

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan, karena sumber data utama untuk menjawab rumusan masalah ada di lapangan. Adapun pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti data-data berupa angka-angka dan analisis statistic. Pada penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian korelasi, yang menghubungkan satu variabel penelitian dengan variabel lainnya.<sup>1</sup> Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh media sosial dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus tahun 2016, kemudian dari hasil penelitian tersebut akan diperoleh generalisasi pengaruh tersebut Adapun pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.<sup>2</sup>

#### B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di IAIN Kudus, Jalan Conge Ngembal Rejo Kecamatan Bae Kabupaten Kudus. Adapun rencana waktu untuk penelitian ini kurang lebih selama 2 bulan atau sampai penelitian ini selesai, yang dimulai pada bulan Januari.

#### C. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas

---

<sup>1</sup> Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), 31.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 13.

tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>3</sup> Populasi penelitian dibedakan menjadi populasi *finit* dan *infinif* Populasi *finit* adalah jumlah anggota populasi diketahui dengan jelas, sedangkan *infinif* adalah populasi yang tidak diketahui secara pasti jumlah anggotanya.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini menggunakan populasi *finit* karena dapat diketahui dengan jelas jumlah populasi yang akan digunakan, karena pada populasi dalam penelitian ini menggunakan pupulasi jumlah mahasiswa sebuah Institut yang dapat diketahui dengan pasti.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Kudus tahun 2016 Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 322 mahasiswa Berikut rincian data jumlah populasi dalam table 3.1:

**Table 3.1**

**Daftar Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2016**

No	Nama jurusan/prodi	Jumlah
1.	Ekonomi Syariah	171
2.	Manajemen Bisnis Syariah	130
3.	Manajemen Zakat Wakaf	21
<b>Jumlah</b>		<b>322</b>

Sumber: Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

**2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili dan harus valid.<sup>5</sup> Sampel penelitian menjadi sangat penting mengingat peneliti akan menggambarkan keadaan populasi hanya mengambil sumber data sebagian dari anggota populasi.<sup>6</sup>

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 115.

<sup>4</sup> Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 102.

<sup>5</sup> V.Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press:2015), 81.

<sup>6</sup> Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 102.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling*, yakni teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Proportionate Stratified Random Sampling* yaitu teknik penentuan sampel penelitian dengan menetapkan pengelompokan anggota populasi dalam kelompok-kelompok tingkatan.<sup>7</sup> Sampel yang diteliti haruslah representatif yang mewakili populasi baik dalam karakteristik maupun jumlah. Dalam metode ini agar mengetahui besar responden yang akan dijadikan sampel di setiap program studi yang berada di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Kudus tahun 2016.

Dalam menentukan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin, dengan tingkat kesalahan 5% dan tingkat kepercayaan 95% Rumus menghitung sampel dari populasi sebagai berikut:<sup>8</sup>

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

Dimana:

n = Ukuran/Jumlah sampel

N = Populasi

e = presentase tingkat kesalahan, besar tingkat kesalahan sebesar 5% atau 0,05

Perhitungan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{322}{1+(322 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{322}{1+(0,805)}$$

$$n = \frac{322}{1,805}$$

n = 178,39 (dibulatkan menjadi 178 mahasiswa)

Berdasarkan perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini berjumlah 178 mahasiswa dari 322 populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kudus angkatan 2016.

<sup>7</sup> Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 110.

<sup>8</sup> V.Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 82.

Pengambilan sampel dari anggota populasi dilakukan secara proporsional di setiap prodi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan untuk menentukan berapa jumlah responden yang akan diambil secara acak di setiap prodinya Rincian populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Table 3.2 Penentuan Jumlah Sampel di Setiap Prodi**

No	Prodi	Jumlah	Proporsi sampel	Jumlah sampel
1	Ekonomi Syariah	171	$171/322 \times 178$	94
2	Manajemen Bisnis Syariah	130	$130/322 \times 178$	72
3	Manajemen Zakat dan Wakaf	21	$21/322 \times 178$	12
	Jumlah	322		178

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021

**D. Desain dan Definisi Operasional Variabel**

**1. Desain Variabel**

Menurut Sugiyono variabel penelitian adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>9</sup> Adapun jenis-jenis variabel adalah sebagai berikut :

a. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini variabel independennya adalah media social (X1) dan gaya hidup hedonis (X2).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 58.

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 59 .

Variabel ini menjadi objek utama dalam penelitian. Variabel dependen disebut sebagai variabel (Y).<sup>11</sup> Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah perilaku konsumtif.

**2. Definisi Operasional Variabel**

Pengoperasian variabel yang digunakan pada penelitian ini didefinisikan sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Perilaku konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang mengonsumsi barang maupun jasa secara berlebihan dan tidak terencana hanya karena keinginan semata bukan lagi atas dasar kebutuhan.	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	Likert

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 59.

		<p>konformitas terhadap model yang mengiklankan.</p> <p>7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.</p> <p>8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).<sup>12</sup></p>	
Media Sosial (X1)	Media sosial adalah media berbasis internet yang memudahkan penggunaannya untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi untuk mendapatkan suatu informasi dan sebagai media untuk mengekspresikan diri.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Partisipasi</li> <li>2) Keterbukaan</li> <li>3) Percakapan</li> <li>4) Komunitas</li> <li>5) Keterhubungan</li> </ol>	Liker t
Gaya hidup hedonis (X2)	Gaya hidup konsumtif merupakan pola tingkah laku sehari-hari seseorang yang meliputi minat,	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Kegiatan</li> <li>2) Minat</li> <li>3) Pendapat</li> </ol>	Liker t

	<p>opini dan aktivitasnya di dalam masyarakat dengan kecenderungannya terhadap sesuatu yang mewah dan suka menghamburkan uang dimana hal ini ditandai dengan ketertarikannya pada simbol simbol yang dapat membedakan status sosialnya.</p>		
--	---	--	--

**E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

**1. Uji Validitas**

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Oleh karena itu, uji validitas bertujuan untuk mengukur setiap pertanyaan kuesioner apakah pertanyaan yang ada dalam kuesioner yang dibuat dapat mengukur apa yang hendak akan ukur.<sup>13</sup> Instrumen dalam kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur oleh kuesioner tersebut. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.<sup>14</sup> Suatu kuesioner dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.<sup>15</sup> Uji validitas pada penelitian ini menggunakan bantuan IBM SPSS 25, uji coba instrumen untuk mengetahui validitas instrumen dilakukan pada 30 responden. Untuk mengetahui r hitung, peneliti

<sup>13</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 51.

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 172.

<sup>15</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*,

dibantu dengan alat SPSS 25, sedangkan untuk r tabel peneliti mencari di tabel dengan mengetahui dahulu derajat kebebasannya (*degree of freedom*). Pada penelitian ini penentuan r tabel didapat dengan rumus  $df = (n-2)$  Uji validitas ini menggunakan data dari responden terlebih dahulu sebanyak 30 orang,  $df = 30 - 2 = 28$  dengan taraf 5% (0,05) sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,3610. Hasil uji validitas setiap variabel tersaji dalam tabel di bawah ini:

**a. Variabel Media Sosial (X1)**

**Tabel 3.4 Hasil Validitas Media Sosial (X1)**

No Item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,831	0,3610	Valid
2	0,898	0,3610	Valid
3	0,807	0,3610	Valid
4	0,829	0,3610	Valid
5	0,507	0,3610	Valid
6	0,839	0,3610	Valid

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah Peneliti, 2021.

Berdasarkan data yang tersaji pada tabel di atas menunjukkan bahwa semua item memiliki nilai *pearson correlation* lebih dari r tabel (0,3610) Sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel Media Sosial dinyatakan valid.

**b. Variabel Gaya Hidup Hedonis (X2)**

**Tabel 3.5 Hasil Validitas Gaya Hidup Hedonis (X2)**

No Item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,399	0,3610	Valid
2	0,775	0,3610	Valid
3	0,543	0,3610	Valid
4	0,418	0,3610	Valid
5	0,702	0,3610	Valid
6	0,385	0,3610	Valid
7	0,416	0,3610	Valid
8	0,550	0,3610	Valid
9	0,490	0,3610	Valid
10	0,631	0,3610	Valid

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah Peneliti, 2021.

Berdasarkan data yang tersaji pada tabel di atas menunjukkan bahwa semua item memiliki nilai *pearson*

*correlation* lebih dari r tabel (0,3610) Sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel Gaya Hidup Hedonis dinyatakan valid.

**c. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)**

**Tabel 3.6 Hasil Validitas Perilaku Konsumtif**

No Item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,764	0,3610	Valid
2	0,772	0,3610	Valid
3	0,693	0,3610	Valid
4	0,765	0,3610	Valid
5	0,744	0,3610	Valid
6	0,852	0,3610	Valid
7	0,803	0,3610	Valid
8	0,850	0,3610	Valid
9	0,869	0,3610	Valid
10	0,714	0,3610	Valid

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah Peneliti, 2021.

Berdasarkan data yang tersaji pada tabel di atas menunjukkan bahwa semua item memiliki nilai *pearson correlation* lebih dari r tabel (0,3610) Sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel Perilaku Konsumtif dinyatakan valid.

**2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program spss dengan uji statistik *Cronbach Alpha* Adapun kriteria bahwa instrument itu dikatakan reliable apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistic *Cronbach Alpha* > 0,60 Dan sebaliknya, jika *Cronbach Alpha* ditemukan angka koefisien lebih kecil < 0,60 maka dikatakan tidak reliable.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Masrukhin, *Statistik Infrensial Aplikasi Program SPSS*, (Kudus: Media Ilmu Pres, 2008), 15

Berikut adalah hasil uji reliabilitas pada penelitian ini:

**Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	R tabel	Keterangan
Gaya Hidup	0,694	0,60	Reliabel
Media Sosial	0,877	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,931	0,60	Reliabel

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah Peneliti, 2021.

Kriteria bahwa instrument itu dikatakan reliable, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistic *Cronbach's Alpha* > 0,60 Dari hasil perhitungan didapat bahwa semua nilai *cronbach's alpha* dari Media Sosial dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif lebih dari 0,60 Hal ini berarti semua variabel dikatakan reliabel.

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Sumber data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.<sup>17</sup> Kuesioner dalam penelitian ini berisi pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel perilaku konsumtif, media sosial, gaya hidup hedonis. Adapun angket yang digunakan adalah daftar cocok (*check list*) dimana responden hanya perlu membutuhkan tanda (  $\surd$  ) pada tempat yang telah disediakan. Guna mengukur angket tersebut digunakan skala *Likert* dengan alternatif lima pilihan jawaban sebagai berikut:

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 199.

**Tabel 3.8**  
**Skor Jawaban pada Angket atau Kuesioner**

Alternatif jawaban	Skor untuk pernyataan positif	Skor untuk pernyataan negatif
Sangat setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu	3	3
Tidak setuju	2	4
Sangat tidak setuju	1	5

## 2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati.<sup>18</sup> Melalui instrumen penelitian, peneliti dapat mengumpulkan data dengan lebih mudah sehingga mudah diolah.

Adapun teknik pengumpulan yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode diantaranya sebagai berikut:  
 Metode Angket (kuesioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang diharapkan dari responden.<sup>19</sup> Dalam penelitian ini yang menjawab kuesioner adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kudus.

## G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, 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, menyajikan data tiap

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta: 2014), 222

<sup>19</sup> Wiratma Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 94.

variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data statistik deskriptif.<sup>20</sup>

## 1. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang mendasa sebelum melakukan analisis lebih lanjut Data yang berdistribusi normal sering dijadikan landasan dalam beberapa uji statistik, walaupun tidak semua data dituntut harus berdistribusi normal Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal Adapun kriteria pengujian normalitas data sebagai berikut:

#### 1) Variabel X

Angka signifikan  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal.

Angka signifikan  $< 0,05$  maka berdistribusi tidak normal.

Dengan demikian variabel X angka signifikannya  $0,000 > 0,05$  maka distribusi normal.

#### 2) Variabel Y

Angka signifikan  $> 0,05$  maka berdistribusi normal

Angka signifikan  $< 0,05$  maka berdistribusi tidak normal

Dengan demikian variabel Y angka signifikannya  $0,000 > 0,05$  maka distribusi normal.<sup>21</sup>

### b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol Multikolonialitas dapat pula dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIP) Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 147.

<sup>21</sup> Johar Arifin, *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017), 85.

variabel independen lainnya Nilai cutoff yang umum dipakai adalah nilai tolerance  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$ .<sup>22</sup>

### c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau tidak terjadi Heterokedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual yang telah di studentized.<sup>23</sup>

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen positif atau negatif.<sup>24</sup>

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi linier berganda untuk menganalisis data. Bentuk persamaan garis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

$X_1$  : Media Sosial

$X_2$  : Gaya Hidup Hedonis

$Y$  : Perilaku Konsumtif

<sup>22</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro: 2018), 105.

<sup>23</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, 139.

<sup>24</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 61.

- a : Konstanta
- b1 : Koefisien regresi media sosial
- b2 : Koefisien regresi Gaya Hidup Hedonis
- b3 : Koefisien regresi Perilaku Konsumtif
- e : Standar error

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Persial (Uji t)

Uji persial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

H1 :  $b_i = 0$  Analisis Regresi Linier Berganda

Artinya secara persial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H2 : b

Artinya secara persial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Ho diterima, apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  pada

Ha diterima, apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  pada<sup>25</sup>

#### b. Uji Statistik F (Uji Signifikan Simultan)

Uji F merupakan uji signifikan persamaan yang digunakan untuk menentukan seberapa besar variabel independen berpengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen.

Ho: tidak ada pengaruh secara bersama-sama antara media sosial dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif.

Ha: terdapat pengaruh secara bersama-sama antara media sosial dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif.

Dalam mengambil kesimpulan dapat dilakukan dengan cara:

1) Jika  $\text{sig} > 0,05$  artinya Ho diterima dan Ha ditolak.

2) Jika  $\text{sig} < 0,05$  artinya Ho ditolak dan Ha diterima.

Atau dengan cara:

1) Jika  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$  artinya Ho diterima dan Ha ditolak.

2) Jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  artinya Ho ditolak dan Ha diterima.

---

<sup>25</sup> Masrukin, *Buku Latihan SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif Dan Interfrensial*, (Kudus: Media Ilmu Pers, 2010), 74.

**c. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinan pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinan adalah antara nol sampai dengan satu. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentase variasi variabel dependen  $R^2$  sama dengan 0 (nol). Maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya jika  $R^2$  sama dengan 1, maka variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.<sup>26</sup>



---

66. <sup>26</sup> Masrukin, *Buku Latihan SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif Dan Interfrensial*,