas yang digunakan memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

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

(Sumber : Sugiyono, 2023:185)

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Kriteria untuk Analisa koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. Jika KD mendekati nol (0), maka pengaruh variabel independent terhadap dependen lemah.
2. Jika KD mendekati satu (1), maka pengaruh variabel independent terhadap dependen kuat.

3. Uji Parsial (Uji Signifikasi)

Uji parsial atau uji t menunjukkan seberapa besar pengaruh suatu variabel penjelas atau bebas secara individual dan menerapkan variasi variabel terikat. Penguji ini bertujuan menguji pengaruh variabel bebas Kemudahan Transaksi terhadap variabel terikat Perilaku Konsumtif secara terpisah atau parsial. Uji t dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

(Sumber: Sugiyono, 2023:184)

Keterangan:

r = Nilai Koefisien Korelasi

n = Jumlah Sample

t = Uji hipotesis

Kemudian menentukan model keputusan dengan menggunakan statistik uji t, dengan melihat asumsi sebagai berikut:

Interval keyakinan $\alpha = 0,05$

Derajat kebebasan = $n-2$

Dilihat hasil t_{tabel} dari hasil perhitungan t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan ketentuan uji kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya hipotesis diterima. Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kemudahan Transaksi dan Perilaku Konsumtif
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya hipotesis ditolak. Tidak ada pengaruh antara variabel dependent dan variabel independent.

3.5.2.3 pengaruh *Fear of Missing Out* dan Kemudahan Transaksi terhadap Perilaku Konsumtif

Untuk mengetahui Pengaruh *Fear of Missing Out* dan Kemudahan Transaksi terhadap Perilaku Konsumtif, maka dilakukan langkah – langkah sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel *Fear of Missing Out* dan variabel Kemudahan Transaksi terhadap Perilaku Konsumtif digunakan perhitungan analisis koefisien korelasi ganda. Korelasi yang digunakan adalah korelasi ganda menurut Sugiyono (2023:191) dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{r^2x_1y + r^2x_2y (rx_1y)(rx_2y)(rx_1x_2)}{1 - r^2x_1x_2}}$$

Keterangan:

$R_{x_1x_2y}$	= Nilai koefisien korelasi ganda
r^2x_1y	= Koefisien determinasi X1 terhadap Y
r^2x_2y	= Koefisien determinasi X2 terhadap Y
rx_1y	= Koefisien korelasi sederhana X1 terhadap Y
rx_2y	= Koefisien korelasi sederhana X2 terhadap Y
$r^2x_1x_2$	= Koefisien korelasi sederhana X1 terhadap X2
rx_1x_2	= Koefisien determinasi X1 terhadap X2

Untuk menafsirkan kekuatan hubungan digunakan skala penafsiran dari besarnya nilai korelasi sebagai berikut :

Tabel 3. 7
Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien

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, 2023:184)

2. Analisis Koefisien Determinasi (KD)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Fear og Missing Out* dan Kemudahan Transaksi terhadap Perilaku Konsumtif. Nilai koefisien determinasi yang kecil artinya kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, dan jika nilai koefisien mendekati satu menunjukkan variabel bebas yang digunakan memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

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

(Sumber : Sugiyono,2023:185)

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- Jika Kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* lemah.

- b. Jika Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* kuat.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel *Fear of Missing Out* dan Kemudahan Transaksi terhadap Perilaku Konsumtif secara bersamaan. Adapun rumus statistiknya yaitu analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

(Sumber: Sugiyono, 2023:258)

Keterangan:

Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Kosntanta

X₁X₂ = Variabel bebas

b₁b₂ = Koefisien regresi

Adapun rumus a, b₁, dan b₂ adalah sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum y}{n} - b_1 \left(\frac{\sum X_1}{n} \right) - b_2 \left(\frac{\sum X_2}{n} \right)$$

$$b_1 = \frac{(\sum X_1^2)(\sum X_1Y) - (\sum X_1X_2)(\sum X_2Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1X_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum X_1^2)(\sum X_2Y) - (\sum X_1X_2)(\sum X_1Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1X_2)^2}$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen yang diprediksi (Perilaku Konsumtif)

X₁ = Variabel independent (*Fear of Missing Out*)

X₂ = Variabel independent (Kemudahan Transaksi)

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi berganda X₁ terhadap Y

b₂ = Koefisien regresi berganda X₂ terhadap Y

4. Uji F (Uji Signifikasi Simultan)

Uji koefisien regresi simultan bertujuan untuk mengetahui apakah perumusan model sudah tepat atau fit. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikan nilai F. Hasil f hitung > dari F tabel maka model yang dirumuskan sudah tepat, (Sugiyono, 2023:192). Dalam penelitian ini peguji hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independent *Fear of missing out* dan Kemudahan transaksi terhadap variabel dependen perilaku konsumtif. Untuk melakukan uji F dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan:

- F = Besarnya F Hitung
- R^2 = Koefisien korelasi ganda
- k = Jumlah variabel independent
- n = Jumlah anggota sampel

Dari hasil hipotesis F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan ketentuan uji kriteria sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka hipotesis diterima (artinya ada pengaruh).
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka hipotesis ditolak (artinya tidak ada pengaruh).

3.6 Tempat dan Waktu Penelitian

3.6.1 Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Galuh yang beralamat di Jalan RE. Martadinata No. 150 Ciamis Provinsi Jawa Barat. Pemilihan mahasiswa sebagai subjek penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa aktif

menggunakan media sosial serta berada pada usia produktif yang relevan dengan variabel penelitian, sehingga sesuai dengan tujuan penelitian.

3.6.2 Waktu Penelitian

Adapun kegiatan penelitian yang akan dilakukan mulai dari persiapan sampai dengan rencana sidang proposal, terhitung sejak Oktober 2025 sampai dengan Juni 2026 mulai tahap persiapan sampai dengan selesai.

Tabel 3.8
Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan								
		Tahun 2025/2026								
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Pengajuan Judul									
2	Seleksi Judul									
3	Acc Judul									
4	Penyusunan Proposal									
5	Seminar Usulan Proposal									
6	Pengelolaan dan Analisis Data									
7	Penulisan Laporan Penelitian									
8	Usulan Sidang									
9	Sidang									