

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan inti dari sebuah studi. Dalam konteks ini, fokus penelitian terletak pada intensitas penggunaan layanan Shopee *PayLater* dan perilaku konsumtif. Penelitian ini memiliki variabel independen berupa pada intensitas penggunaan layanan Shopee *PayLater* (X), dan variabel dependen berupa perilaku konsumtif (Y). Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Aktif Jurusan D3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, Metode penelitian kuantitatif ialah langkah-langkah ilmiah yang ditempuh oleh seorang peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memperoleh data-data yang dikuantifikasi dan dianalisis untuk menjawab/memecahkan suatu masalah. Sugiyono mempertegas bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivism yang dipakai untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dalam metode penelitian kuantitatif menggunakan instrumen penelitian, analisis datanya bersifat kuantitatif/statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu metode penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel dari suatu populasi melalui penyebaran

kuesioner. Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang dapat digunakan dalam mengukur atau mengetahui hubungan antara variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel independen dalam penelitian ini adalah intensitas penggunaan Shopee *PayLater* (X), sedangkan variabel dependen adalah perilaku konsumtif mahasiswa (Y) yang diduga dipengaruhi oleh intensitas penggunaan Shopee *PayLater*.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui media daring kepada responden yang menjadi subjek penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Jurusan D3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi yang menggunakan layanan Shopee *PayLater*.

3.2.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif verifikatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana intensitas penggunaan Shopee *PayLater* dan perilaku konsumtif mahasiswa. Melalui pendekatan ini, peneliti hanya melihat dan menjelaskan kondisi yang ada tanpa mengubah atau memanipulasi data.

Selain itu, pendekatan verifikatif digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan Shopee *PayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden, kemudian dianalisis untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian.

3.2.2 Operasional Variabel

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)
Intensitas Penggunaan Shopee <i>PayLater</i> (X)	Intensitas penggunaan Shopee <i>PayLater</i> adalah tingkat keseringan dan keterlibatan mahasiswa dalam menggunakan layanan <i>PayLater</i> saat melakukan transaksi pembelian di Shopee.	1. Frekuensi penggunaan: Menggambarkan seberapa sering mahasiswa menggunakan Shopee <i>PayLater</i> saat melakukan transaksi di Shopee. 2. Durasi penggunaan: Menunjukkan lamanya mahasiswa telah menggunakan layanan Shopee <i>PayLater</i> dalam aktivitas berbelanja. 3. Penggunaan aktual: Menjelaskan bagaimana penggunaan Shopee <i>PayLater</i> dalam kegiatan transaksi belanja mahasiswa. 4. Keterlibatan pengguna: Menunjukkan sejauh mana mahasiswa aktif menggunakan dan mengandalkan Shopee <i>PayLater</i> dalam bertransaksi, termasuk kecenderungan memilih <i>PayLater</i> dibanding metode pembayaran lain serta tingkat kenyamanan dalam penggunaannya.	Ordinal
Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian secara berlebihan yang lebih didorong	1. Pengaruh iklan dan Promosi: Menggambarkan kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian karena tertarik oleh promo atau diskon. 2. Gaya Hidup: Menunjukkan kecenderungan membeli	Ordinal

	oleh keinginan daripada kebutuhan.	barang untuk mengikuti tren atau gaya hidup. 3. Kontrol Diri: Menggambarkan kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan keinginan untuk berbelanja.	
--	------------------------------------	--	--

Sumber: Diolah oleh penulis, 2026

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan, Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap kondisi atau situasi yang terjadi di lapangan. Melalui observasi, peneliti dapat memperoleh gambaran nyata mengenai fenomena yang sedang diteliti sehingga data yang diperoleh dapat digunakan sebagai dasar dalam menarik kesimpulan penelitian (Sugiyono, 2019).

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Melalui kuesioner, peneliti dapat memperoleh informasi secara langsung dari responden mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan (Sugiyono, 2019).

3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang mengumpulkan dan menganalisis data dalam bentuk angka. Data yang diperoleh kemudian diolah secara statistik untuk mengetahui gambaran serta hubungan antar fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang menjadi subjek penelitian. Melalui kuesioner tersebut, responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap beberapa pernyataan yang berkaitan dengan penggunaan Shopee *PayLater* serta perilaku konsumsi mereka. Penilaian tersebut diberikan dalam bentuk skor menggunakan skala tertentu sehingga data yang diperoleh dapat diolah secara kuantitatif dan digunakan untuk mendukung analisis dalam penelitian ini.

2. Sumber data

Dalam upaya melakukan pengolahan data dan menemukan solusi atas permasalahan yang dihadapi, peneliti melakukan proses pengumpulan data. pada penelitian ini, dengan data yang diperoleh dari:

- a. Menurut Sugiyono (2019), data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama atau responden tanpa melalui perantara. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner tersebut berisi sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan penelitian mengenai penggunaan Shopee *Paylater* dan perilaku konsumtif mahasiswa. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner

tertutup, yaitu kuesioner yang sudah menyediakan beberapa pilihan jawaban sehingga responden dapat memilih jawaban yang paling sesuai dengan pendapatnya. Skala yang digunakan dalam kuesioner adalah skala *Likert* dengan lima pilihan jawaban, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Menurut Sugiyono (2019), skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang terhadap suatu fenomena sosial. Setiap jawaban yang dipilih responden akan diberikan skor tertentu untuk mempermudah proses analisis data.

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

Jawaban Responden	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5
Tidak Setuju (TS)	2	4
Netral (N)	3	3
Setuju (S)	4	2
Sangat Setuju (SS)	5	1

Sumber: Diolah oleh penulis, 2026

- b. Selain menggunakan data primer, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber yang relevan. Data sekunder dapat berasal dari buku, jurnal ilmiah, maupun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian. Data tersebut digunakan untuk mendukung serta memperkuat analisis dalam penelitian sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih lengkap mengenai fenomena yang diteliti.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2019), populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Populasi juga dapat diartikan sebagai seluruh elemen yang menjadi sasaran penelitian dan akan dijadikan wilayah generalisasi dari hasil penelitian. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah mahasiswa aktif Jurusan D3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi. Menurut Sugiyono (2019), populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Populasi juga dapat diartikan sebagai seluruh elemen yang menjadi sasaran penelitian dan akan dijadikan wilayah generalisasi dari hasil penelitian.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah mahasiswa aktif Jurusan D3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi yang berjumlah 534 mahasiswa, yang terdiri dari tiga angkatan, yaitu angkatan 2023 sebanyak 192 mahasiswa, angkatan 2024 sebanyak 162 mahasiswa, dan angkatan 2025 sebanyak 180 mahasiswa.

Pemilihan mahasiswa sebagai populasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka merupakan kelompok yang cukup aktif menggunakan layanan belanja online, termasuk fitur pembayaran seperti Shopee *PayLater*. Selain itu, mahasiswa memiliki karakteristik yang relatif seragam dari segi usia, latar belakang pendidikan, serta aktivitas penggunaan teknologi digital sehingga memudahkan peneliti dalam proses pengumpulan data. Dengan demikian, populasi

tersebut dianggap relevan untuk menggambarkan perilaku penggunaan Shopee *PayLater* serta kecenderungan perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa. Dengan demikian, populasi tersebut dianggap relevan untuk menggambarkan perilaku penggunaan Shopee *PayLater* serta kecenderungan perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa.

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2019), sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi dalam suatu penelitian. Dengan menggunakan sampel, peneliti dapat memperoleh data yang dibutuhkan tanpa harus meneliti seluruh populasi.

Dalam menentukan sampel penelitian, terdapat beberapa teknik pengambilan sampel yang dapat digunakan. Menurut Sugiyono (2019), teknik sampling secara umum dibagi menjadi dua jenis, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Sedangkan *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi karena pemilihannya didasarkan pada kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan

pertimbangan atau kriteria tertentu yang dianggap sesuai dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif Jurusan D3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.
2. Mahasiswa yang pengguna atau pernah menggunakan layanan Shopee *Paylater*.

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, diperoleh sebanyak 48 responden yang memenuhi syarat sebagai subjek penelitian. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh, yaitu seluruh responden yang memenuhi kriteria tersebut dijadikan sebagai sampel penelitian. Penggunaan teknik ini bertujuan untuk memperoleh data secara menyeluruh dari seluruh anggota sampel, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya secara lebih akurat.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian ini digunakan untuk mengetahui serta menjelaskan hubungan antara intensitas penggunaan layanan Shopee *PayLater* dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara kedua variabel tersebut.

Judul penelitian ini adalah “Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan Shopee *PayLater* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Universitas Siliwangi Jurusan D3 Perbankan dan Keuangan)”. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*).

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lainnya. Dalam penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah Intensitas Penggunaan Layanan Shopee *PayLater* (X).

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Variabel ini menjadi hasil atau akibat dari adanya variabel independen.

Dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah intensitas penggunaan layanan Shopee *PayLater* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada mahasiswa Jurusan D3 Perbankan dan Keuangan Universitas Siliwangi.

Selanjutnya, dalam penelitian kuantitatif salah satu metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel adalah analisis regresi. Analisis regresi merupakan metode yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen serta untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan variabel independen.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana karena hanya melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen. Model hubungan antara variabel tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Perilaku konsumtif mahasiswa

X = Intensitas penggunaan Shopee *PayLater*

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

3.2.5 Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur variabel yang sedang diteliti. Menurut Wahyuning (2021), uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan adanya uji validitas, peneliti dapat memastikan bahwa setiap *item* pertanyaan dalam kuesioner sudah sesuai dengan konsep penelitian sehingga data yang diperoleh dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *Pearson Correlation* dengan bantuan program SPSS 32 *for Windows*. Suatu *item* pertanyaan dinyatakan *valid* apabila nilai $R_{hitung} >$ dari R_{tabel} .

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik. Artinya, jika alat ukur digunakan beberapa kali, hasil yang diperoleh akan tetap stabil atau tidak jauh berbeda. Menurut

Wahyuning (2021), uji reliabilitas bertujuan untuk melihat seberapa andal instrumen penelitian dalam mengukur suatu variabel. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program SPSS 32 *for Windows*. Nilai *Cronbach's Alpha* berada pada rentang 0 sampai 1 dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,7$, maka data dianggap memiliki reliabilitas yang tinggi.
2. Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$, maka data dianggap cukup reliabel.
3. Jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$, maka instrumen penelitian dianggap belum reliabel.

2. Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai data yang diperoleh dari responden. Menurut Imam Ghozali (2018), analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik data melalui beberapa ukuran seperti *mean* (rata-rata), *median* (nilai tengah), dan *modus* (nilai yang paling sering muncul). Melalui analisis ini, peneliti dapat memahami pola dan penyebaran data yang diperoleh dari responden.

3. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak. Menurut Imam Ghozali (2018), uji normalitas penting dilakukan agar analisis statistik yang digunakan dapat menghasilkan kesimpulan yang tepat.

Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan program SPSS 32 *for Windows*. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada model regresi. Menurut Imam Ghozali (2018), pengujian ini penting untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan sudah sesuai. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode *Scatterplot* dengan bantuan program SPSS. Jika pada grafik tidak terlihat pola tertentu dan titik-titik menyebar secara acak, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

a. Hipotesis Operasional

Hipotesis secara operasional dilakukan dengan mengaitkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian agar dapat diukur secara empiris. Adapun hipotesis operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan Shopee *PayLater* (X) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y).

H_1 : Terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan Shopee *PayLater* (X) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y).

b. Kriteria Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Menurut Imam Ghozali (2018), uji t bertujuan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Pengujian dilakukan menggunakan program SPSS dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
3. Jika nilai t hitung $> t$ tabel, maka variabel independen dinyatakan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

c. Simpulan Statistik Uji

Berdasarkan kriteria uji t yang telah ditetapkan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara intensitas penggunaan Shopee *PayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau nilai t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara intensitas penggunaan Shopee *PayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.