

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan berdasarkan data dan fakta yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan mengenai pengaruh instagram sebagai media *online shop* dan literasi keuangan terhadap perilaku pembelian impulsif.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

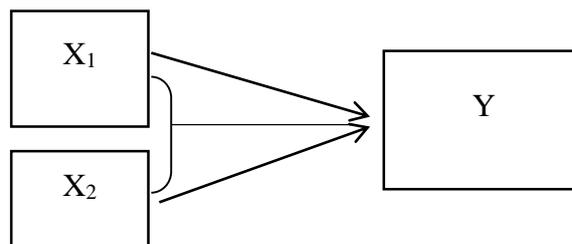
Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta Timur. Tempat penelitian ini dipilih karena menurut survey awal, mahasiswa di fakultas ekonomi yang notabeneanya memiliki literasi keuangan dengan baik namun masih belum bisa menentukan skala prioritas dan mengatur keuangan dengan baik sehingga pengaruh yang datang baik dari faktor internal maupun eksternal mengakibatkan perilaku pembelian impulsif yang tidak dapat mereka hindari. Adapun waktu penelitian dilakukan selama 2 bulan yaitu bulan April sampai dengan Mei 2018.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian survey digunakan untuk mendapatkan

data dari tempat tertentu yang alamiah, tetapi peneliti melakukan pengumpulan data misalnya dengan mengedarkan kuesioner. Menurut Arikunto, “survey sampel adalah penelitian dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok dan pengumpulan datanya hanya dilakukan pada sebagian populasi.”¹ Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu memperoleh data dengan cara kuesioner untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara instagram sebagai media *online shop* dan literasi keuangan terhadap perilaku pembelian impulsif.

Pada umumnya, penelitian kuantitatif menekankan pada keluasan informasi, sehingga metode ini cocok digunakan untuk populasi yang luas dengan variabel yang terbatas. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X_1) yaitu instagram sebagai media *online shop* dan (X_2) yaitu literasi keuangan dengan variabel terikat (Y) yaitu perilaku pembelian impulsif. Maka peneliti menggambarkan pengaruh tersebut dalam skema sebagai berikut:



Gambar III.1
Konstelasi Pengaruh antar Variabel

Keterangan:

X_1 : Instagram sebagai Media *Online shop*

X_2 : Literasi Keuangan

Y : Perilaku Pembelian Impulsif

→ : Menunjukkan arah pengaruh

¹ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta), hlm. 236

D. Populasi dan Sampling

1. Populasi Terjangkau

Menurut Sugiyono, populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang akan diteliti. Sehingga ditetapkan populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta Timur. Populasi terjangkau dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Administrasi prodi ekonomi dan prodi akuntansi, yang berjumlah 164 orang. Karena berdasarkan penelitian survei awal diketahui bahwa prodi akuntansi dan ekonomi lebih banyak dalam hal menguasai materi keuangan dan perekonomian dibanding prodi lainnya.

2. Sampling

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling* dengan teknik pengambilan sampel yaitu *proporsional random sampling*. Alasan peneliti menggunakan teknik *proporsional random sampling* karena sampel diambil dengan memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Penentuan sampel dalam penelitian ini berdasarkan tabel *Isaac* dan *Michael* dengan taraf kesalahan 5%,³ Rumusnya yakni:

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung:Alfabeta , 2011), hlm. 80

³ *Ibid*, hlm. 86

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

s = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

P = Q = Proporsi dalam populasi 0,5

d = Ketelitian (error) 0,05

λ^2 dengan $dk = 1$, taraf kesalahan bisa 1%, 5%, 10%

Berdasarkan tabel *Isaac* dan *Michael* dengan taraf kesalahan 5%, maka dengan jumlah populasi terjangkau sebanyak 164 Mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Administrasi prodi ekonomi dan prodi akuntansi, diperlukan 110 Mahasiswa untuk dijadikan sampel penelitian ini.

Tabel III.1
Tenik Pengambilan Sampel Tiap Kelas

| Kelas | Jumlah Mahaiswa | Sampel |
|--------------|-----------------|-----------------------|
| Pend. Akun A | 44 | 44 : 164 x 110 = 29.5 |
| Pend. Akun B | 43 | 43 : 164 x 110 = 28.8 |
| Pend. Ekop A | 37 | 37 : 164 x 110 = 24.8 |
| Pend. Ekop B | 40 | 40 : 164 x 110 = 26.8 |
| Jumlah | 164 | 110 |

Sumber: diolah penulis dari data Prodi Pend. Akuntansi dan Prodi Ekonomi

Sumber data dalam penelitian ini berupa data primer, yaitu data yang sumbernya diperoleh langsung dari responden berupa kuesioner. Kuesioner termasuk alat untuk mengumpulkan data dalam penelitian pendidikan maupun sosial yang mana didalamnya terdapat berbagai macam pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.⁴

E. Teknik Pengumpulan Data

⁴Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hlm. 76.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber primer. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang memuat seperangkat daftar pernyataan yang harus diisi oleh responden. Instrumen kuesioner digunakan untuk mendapatkan data variabel yang mempengaruhi (X1) yaitu instagram sebagai media *online shop*, (X2) literasi keuangan dan variabel terikat (Y) adalah perilaku pembelian impulsif sebagai variabel yang dipengaruhi. Sumber datanya adalah mahasiswa program studi Pendidikan Akuntansi dan Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

1. Variabel Y (Perilaku Pembelian Impulsif)

a. Definisi Konseptual

Perilaku pembelian impulsif adalah pembelian yang dilakukan secara spontan atau tidak terencana serta tanpa memerlukan pertimbangan yang cukup matang.

b. Definisi Operasional

Perilaku pembelian impulsif adalah pembelian tidak terencana atau tidak terduga serta tanpa memerlukan pertimbangan tertentu yang diukur berdasarkan pernyataan-pernyataan yang mencakup indikator perilaku pembelian impulsif yaitu karakteristik perilaku pembelian impulsif yang terdiri dari spontanitas, kekuatan pembelian, kebahagiaan dan stimulasi, dan ketidakpedulian akan akibat.

c. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen merupakan pedoman atau panduan dalam merumuskan pernyataan-pernyataan instrument yang diturunkan dari variabel evaluasi yang akan diamati. Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel perilaku pembelian impulsif. Kisi-kisi instrumen ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang drop setelah dilakukan uji validitas, uji reliabilitas serta analisis butir pertanyaan, dan untuk memberikan gambaran sejauh mana instrumen final mencerminkan indikator perilaku pembelian impulsif. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.2.

Tabel III.2

Kisi-Kisi Instrumen Variabel Perilaku Pembelian Impulsif

| Indikator | Item Drop | | Item Valid | |
|-----------------------------|-----------|---|-------------|-------|
| | + | - | + | - |
| Spontanitas | - | - | 1,3,4,5,6 | 2 |
| Kekuatan Pembelian | 11,12 | 9 | 7,10 | 8,13 |
| Kebahagiaan dan stimulasi | - | - | 14,15,17 | 16,18 |
| Ketidakpedulian akan akibat | - | - | 19,20,22,24 | 21,23 |
| Jumlah | 3 | | 21 | |

Untuk mengisi instrumen yang digunakan adalah angket yang disusun berdasarkan indikator dari variabel perilaku pembelian impulsif. Untuk mengolah setiap variabel dalam analisis data yang diperoleh, disediakan beberapa alternatif jawaban dan skor dari setiap butir pertanyaan. Alternatif jawaban disesuaikan dengan skala *Likert*, yaitu : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (RR), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada

tabel III.3.

Tabel III.3
Skala Penilaian Untuk Perilaku Pembelian Impulsif

| No. | Alternatif Jawaban | Item Positif | Item Negatif |
|-----|---------------------|--------------|--------------|
| 1 | Sangat Setuju | 5 | 1 |
| 2 | Setuju | 4 | 2 |
| 3 | Ragu-ragu | 3 | 3 |
| 4 | Tidak Setuju | 2 | 4 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 1 | 5 |

Pengukuran data untuk variabel perilaku pembelian impulsif dilakukan dengan cara memberi skor pada tiap – tiap jawaban dari butir pertanyaan dalam angket.

d. Validasi dan Reabilitas Instrumen Perilaku Pembelian Impulsif

Proses pengembangan instrumen perilaku pembelian impulsif dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada indikator variabel perilaku pembelian impulsif seperti terlihat pada tabel III.2. Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan pengujian validitas ini, yaitu seberapa besar butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari literasi keuangan. Kemudian setelah konsep disetujui, langkah berikutnya adalah instrumen tersebut di uji coba pada 80 mahasiswa kelas prodi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ekonomi Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

1) Uji Validitas

Proses pengujian validitas dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan yaitu:⁵

$$r_{it} = \frac{\sum xi \quad xt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}}$$

Keterangan:

r_{it} = koefisien skor butir dengan skor total instrumen

xi = deviasi dari skor Xi

$\sum xi$ = jumlah skor Xi

Xt = deviasi dari skor Xt

$\sum xt$ = jumlah skor Xt

$\sum xixt$ = jumlah hasil kali setiap butir dengan skor total

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{kriteria} = 0,361$, sehingga apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan atau pertanyaan dianggap valid. Begitu pula sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dianggap tidak valid atau *drop*. Butir pernyataan atau pertanyaan yang tidak valid maka tidak bisa untuk digunakan.

2) Uji Reliabilitas

Kemudian butir-butir pernyataan yang dianggap valid dihitung reliabilitas dengan menggunakan uji reliabilitas. Butir pernyataan yang sudah valid kemudian, dihitung kembali reliabilitasnya untuk mengetahui apakah butir tersebut reliabel

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), Hal. 162.

atau tidak. Adapun tujuan dari uji reliabilitas instrumen penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Untuk mengetahui apakah butir tersebut reliabel atau tidak dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*:⁶

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{St^2} \right)$$

Keterangan :

r_{ii} = realibilitas instrumen
 k = banyaknya butir
 $\sum S_i^2$ = varian skor butir
 St = varian skor total

Butir pernyataan atau pertanyaan dikatakan reliabel apabila $r_{ii} > 0,6$ dan dikatakan tidak reliabel apabila $r_{ii} < 0,6$.⁷

2. Variabel X1 (Instagram Sebagai Media *Online Shop*)

a. Definisi Konseptual

Instagram adalah media sosial yang digunakan oleh para individu dalam mengekspresikan diri serta menjadi tempat para penggunanya untuk dapat saling berkomunikasi dengan teman mereka, baik didunia nyata maupun dunia maya.

b. Definisi Operasional

Instagram sebagai media *online shop* adalah jejaring sosial yang digunakan

⁶ Hamdi Asep Saepul, Bahrudi E, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2014), hal.84

⁷ *Ibid*, hal.85

sebagai tempat para penjual dan pembeli berinteraksi yang dapat dilihat dari dimensi frekuensi, *selective attention*, dan motivasi. Maka indikator yang digunakan untuk mengukur instagram sebagai media *online shop* adalah intensitas dalam menggunakan media sosial instagram, kemampuan selektif untuk pesan-pesan yang menarik perhatian, serta motivasi dalam menggunakan media sosial instagram.

c. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Kisi – kisi instrumen untuk mengukur instagram sebagai media *online shop* dengan memberikan gambaran seberapa besar instrumen mencerminkan indikator dari variabel tersebut. Kisi- kisi instrumen ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang *drop* setelah dilakukan uji validitas, uji reliabilitas serta analisis butir pertanyaan, dan untuk memberikan gambaran sejauh mana instrumen *final* mencerminkan indikator instagram sebagai media *online shop*. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.4.

Tabel III.4

Kisi-Kisi Instrumen Variabel Instagram Sebagai Media *Online Shop*

| Indikator | Item Drop | | Item Valid | |
|------------------------------------|-----------|---|---------------------|-------|
| | + | - | + | - |
| Intensitas penggunaan media sosial | - | - | 1,3,5 | - |
| Durasi penggunaan media sosial | - | - | 2,4 | - |
| <i>Selective attention</i> | 12 | 8 | 6, 9,10,13, | 7, 11 |
| Motif informasi | 16,17 | - | 14, 15 | - |
| Motif interaksi sosial | - | - | 18, 19 | - |
| Motif hiburan | - | - | 20,21,22, 23, 24 | - |

| | | |
|---------------|----------|-----------|
| Jumlah | 4 | 20 |
|---------------|----------|-----------|

Dalam mengisi instrumen yang digunakan adalah angket yang disusun berdasarkan indikator dari variabel instagram sebagai media *online shop*. Untuk mengolah setiap variabel dalam analisis data yang diperoleh, disediakan beberapa alternatif jawaban dan skor dari setiap butir pertanyaan. Alternatif jawaban disesuaikan dengan skala *Likert* yang lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel III.5.

Tabel III.5
Skala Penilaian Untuk Instagram Sebagai Media *Online shop*

| No. | Alternatif Jawaban | Item Positif | Item Negatif |
|-----|---------------------|--------------|--------------|
| 1 | Sangat Setuju | 5 | 1 |
| 2 | Setuju | 4 | 2 |
| 3 | Ragu-ragu | 3 | 3 |
| 4 | Tidak Setuju | 2 | 4 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 1 | 5 |

Pengukuran data untuk variabel instagram sebagai media *online shop* dilakukan dengan cara memberi skor pada tiap – tiap jawaban dari butir pertanyaan dalam angket.

d. Validasi dan Reabilitas Instrumen Instagram Sebagai Media *Online Shop*

Proses pengembangan instrumen instagram sebagai media *online shop* dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada indikator variabel perilaku pembelian impulsif seperti terlihat pada tabel III.4. Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan pengujian validitas ini, yaitu seberapa besar butir-butir instrumen tersebut

telah mengukur indikator dari literasi keuangan. Kemudian setelah konsep disetujui, langkah berikutnya adalah instrumen tersebut di uji coba pada 80 mahasiswa kelas prodi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ekonomi Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

1) Uji Validitas

Proses pengujian validitas dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan yaitu:⁸

$$r_{it} = \frac{\sum xi \quad xt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}}$$

Keterangan:

r_{it} = koefisien skor butir dengan skor total instrumen

xi = deviasi dari skor X_i

$\sum xi$ = jumlah skor X_i

X_t = deviasi dari skor X_t

$\sum xt$ = jumlah skor X_t

$\sum xixt$ = jumlah hasil kali setiap butir dengan skor total

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{kriteria} = 0,361$, sehingga apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan atau pertanyaan dianggap valid. Begitu pula sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dianggap tidak valid atau *drop*. Butir pernyataan atau pertanyaan yang tidak valid maka tidak bisa untuk digunakan.

2) Uji Reliabilitas

⁸ Suharsimi Arikunto, *loc. cit.*

Kemudian butir-butir pernyataan yang dianggap valid dihitung reliabilitas dengan menggunakan uji reliabilitas. Butir pernyataan yang sudah valid kemudian, dihitung kembali reliabilitasnya untuk mengetahui apakah butir tersebut reliabel atau tidak. Adapun tujuan dari uji reliabilitas instrumen penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Untuk mengetahui apakah butir tersebut reliabel atau tidak dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*:⁹

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Keterangan :

r_{ii} = realibilitas instrumen
 k = banyaknya butir
 $\sum Si^2$ = varian skor butir
 St = varian skor total

Butir pernyataan atau pertanyaan dikatakan reliabel apabila $r_{ii} > 0,6$ dan dikatakan tidak reliabel apabila $r_{ii} < 0,6$.¹⁰

3. Variabel X2 (Literasi Keuangan)

a. Definisi Konseptual

Pengertian literasi keuangan adalah serangkaian pengetahuan atau pemahaman mengenai konsep keuangan yang berguna untuk meningkatkan keterampilan

⁹ Hamdi Asep Saepul, Bahrudi E, *loc. cit.*

¹⁰ Hamdi Asep Saepul, Bahrudi E, *loc. cit.*

seseorang dalam mengelola keuangan sehingga dapat terhindar dari masalah keuangan.

b. Definisi Operasional

Literasi keuangan merupakan pendukung dalam mengatur finansial individu maupun kelompok. Untuk mengukur variabel literasi keuangan, digunakan instrumen berupa kuisisioner dengan model skala *likert* yang mencerminkan indikator literasi keuangan dengan lima domain, yaitu pengetahuan umum keuangan pribadi, tabungan, pinjaman, asuransi dan investasi.

c. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Kisi- kisi instrumen ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang *drop* setelah dilakukan uji validitas, uji reliabilitas serta analisis butir pertanyaan, dan untuk memberikan gambaran sejauh mana instrumen *final* mencerminkan indikator literasi keuangan. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.6.

Tabel III.6

Kisi-Kisi Instrumen Variabel Literasi Keuangan

| Indikator | Item Drop | | Item Valid | |
|-----------------------------------|-----------|----|------------|-------|
| | + | - | + | - |
| Pengetahuan umum keuangan pribadi | - | - | 1,3,5,6 | 2,4,7 |
| Tabungan dan pinjaman | 9,10, 13 | 12 | 8,11 | - |
| Asuransi | - | - | 14 | 15,16 |
| Investasi | - | - | 17,19,20 | 18 |
| Jumlah | 4 | | 16 | |

Dalam mengisi instrumen yang digunakan adalah angket yang disusun berdasarkan indikator dari variabel literasi keuangan. Untuk mengolah setiap variabel dalam analisis data yang diperoleh, disediakan beberapa alternatif jawaban dan skor dari setiap butir pertanyaan. Alternatif jawaban disesuaikan dengan skala *Likert*, yaitu : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (RR), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Untuk mengisi setiap butir pernyataan respon dan dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif jawaban yang telah disediakan, dan setiap jawaban bernilai 1 sampai 5 sesuai dengan tingkat jawabannya. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel III.7.

Tabel III.7

Skala Penilaian Untuk literasi keuangan

| No. | Alternatif Jawaban | Item Positif | Item Negatif |
|-----|---------------------|--------------|--------------|
| 1 | Sangat Setuju | 5 | 1 |
| 2 | Setuju | 4 | 2 |
| 3 | Ragu-ragu | 3 | 3 |
| 4 | Tidak Setuju | 2 | 4 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 1 | 5 |

Pengukuran data untuk variabel literasi keuangan dilakukan dengan cara memberi skor pada tiap – tiap jawaban dari butir pertanyaan dalam angket.

d. Validasi dan Reabilitas Intrumen Literasi Keuangan

Proses pengembangan instrumen literasi keuangan dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada indikator variabel perilaku pembelian impulsif seperti terlihat pada tabel III.6. Tahap berikutnya konsep

instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan pengujian validitas ini, yaitu seberapa besar butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari literasi keuangan. Kemudian setelah konsep disetujui, langkah berikutnya adalah instrumen tersebut di uji coba pada 80 mahasiswa kelas prodi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ekonomi Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

3) Uji Validitas

Proses pengujian validitas dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan yaitu:¹¹

$$r_{it} = \frac{\sum xi \quad xt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}}$$

Keterangan:

r_{it} = koefisien skor butir dengan skor total instrumen

xi = deviasi dari skor X_i

$\sum xi$ = jumlah skor X_i

X_t = deviasi dari skor X_t

$\sum xt$ = jumlah skor X_t

$\sum xixt$ = jumlah hasil kali setiap butir dengan skor total

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{kriteria} = 0,361$, sehingga apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan atau pertanyaan dianggap valid. Begitu pula sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dianggap tidak valid atau *drop*. Butir pernyataan atau pertanyaan yang tidak valid maka tidak bisa untuk digunakan.

¹¹ Suharsimi Arikunto, *loc. cit.*

4) Uji Reliabilitas

Kemudian butir-butir pernyataan yang dianggap valid dihitung reliabilitas dengan menggunakan uji reliabilitas. Butir pernyataan yang sudah valid kemudian, dihitung kembali reliabilitasnya untuk mengetahui apakah butir tersebut reliabel atau tidak. Adapun tujuan dari uji reliabilitas instrumen penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Untuk mengetahui apakah butir tersebut reliabel atau tidak dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*:¹²

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Keterangan :

r_{ii} = realibilitas instrumen
 k = banyaknya butir
 $\sum Si^2$ = varian skor butir
 St = varian skor total

Butir pernyataan atau pertanyaan dikatakan reliabel apabila $r_{ii} > 0,6$ dan dikatakan tidak reliabel apabila $r_{ii} < 0,6$.¹³

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan estimasi parameter model regresi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS

¹² Hamdi Asep Saepul, Bahrudi E, *loc. cit.*

¹³ Hamdi Asep Saepul, Bahrudi E, *loc. cit.*

versi 20.0. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen, atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dilakukan untuk melihat normal *probability plot*. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji statistik yang dapat digunakan dalam uji normalitas adalah uji Kolmogorov-Smirnov.¹⁴ Kriteria pengambilan keputusan dengan uji statistik Kolmogorov-Smirnov, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal;
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

Sedangkan kriteria pengambilan keputusan dengan analisis grafik (*normal probability*), yaitu:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

¹⁴Umar, Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), hlm.181

- 2) Jika data menyebar menjauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linieritas

Pengujian regresi linier dilakukan untuk menguji model persamaan regresi suatu variabel Y atas suatu variabel X apakah mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan.¹⁵ Pengujian dengan SPSS menggunakan *Test of Linierity* pada taraf signifikansi 0,05.

Hipotesis penelitiannya adalah:

- 1) H_0 : artinya data tidak linier.
- 2) H_a : artinya data linier.

Kriteria pengujian dengan statistik yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, H_0 diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, H_0 ditolak artinya data linier.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen atau tidak. Model regresi yang baik diisyaratkan tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel bebasnya.¹⁶ Untuk

¹⁵Supardi U.S, *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*, (Jakarta: Change Publication, 2011), hlm. 149.

¹⁶*Ibid.*, hlm. 157

mengetahui terjadi multikolonieritas diantara variabel bebas dalam suatu model regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) pada *collinierity statistics*. Kriteria untuk mengetahui terjadi atau tidaknya multikolonieritas diantaranya:

- 1) Jika nilai nilai $VIF > 10$, maka H_0 diterima atau dikatakan terjadi multikolonieritas.
- 2) Jika nilai $VIF \leq 10$, maka H_0 ditolak atau dikatakan tidak terjadi multikolonieritas.

b. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi.¹⁷ Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heterokedastisitas. Pada penelitian ini untuk menguji terjadi heterokedastisitas atau tidak dengan menggunakan uji *Spearman's rho* yaitu dengan mengkorelasikan nilai residual dengan masing-masing variabel dependen.

Hipotesis penelitiannya adalah:

- 1) H_0 : Tidak terjadi heterokedastisitas.
- 2) H_a : Terjadi heterokedastisitas

Kriteria untuk mengetahui terjadi atau tidaknya heterokedastisitas diantaranya:

¹⁷Priyatno, Duwi, op.cit. hlm. 67

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya tidak terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya terjadi heterokedastisitas

3. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan bagian dari analisis multivariat dengan tujuan untuk menduga besarnya koefisien regresi yang akan menunjukkan besarnya pengaruh beberapa variabel bebas/*independent* terhadap variabel terikat/*dependent*.¹⁸ Persamaan regresi linier berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

\hat{Y} = Variabel terikat (Perilaku Pembelian Impulsif)

a = (nilai Y apabila $X_1 = 0$, $X_2 = 0$)

X_1 = Variabel bebas 1 (Instagram sebagai Media Online Shop)

X_2 = Variabel bebas 2 (Literasi Keuangan)

b_1 = Koefisien regresi variabel bebas 1

b_2 = Koefisien regresi variabel bebas 2

Dimana koefisien a dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$a = \hat{Y} - \beta_1X_1 - \beta_2X_2$$

Koefisien β_1 dapat dicari dengan rumus:

¹⁸Supardi U.S, *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*, op.cit. hlm. 239.

$$\beta_1 = \frac{\Sigma x_1^2 \Sigma x_2 y - \Sigma x_1 x_2 \Sigma x_2 y}{\Sigma x_1^2 \Sigma x_2^2 - (\Sigma x_1 x_2)^2}$$

Koefisien β_2 dapat dicari dengan rumus:

$$\beta_2 = \frac{\Sigma x_1^2 \Sigma x_2 y - \Sigma x_1 x_2 \Sigma x_1 y}{\Sigma x_1^2 \Sigma x_2^2 - (\Sigma x_1 x_2)^2}$$

Formulasi dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y** = Perilaku Pembelian Impulsif
- a** = *constant*
- β_1** = Kefisien regresi antara Instagram sebagai Media *Online Shop* dengan Perilaku Pembelian Impulsif
- β_2** = Koefisien regresi antara Literasi Keuangan dengan Perilaku Pembelian Impulsif
- X_1** = Variabel Instagram sebagai Media *Online Shop*
- X_2** = Variabel Literasi Keuangan
- e** = *error disturbances*

4. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Hipotesis penelitian:

1. $H_0 ; b_1 = b_2 = 0$

Artinya variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Y .

2. $H_a ; b_1 \neq b_2 \neq 0$

Artinya variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama berpengaruh terhadap Y .

Kriteria pengujian:

1. $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima
2. $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak

b. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Hipotesis penelitian:

1. $H_0 : b_1 = 0$, artinya variabel X_1 tidak berpengaruh terhadap Y .
2. $H_0 : b_2 = 0$, artinya variabel X_2 tidak berpengaruh terhadap Y .
3. $H_a : b_1 \neq 0$, artinya variabel X_1 berpengaruh terhadap Y
4. $H_a : b_2 \neq 0$, artinya variabel X_2 berpengaruh terhadap Y

Kriteria pengujian:

1. $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima
2. $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak

5. Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar presentase pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).¹⁹ Nilai R^2 menunjukkan seberapa jauh sebuah model dapat menjelaskan variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Rumus mencari koefisien determinasi dengan dua variabel independen adalah :

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2 \cdot (ryx_1) \cdot (ryx_2) \cdot (rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Keterangan:

R^2 : koefisien determinasi

ryx_1 : korelasi sederhana antara X_1 dengan variabel Y

ryx_2 : korelasi sederhana antara X_2 dengan variabel Y

rx_1x_2 : korelasi sederhana antara X_1 dengan variabel X_2

Nilai R^2 yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Jika nilai $R^2 = 0$ maka variabel independen belum bisa memberikan informasi secara jelas terkait variabel dependen.

¹⁹Priyatno, Duwi, op.cit hlm. 83

