

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Untuk menguji seberapa besar pengaruh *buy now pay later* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z pengguna *ShopeePayLater* khususnya mahasiswa generasi Z di Kota Bandung, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif pada penelitian ini. Pendekatan ini digunakan pada data kuantitatif untuk mengukur sampel yang diperoleh mengenai sebuah survei terhadap suatu kejadian dengan proses pengerjaan statistika dan penelitian kuantitatif umumnya melibatkan proses pengumpulan, analisis, serta interpretasi data, juga penulisan hasil-hasil penelitian (Creswell, 2019). Pendekatan kuantitatif dipilih karena peneliti membutuhkan pendekatan ini agar selaras dengan tujuan yang telah dirumuskan dan menggunakan pendekatan deskriptif.

Didukung pula dengan pendapat Sukmadinata yang menjelaskan bahwasanya metode penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme dengan menekankan fenomena objektif yang dikaji secara kuantitatif, metode ini dapat digunakan oleh peneliti untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel secara umum dilakukan dengan *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian ini analisis datanya akan bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sukmadinata, 2017).

Berdasarkan hasil penjelasan di atas, bahwasannya dapat disimpulkan dalam pendekatan kuantitatif, penelitian yang menggunakan uji data statistik, lebih banyak menggunakan angka dan menguji hipotesisnya menggunakan uji statistik. Pendekatan ini dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh *buy now pay later* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z pengguna *ShopeePayLater* di Kota Bandung. Untuk mendeskripsikan hasil data penelitiannya maka akan dilakukan survei

penelitian yang mana nantinya peneliti akan mendeskripsikannya menggunakan angka untuk menanyakan kepada beberapa responden tentang kepercayaan, perilaku, dan pendapat-pendapat mengenai pengaruh *buy now pay later* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z pengguna *ShopeePayLater* di Kota Bandung.

3.1.2 Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode statistik deskriptif dalam penelitian ini, agar penelitian ini dapat berjalan peneliti akan menyebarkan angket secara *online* guna mendapatkan jawaban dari rumusan masalah penelitian. Adapun metode statistik deskriptif pada penelitian ini dipakai menyusun dan meringkas data berupa angka atau numerik yang diperoleh dari hasil pengumpulan data dalam bentuk tabulasi data. Statistik deskriptif juga digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan suatu data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku generalisasi (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Penyebaran angket pada penelitian ini dilakukan secara *online* yang dihubungkan melalui sebuah media sosial agar peneliti mudah menjangkau secara luas. Adapun alat ukur yang dipakai pada kuesioner penelitian ini, yaitu Skala Likert yang mampu mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap objek yang sedang diteliti (Sappaile, 2007).

3.2 Partisipan

Mahasiswa generasi Z di Kota Bandung dilibatkan sebagai partisipan pada penelitian ini, dengan ketentuan kriteria merupakan pengguna *ShopeePayLater* pada aplikasi Shopee, responden memiliki rentang usia 18-23 tahun, responden merupakan mahasiswa generasi Z. Adapun dasar pemilihan partisipan dengan kriteria tersebut dikarenakan mahasiswa generasi Z sangat berkaitan erat terhadap *online shopping* atau belanja *online* menggunakan suatu aplikasi *e-commerce* seperti Shopee, dengan hadirnya berbagai tren *fashion* dari Zaman ke Zaman membuat mahasiswa generasi Z lebih banyak membeli sesuatu hal tanpa memperhatikan manfaat dari barang yang telah di beli. Selain itu di dukung pula oleh *e-commerce* Shopee yang telah menghadirkan fitur pembayaran canggih di dalamnya

berupa *ShopeePayLater* atau biasa dikenal dengan slogannya “beli sekarang, bayar nanti”, sangat memberikan kemudahan bagi penggunanya khususnya bagi para mahasiswa yang ingin memiliki suatu barang tetapi tidak memiliki cukup uang hal ini dapat dijadikan sebagai jalan pintas.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sukmadinata (2019), populasi merupakan suatu kelompok besar dan wilayah yang menjadi lingkup penelitian. Kelompok besar pada populasi mencakup orang, organisasi, serta benda-benda, selain dari itu pada lingkup wilayahnya dapat mencakup seluruh wilayah negara, provinsi, kota, ataupun kabupaten. Maksudnya telah dijelaskan bahwa populasi bukan hanya terdiri dari orang saja, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi sendiri juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek (Sukmadinata, 2019).

Berdasarkan penjelasan di atas, populasi yang dijadikan objek penelitian ini, yaitu mahasiswa generasi Z di Kota Bandung yang berjumlah 251.555. Besaran angka tersebut merupakan jumlah total keseluruhan berdasarkan data pelaporan Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat tahun 2020 pada laman web Jabarprov.go.id. Berikut tabel jumlah mahasiswa generasi Z di Kota Bandung pada tahun 2019.

Gambar 3.1
Jumlah Mahasiswa di Kota Bandung
Tahun 2019

Lanjutan Tabel/Continued Table 4.1.10

Kabupaten/Kota Regency/Municipality	Jumlah Mahasiswa Number of Students					
	Negeri/Public		Swasta/Private		Jumlah/Total	
	2018 (8)	2019 (9)	2018 (10)	2019 (11)	2018 (12)	2019 (13)
Kabupaten/Regency						
Bogor	31 745	31 221	18 122	13 670	49 867	44 891
Sukabumi	—	—	5 919	4 703	5 919	4 703
Cianjur	—	—	6 292	6 102	6 292	6 102
Bandung	—	—	29 929	31 492	29 929	31 492
Garut	—	—	16 415	15 774	16 415	15 774
Tasikmalaya	—	—	2 061	1 105	2 061	1 105
Ciamis	—	—	12 995	10 162	12 995	10 162
Kuningan	—	—	10 546	11 940	10 546	11 940
Cirebon	—	—	13 389	15 173	13 389	15 173
Majalengka	—	—	9 435	9 051	9 435	9 051
Sumedang	34 907	32 480	10 002	10 537	44 909	43 017
Indramayu	916	1 062	12 139	8 666	13 055	9 728
Subang	271	275	10 473	11 561	10 744	11 836
Purwakarta	—	—	7 593	7 929	7 593	7 929
Karawang	16 585	18 584	14 626	11 361	31 211	29 945
Bekasi	—	—	28 409	25 135	28 409	25 135
Bandung Barat	—	—	3 234	3 504	3 234	3 504
Pangandaran	—	—	—	—	—	—
Kota/ Municipality						
Bogor	—	—	39 396	38 874	39 396	38 874
Sukabumi	—	—	21 175	18 259	21 175	18 259
Bandung	68 317	60 146	212 583	191 409	280 900	251 555
Cirebon	—	—	25 421	23 796	25 421	23 796
Bekasi	—	—	34 604	35 108	34 604	35 108
Depok	8 152	7 454	52 451	50 548	60 603	58 002
Cimahi	—	—	41 000	33 944	41 000	33 944
Tasikmalaya	14 368	13 807	13 511	11 616	27 879	25 423
Banjar	—	—	1 551	701	1 551	701
Jawa Barat	175 261	165 029	653 271	602 120	828 532	767 149

Sumber: Jabarprov.go.id

Alasan peneliti memilih mahasiswa di Kota Bandung sebagai lokasi penelitian, yaitu:

- a. Karena mahasiswa saat ini rata-rata berkaitan erat dengan sebuah *e-commerce* atau aplikasi belanja *online* yang didalamnya menyediakan berbagai macam jenis fitur pembayaran, seperti *pay later*. Jadi, peneliti dapat dengan mudah untuk memperoleh dan mendapatkan informasi dari kalangan mahasiswa generasi Z di Kota Bandung.
- b. Belum ada penelitian sebelumnya yang membahas mengenai Pengaruh *Buy Now Pay later* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z Pengguna *ShopeePayLater* di Kota Bandung.
- c. Dapat memudahkan peneliti untuk menyebarkan angket *online* secara luas melalui media sosial.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan suatu kelompok kecil yang secara nyata dapat diteliti dan ditarik kesimpulan, maka peneliti sendiri dapat menggunakan sampel yang ada pada populasi tetapi tidak semua anggota dari populasi target diteliti, sehingga penelitian hanya dilakukan terhadap sekelompok anggota populasi yang mewakili populasi (Sukmadinata, 2019). Karena apa yang telah dipelajari dari suatu sampel, maka akan dapat diberlakukan pula untuk populasi serta sampel yang diambil juga harus benar-benar telah mewakili. pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

Menurut (Sukmadinata, 2019) bahwasanya teknik *purposive sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel yang berdasarkan pada suatu tujuan. Kriteria sampel yang ditentukan ialah mahasiswa generasi Z di Kota Bandung, rentang usia 18-23 tahun yang mana pada usia tersebut secara nalar mereka sudah mengetahui penggunaan *ShopeePayLater* dan dianggap sudah mampu menggunakan teknologi *e-commerce* secara benar, pengguna atau pernah menggunakan *ShopeePayLater*. Perhitungan sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin (Imran, 2017), yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N: Jumlah Populasi

e²: Persentase kesalahan pengambilan sampel

Untuk mendapatkan jumlah sampel mahasiswa generasi Z di Kota Bandung, peneliti dapat menghitung menggunakan rumus Slovin, dengan cara sebagai berikut:

$$n = 251.555 / (1 + 251.555 (0,05)^2)$$

$$n = 251.555 / (1 + 251.555 (0,0025))$$

$$n = 399,364$$

Sesudah dilakukan perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin di atas, jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 399,364 responden yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini. Jika dibulatkan, maka jumlah sampel minimal dari 251.555 populasi dengan tingkat taraf kesalahan sebesar 5% adalah 400 responden. Dalam menentukan besaran sampel, digunakan *purposive sampling* sebagai teknik menentukan ciri tertentu untuk mencari responden. Peneliti memiliki alasan lain dalam pengambilan sampel dengan besaran tersebut karena keterbatasan riset yang telah dijalankan. Tetapi, kriteria yang ditentukan peneliti sudah selaras dengan sampel tersebut. 400 responden pada penelitian ini terdiri dari mahasiswa generasi Z yang berada di Kota Bandung.

3.4 Instrumen Penelitian

Metode penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh *buy now pay later* pengguna *ShopeePayLater* sebagai variabel X dan perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z di Kota Bandung selaku variabel Y.

3.4.1 Instrumen Variabel *Buy Now Pay Later* Pengguna *ShopeePayLater*

3.4.1.1 Spesifikasi Instrumen

Variabel pengaruh *buy now pay later* pengguna *ShopeePayLater* diambil oleh peneliti sebagai indikator variabel X didasari dengan penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Davis, 1989 pada Rahmatika Sari sejak tahun 2021. Adapun indikator pada variabel X ini yaitu meliputi:

1. Terdapat kemudahan dalam penggunaan *ShopeePayLater*.
2. Terdapat manfaat dalam melakukan transaksi *online*.
3. Terdapat intensitas penggunaan yang tinggi, menyebabkan timbulnya keinginan seseorang untuk mengajak orang lain dalam menggunakan fitur ini.

Kemudian, indikator tersebut dibentuk menjadi sebuah kisi-kisi instrumen penelitian, seperti:

Tabel 3.1**Kisi-kisi Instrumen Buy Now Pay later Pengguna ShopeePayLater**

Variabel	Indikator	No. Item	Jumlah Item
X: Pengaruh <i>Buy Now Pay later</i> Pengguna <i>ShopeePayLater</i>	Memiliki niatan untuk terus menggunakan <i>ShopeePayLater</i>	1,2	2
	Intensitas penggunaan <i>ShopeePayLater</i> dalam melakukan transaksi pembayaran	3, 4, 5	3
	Memberikan saran kepada orang lain untuk menggunakan <i>ShopeePayLater</i>	6, 7, 8	3
	Kemudahan dalam pengoperasian <i>ShopeePayLater</i>	9, 10, 11, 12, 13	5
	Lama penggunaan fitur <i>ShopeePayLater</i>	14, 15	2
	Persepsi Manfaat <i>ShopeePayLater</i>	16,17,18	3
	Kegunaan E-commerce Shopee	19, 20, 21, 22	4

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2022)

3.4.1.2 Pengisian dan Penskoran Instrumen

Pada angket atau kuesioner penelitian ini, peneliti menggunakan Skala Likert dalam pengisian instrumen dengan rentang pilihan jawaban 1 sampai 4 yang dimulai dari opsi jawaban “Sangat Tidak Setuju”, “Tidak Setuju”. “Setuju”, dan “Sangat Setuju”. Skala likert digunakan dalam penelitian ini diharapkan mampu mengukur persepsi, sikap, atau pendapat seseorang atau kelompok pada sebuah peristiwa atau fenomena sosial (Pranatawijaya et al., 2019). Pada penelitian ini untuk menghindari adanya keraguan dari responden dalam menjawab pernyataan, peneliti tidak memasukan opsi netral sebagai jawaban, dikarenakan pilihan jawaban opsi netral merupakan jawaban yang bias dan tidak pasti sehingga sangat mungkin muncul jawaban

yang tidak valid. Maka dari itu, peneliti hanya memilih rentang jawaban dari 1 sampai 4. Berikut rentang skor dalam pilihan kuesioner penelitian ini:

Tabel 3.2
Penskoran Instrumen Variabel *Buy Now Pay later* Pengguna
ShopeePayLater

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2022)

3.4.2 Instrumen Variabel Perilaku Konsumtif

3.4.2.1 Spesifikasi Instrumen

Pada penelitian ini, variabel perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z di Kota Bandung diambil oleh peneliti sebagai indikator variabel Y berdasarkan penjelasan Lina dan Rasyid, 1997 yang dicantumkan dalam penelitian Sofia Miranda, 2017 dan Sumartono, 2002 yang dicantumkan dalam penelitian Wahyuni, 2019. Adapun indikator pada variabel Y ini yaitu meliputi:

1. Munculnya *impulsive buying*.
2. Terjadinya pemborosan.
3. Pembelian tidak rasional atau *non rational buying*.
4. Iming-iming hadiah

Indikator tersebut kemudian disusun menjadi kisi-kisi instrumen penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.3
Kisi-kisi Instrumen Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z di
Kota Bandung

Variabel	Indikator	No. Item	Jumlah Item
Y: Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z di Kota Bandung	Impulsive Buying	1, 2, 3, 4, 5, 6	6
	<i>Non-rational Buying</i>	7, 8	2
	Pemborosan	9, 10	2
	Kondisi keuangan dalam membeli barang	11, 12	2
	Membeli produk atas pertimbangan harga bukan manfaat dan kegunaannya	13, 14	2
	Membeli produk karena iming-iming hadiah	15,16	2

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2022)

3.4.2.2 Pengisian dan Penskoran Instrumen

Pada angket atau kuesioner penelitian ini, Skala Likert digunakan peneliti dalam pengisian instrumen dengan pilihan jawaban dari 1 sampai 4 yang terdiri atas opsi jawaban “Sangat Tidak Setuju”, “Tidak Setuju”. “Setuju”, serta “Sangat Setuju”. Alat ukur ini digunakan dalam penelitian dengan harapan bisa mengukur persepsi, sikap, atau pendapat seseorang atau kelompok pada sebuah peristiwa atau fenomena sosial (Pranatawijaya et al., 2019). Pada penelitian ini agar terhindar dari keraguan responden pada saat menjawab pernyataan, peneliti tidak memasukan opsi netral sebagai jawaban, dikarenakan pilihan jawaban opsi netral merupakan jawaban yang bias dan tidak pasti sehingga sangat mungkin muncul jawaban yang tidak valid. Maka dari itu, peneliti hanya memilih rentang jawaban dari 1 sampai 4. Berikut pilihan skor dalam kuesioner penelitian ini:

Tabel 3.4

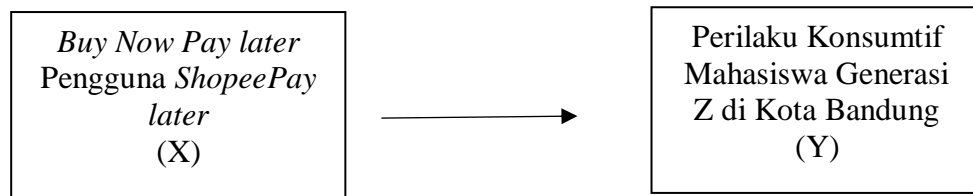
Penskoran Instrumen Variabel Perilaku Konsumtif

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: data diolah oleh peneliti (2022)

Gambar 3.2

Hubungan Variabel Bebas (X) dan Variabel Terikat (Y)



Sumber: Data diolah oleh peneliti (2022)

3.4.3 Definisi Operasional

3.4.3.1 Buy Now Pay later Pengguna ShopeePayLater

Buy now pay later merupakan slogan dari “beli sekarang, bayar nanti” yang dimiliki oleh fitur pembayaran *fintech* berupa *pay later*. Seperti *e-commerce* Shopee salah satunya yang telah meluncurkan fitur pembayaran berupa *ShopeePayLater*, pada fitur ini bagi sebagian orang sangat menguntungkan karena para konsumen yang menggunakan aplikasi Shopee dapat menikmati fitur layanan pembayaran *fintech* berbasis *ShopeePayLater*. Karena adanya fitur ini pula konsumen akan mendapatkan keuntungan, diantaranya para konsumen dapat membeli barang sesuai hati mereka tanpa harus memikirkan ketersediaan uang terlebih dahulu dan para konsumen bisa bayar belakangan sesuai dengan ketentuan syarat dan waktu yang sudah disepakati. Selain itu, keuntungan lain yang ditawarkan bagi pengguna *ShopeePayLater* akan mendapatkan berbagai macam voucher promo yang disediakan oleh pihak *e-commerce* Shopee.

3.4.3.2 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan suatu keinginan seseorang yang timbul dengan sendirinya untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu barang yang tidak masuk akal atau irasional dan cenderung lebih mengutamakan keinginannya daripada melihat kebutuhan. Perilaku konsumtif biasanya muncul atau hadir karena adanya pengaruh faktor lingkungan yang sangat berperan dan turut ikut andil dalam membentuk perilaku konsumtif seseorang.

Fenomena *buy now pay later* pengguna *ShopeePayLater* terhadap perilaku konsumtif diantaranya terjadi karena: (1) Munculnya sistem pembayaran berbasis seperti kartu kredit yaitu *ShopeePayLater*, dengan adanya fasilitas ini dapat mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang untuk berbelanja dan dengan adanya fasilitas “belanja sekarang, bayar nanti” ini intensitas belanja seseorang kemungkinan bisa saja menjadi berlebihan. (2) Kemudian adanya kecenderungan untuk meniru orang lain dalam menggunakan sesuatu hal seperti *ShopeePayLater* akibat pengaruh faktor lingkungan yang kuat. (3) Hal ini merupakan faktor timbulnya ciri-ciri perilaku konsumtif seseorang.

3.4.4 Proses Pengembangan Instrumen

3.4.4.1 Uji Validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas dipakai saat menguji bagaimana tingkat valid suatu instrumen penelitian yang telah dirancang. Pada saat melakukan validitas instrumen harus dilakukan dengan pengukuran yang tepat agar pengukuran dapat menunjukkan hasil yang sesuai (Yusup, 2018). Rumus *Correlation Pearson Product Moment* digunakan dalam pengujian ini melalui bantuan aplikasi *SPSS 25*. Karena, Instrumen dapat disebut valid apabila:

1. $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dikatakan valid
2. $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ dikatakan tidak valid

Adapun rumus perhitungan uji validitas sebagai berikut:

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

Sumber: (Yusup, 2018)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *Pearson's Product Moment*

n = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor item X

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat item X

$\sum Y$ = Total jumlah skor yang diperoleh tiap responden

$\sum Y^2$ = Total kuadrat jumlah skor yang diperoleh tiap responden

Setelah melakukan perhitungan tersebut langkah selanjutnya rxy harus dibandingkan dengan r tabel. Untuk menghitung r tabel membutuhkan angka dari df (derajat kebebasan) dengan rumus sebagai berikut:

$$df = n - 2$$

Sumber: (Yusup, 2018)

Keterangan:

df = Derajat kebebasan

n = Jumlah sampel

Uji validitas dilakukan untuk 30 (tiga puluh) responden, terdiri dari mahasiswa generasi Z di Kota Bandung. Dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5% atau sekitar 0,05 serta derajat kebebasannya dihitung menjadi $df = 30 - 2 = 28$, sehingga memperoleh angka r tabel sebesar 0,361 dari perhitungan tersebut.

Atas dasar perhitungan uji validitas dengan menggunakan rumus *Correlation Pearson Product Moment*, maka diperoleh hasil uji validitas pada item pernyataan variabel x (pengaruh *buy now pay later* pengguna *ShopeePayLater*) dan variabel y (perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z di Kota Bandung), sebagai berikut:

a. Validitas Variabel X

Pada variabel X telah diperoleh sebanyak 22 item pernyataan yang dikategorikan valid dan 0 item pernyataan yang dikategorikan

tidak valid atau dapat diartikan tidak ada item pernyataan tidak valid pada variabel X. Adapun hasil perhitungan uji validitas variabel X sebagai berikut:

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel X

No. Item	R hitung	R table 5% (30)	Keterangan
1	0, 583	0, 361	Valid
2	0, 755	0, 361	Valid
3	0, 687	0, 361	Valid
4	0, 459	0, 361	Valid
5	0, 467	0, 361	Valid
6	0, 611	0, 361	Valid
7	0, 671	0, 361	Valid
8	0, 581	0, 361	Valid
9	0, 842	0, 361	Valid
10	0, 781	0, 361	Valid
11	0, 636	0, 361	Valid
12	0, 387	0, 361	Valid
13	0, 653	0, 361	Valid
14	0, 583	0, 361	Valid
15	0, 412	0, 361	Valid
16	0, 754	0, 361	Valid
17	0, 715	0, 361	Valid
18	0, 785	0, 361	Valid
19	0, 497	0, 361	Valid
20	0, 500	0, 361	Valid
21	0, 529	0, 361	Valid
22	0, 497	0, 361	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti melalui IBM SPSS 25 (2022)

b. Validitas Variabel Y

Pada variabel Y telah diperoleh sebanyak 16 item pernyataan dikategorikan valid dan 1 item pernyataan dikategorikan tidak valid. Adapun hasil perhitungan uji validitas variabel Y sebagai berikut:

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Y

No. Item	R hitung	R table 5% (30)	Keterangan
1	0,655	0,361	Valid
2	0,822	0,361	Valid
3	0,800	0,361	Valid
4	0,766	0,361	Valid
5	0,628	0,361	Valid
6	0,775	0,361	Valid
7	0,327	0,361	Tidak Valid
8	0,427	0,361	Valid
9	0,765	0,361	Valid
10	0,604	0,361	Valid
11	0,782	0,361	Valid
12	0,711	0,361	Valid
13	0,721	0,361	Valid
14	0,737	0,361	Valid
15	0,672	0,361	Valid
16	0,589	0,361	Valid
17	0,411	0,361	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti melalui IBM SPSS 25 (2022)

1.4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu rangkaian pengukuran untuk menunjukkan sejauh mana pengukuran ini dapat dipercaya. Sehingga uji reliabilitas dapat dipergunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apabila pengukuran tersebut diulang alat ukur tersebut tetap konsisten (Yusup, 2018).

Pada uji ini, peneliti menggunakan rumus koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* dengan bantuan aplikasi *SPSS 25*. Sebuah instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai koefisien alphanya lebih besar dari 0,6 dengan kriteria jika $t_{11} > t_{tabel}$ berarti reliabel, namun jika $t_{11} < t_{tabel}$ maka diartikan tidak reliabel. Adapun rumus perhitungan uji reliabilitas ini sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Sumber: (Yusup, 2018)

Keterangan:

r = Koefisien reliabilitas alpha

k = Jumlah item pertanyaan

σ_i^2 = Varians item pertanyaan

σ_t^2 = Varians skor total

a. Reliabilitas Variabel X

Atas dasar hasil perhitungan yang sudah dilakukan, peneliti telah mendapatkan nilai koefisien reliabilitas instrumen pada variabel X sebesar 0,916. Hasil tersebut telah menunjukkan bahwa instrumen pada variabel ini dapat diartikan reliabel atau konsisten. Berikut hasil perhitungan variabel X:

Tabel 3.7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
0,916	22	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti melalui IBM SPSS 25 (2022)

b. Reliabilitas Variabel Y

Atas dasar hasil perhitungan yang sudah dilakukan, peneliti telah mendapatkan nilai koefisien reliabilitas instrumen pada variabel Y sebesar 0,922. Hasil tersebut telah menunjukkan bahwa instrumen pada variabel ini dapat diartikan reliabel atau konsisten. Berikut adalah hasil perhitungan variabel Y:

Tabel 3.8

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
0,922	16	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti melalui IBM SPSS 25 (2022)

3.4.5 Sumber Data

Dalam suatu penelitian, sumber data yang dikumpulkan harus berkaitan dengan penelitian. Adapun penelitian yang dilakukan peneliti saat ini menggunakan data kuantitatif yang bersumber dari data primer dan sekunder. Sumber data dalam penelitian ini merupakan subjek yang mana suatu data tersebut dapat diperoleh. Berikut sumber data yang digunakan terdiri dari:

a. Data Primer

Burhan (dalam Hermanto et al., 2020) menjelaskan bahwa data primer itu merupakan suatu data yang prosesnya diambil langsung melalui sumber data yang pertama di suatu lokasi penelitian. Pada penelitian ini sumber data primernya, yaitu semua data yang telah didapatkan dari sebuah kuesioner atau angket yang sebelumnya telah disebar kepada responden mahasiswa generasi Z di Kota Bandung sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan dan diperlukan.

b. Data Sekunder

Kemudian, menurut Burhan (dalam Hermanto et al., 2020) untuk data sekunder sendiri biasanya sumber data bisa didapatkan dari sumber kedua yang mana untuk mendapatkan sumbernya dengan cara tidak langsung memberikan sebuah data melainkan sumber dapat peneliti dapatkan melalui sumber yang berhubungan dengan penelitian seperti melalui orang lain, dokumen, angket/kuesioner, buku, internet, artikel, jurnal, serta kepustakaan.

3.4.6 Teknik Pengumpulan Data

Apabila dilihat dari segi cara teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, teknik saat pengumpulan data yang dapat peneliti pilih dilakukan dengan menggunakan:

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, metode studi kepustakaan ini merupakan suatu studi yang biasanya digunakan untuk mengumpulkan sebuah informasi dan data dengan didukung oleh suatu referensi atau bacaan seperti dokumen, buku, majalah, artikel, dan jurnal. Pada metode ini pula membatasi kegiatannya hanya pada bahan-bahan koleksi perpustakaan (Zed, 2004).

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung, yang mana peneliti tidak langsung tanya jawab dengan responden (Sukmadinata, 2019). Peneliti memilih teknik pengumpulan data kuesioner karena teknik ini cocok digunakan apabila jumlah responden yang dibutuhkan cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas dan dapat diberikan kepada responden melalui internet, seperti sosial media. Dalam penelitian ini pula peneliti menggunakan alat bantu kuesioner *online* berupa *Google Form* dalam pembuatan kuesioner dan pengumpulan data penelitian.

3.4.7 Prosedur Penelitian

Agar dapat memudahkan proses jalannya penelitian, peneliti perlu membuat tata cara atau prosedur penelitian terlebih dahulu, sehingga pada saat dilaksanakannya penelitian tidak ada lagi tahapan yang terlewat serta dipastikan tidak akan berpengaruh pada penelitian yang telah direncanakan sebelumnya. Selanjutnya, terdapat tahapan-tahapan prosedur penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu menentukan suatu permasalahan, melakukan studi pendahuluan, dilanjut dengan menentukan rumusan permasalahan, merumuskan hipotesis, memilih pendekatan penelitian yang akan digunakan dan sesuai, menentukan suatu variabel penelitian dan sumber data yang dapat mendukung suatu penelitian, merancang sebuah instrumen penelitian, mengumpulkan data ke lapangan, mengkaji atau menganalisis data, mengambil kesimpulan, dan tahap terakhir membuat laporan hasil penelitian yang telah dilakukan.

1.5 Teknik Analisis Data Kuantitatif dan Pengujian Hipotesis

Untuk melakukan suatu analisis pada penelitian kuantitatif, peneliti perlu memakai perhitungan statistik menggunakan program *Statistic Program for Social Science* (SPSS) 25 untuk membantu proses perhitungan. Adapun data responden yang akan dianalisis pada penelitian ini, yaitu:

3.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan langkah pertama yang harus dilaksanakan dalam melakukan uji data dalam sebuah penelitian kuantitatif dengan dua variabel. Untuk melihat kenormalan suatu data maka tergantung pada kemampuan peneliti dalam mengolah data (Usmadi, 2020). Adapun uji normalitas dilakukan guna mengetahui apakah data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Dalam uji ini, peneliti menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan bantuan aplikasi SPSS 25. Maka dari itu, pengujian ini peneliti lakukan sebagai salah satu syarat untuk melakukan uji regresi linear sederhana.

3.5.2 Uji Linearitas

Pada tahap ini, dilakukan sebuah uji linearitas pada data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti dengan tujuan agar kedua variabel dapat diketahui apakah terdapat hubungan yang linear atau tidak. Uji ini juga merupakan salah satu syarat dalam melakukan uji regresi linear sederhana.

3.5.3 Analisis Koefisien Korelasi

Pada penelitian kuantitatif, sebelum melakukan uji hipotesis maka perlu dilakukannya uji asumsi klasik, yaitu berupa uji normalitas dan uji linearitas. Adapun salah satu syarat dari uji regresi linear sederhana adalah syarat asumsi klasiknya terpenuhi, yang mana memang pada uji normalitas berdistribusi normal dan data ujinya linear. Karena pada penelitian ini data tidak memenuhi uji prasyarat, maka dari itu uji korelatif yang akan digunakan peneliti, yaitu berupa *non-parametric test* dengan menggunakan uji korelasi *Rank Spearman* (Widana & Muliani, 2020).

Tahapan ini digunakan untuk menganalisis bagaimana bentuk suatu hubungan antara variabel X dengan variabel Y, apakah kedua variabel tersebut termasuk bentuk hubungan positif atau negatif (Wibowo & Kurniawan, 2020). Dengan syarat pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- a. Apabila pada besaran nilai signifikansinya $< 0,05$ maka hubungan dua variabel dapat diartikan berkorelasi.

- b. Apabila pada besaran nilai signifikansinya $> 0,05$ maka hubungan dua variabel dapat diartikan tidak ada korelasi.

3.5.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan dalam penelitian ini agar dapat diketahui apakah hipotesis yang telah dirumuskan akan ditolak atau diterima. Menurut Creswell (2019) menguji hipotesis berarti menerapkan prosedur-prosedur statistik di mana di dalamnya peneliti dapat mendeskripsikan dugaan-dugaannya bisa benar ataupun salah (Creswell, 2019). Saat menguji penelitian ini, dapat dibuktikan apakah hipotesis nol merupakan hipotesis yang diuji akan diterima atau ditolak, jika hipotesis yang diuji mendapatkan suatu penolakan, maka penerimaan hipotesis ini akan dinyatakan dengan sebuah hipotesis lainnya (H1).

3.5.5 Analisis Koefisien Determinasi

Peneliti melakukan sebuah uji analisis koefisien determinasi guna mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y dalam hitungan persentase (%).

3.5.6 Analisis Data Deskriptif dengan Persentase

Pada tahapan analisis data deskriptif menggunakan persentase digunakan untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu seberapa besar pengaruh *buy now pay later* pengguna *ShopeePayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z di Kota Bandung. Statistik deskriptif dilakukan untuk mengumpulkan data, penyajian data, serta penentuan nilai statistika dengan memberikan keterangan mengenai suatu data yang disajikan dalam bentuk yang mudah dipahami dengan mencari nilai minimum, maksimal, *range*, rata-rata, dan standar deviasi (Nasution, 2017).

Setelah melakukan perhitungan deskriptif, selanjutnya dilakukan proses pengkategorian dengan menghitung rata-rata dan standar deviasi. Kemudian, hasil pengukuran akan dikategorisasi ke dalam tiga kategori dengan pedoman rumus yang bersumber dari Azwar (2012) dalam (Yuliani, 2019), sebagai berikut:

1. Rendah = $X < M - 1SD$
2. Sedang = $M - 1SD \leq X < M + 1SD$
3. Tinggi = $M + 1SD \leq X$

Keterangan:

- a. *Mean* = Rata-rata
- b. *SD* = Standar deviasi

Setelah dilakukannya kategorisasi, selanjutnya peneliti melakukan persentase untuk melihat frekuensi jawaban yang telah dikategorikan dengan bantuan SPSS 25.