

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan suatu data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Creswell (2014) menyatakan bahwa metode penelitian merupakan proses kegiatan ilmiah dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Disebut ilmiah karena kegiatan penelitian didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis (Sugiyono, 2020:2).

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian jenis survei dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020:16).

Dengan demikian, metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui dan menguji seberapa besar pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada produk digital, serta jauh mana literasi keuangan mampu memoderasi pengaruh tersebut.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rencana dan struktur dari penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam pelaksanaan penelitian agar data yang diperoleh relevan dengan masalah yang sedang dikaji. Desain penelitian adalah kerangka metode dan teknik penelitian yang dipilih oleh seorang peneliti yang melibatkan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif (Surjaatmadja, 2024 :159).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei dengan tujuan *explanatory research*. Desain ini dipilih karena penelitian ini bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel independen (Konformitas Teman Sebaya) terhadap variabel dependen (Perilaku Konsumtif) dengan Literasi

Keuangan sebagai variabel moderasi yang diduga memperkuat atau memperlemah pengaruh tersebut. Secara lebih rinci, hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konformitas Teman Sebaya (X) berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y)
2. Literasi Keuangan (M) juga berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y)
3. Literasi Keuangan (M) berperan sebagai variabel moderasi yang mempengaruhi kuat atau lemahnya hubungan antara Konformitas Teman Sebaya (X) dan Perilaku Konsumtif (Y)

Dengan demikian, desain ini sesuai digunakan untuk penelitian yang menguji hubungan antarvariabel dengan pendekatan kuantitatif dan analisis statistik inferensial.

3.3 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2020:67) variabel penelitian secara mendasar adalah segala hal dalam bentuk apapun yang ditentukan oleh peneliti untuk dikaji, sehingga diperoleh informasi terkait hal tersebut, dan kemudian disimpulkan hasilnya. Dalam penelitian kuantitatif, variabel berfungsi sebagai objek yang ukur untuk melihat hubungan sebab-akibat antar fenomena yang diteliti.

Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang telah dirumuskan, penelitian ini melibatkan tiga jenis variabel, yaitu variabel bebas (*Independent Variable*), variabel terikat (*Dependen Variable*) dan variabel moderasi (*Moderating Variable*).

3.3.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas sering kali disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, atau antecedent. Variabel bebas merupakan variabel yang memberikan pengaruh atau penyebab terjadinya perubahan dan kemunculan variabel terikat (Sugiyono, 2020:69). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Konformitas Teman Sebaya (X).

3.3.2 Variabel Terikat (*Dependen Variable*)

Variabel terikat sering disebut juga variabel ouput, kriteria, atau konsekuen. Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi hasil dari adanya perubahan pada variabel bebas (Sugiyono, 2020:69). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif (Y)

3.3.3 Variabel Moderasi (*Moderating Variable*)

Variabel moderasi merupakan variabel yang berperan dalam mempengaruhi hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat, baik dengan cara memperkuat maupun memperlemahnya (Sugiyono, 2020:69). Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah Literasi Keuangan (M).

Oprasionalisasi variabel dalam penelitian ini disusun sebagai langkah untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menafsirkan makna dari judul penelitian. Adapun oprasionalisasi variabel dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Oprasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Kajian Teoritis	Indikator	Skala Pengukuran
Konformitas Teman Sebaya (X)	Kecenderungan individu untuk menyesuaikan perilaku, sikap, dan keputusan mereka dengan kelompok teman sebaya untuk mendapatkan penerimaan sosial atau menghindari penolakan (Wulandari <i>et al.</i> , 2025).	1. <i>Cohesiveness</i> 2. <i>Consensus</i> 3. <i>Compliance</i>	Ordinal.
Perilaku Konsumtif (Y)	Pola konsumsi berlebihan yang tidak lagi didasarkan pada kebutuhan, melainkan pada keinginan, gaya hidup, dan pengaruh lingkungan sosial terutama terhadap produk digital	1. Pembelian Impulsif 2. Pemborosan 3. Mencari Kesenangan	Ordinal.

Variabel	Kajian Teoritis	Indikator	Skala Pengukuran
	seperti game, aplikasi berbayar, dan layanan streaming (Anjarwati <i>et al.</i> , 2023).		
Literasi Keuangan (M)	Tingkat pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan individu dalam mengelola keuangan secara efektif untuk mengambil keputusan ekonomi yang bijak, termasuk dalam penggunaan produk digital (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).	1. Pengetahuan 2. Keterampilan 3. Keyakinan 4. Sikap 5. Perilaku	Ordinal.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2020:126) populasi merupakan keseluruhan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti, kemudian dari hasilnya diambil suatu kesimpulan.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi Angkatan 2022 dan 2023. Alasan pemilihan populasi ini karena mahasiswa pada jenjang tersebut berada pada fase aktif menggunakan berbagai produk digital seperti aplikasi berlangganan, *game online*, serta platform hiburan, dan pembelajaran digital. Selain itu, mahasiswa angkatan tersebut juga dianggap representatif karena telah memiliki pengalaman akademik dan sosial yang cukup untuk menggambarkan fenomena konformitas teman sebaya dan literasi keuangan dalam konteks perilaku konsumtif.

Jumlah total mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi Angkatan 2022 dan 2023 berdasarkan data akademik dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas

Tabel 3. 2 Data Populasi

Tahun Angkatan	Jumlah Mahasiswa
2020	127
2023	136
Total	263

Sumber: Arsip data akademik dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Siliwangi 2025

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2020:127) sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengambilan sampel dilakukan agar data yang diperoleh dapat mewakili keseluruhan populasi, terutama ketika jumlah populasi terlalu besar untuk diteliti secara langsung.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *proportionate stratified random sampling*, karena populasi terdiri atas dua angkatan dengan jumlah mahasiswa yang berbeda, sehingga sampel diambil secara proporsional dari masing-masing angkatan agar hasil penelitian lebih representatif.

Karena penelitian ini sudah diketahui jumlah populasinya, maka perhitungan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Yamane Isaac dan Michael (Sugiyono, 2020:86).

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi (263 mahasiswa)

e = tingkat kesalahan yang ditetapkan

Untuk pupulasi (N) 263 dengan tingkat kesalahan yang ditetapkan (0,05 atau 5%) maka sampel yang dibutuhkan berdasarkan rumus diatas adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{263}{1 + 263 (0,05)^2} = \frac{263}{1 + 263 (0,0025)} = \frac{263}{1,657} = 158,72 \approx 159$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 159 responden. Selanjutnya untuk menjaga proporsionalitas antar angkatan, maka jumlah sampel dibagi berdasarkan persentase jumlah mahasiswa tiap angkatan dengan rumus:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Diketahui:

1. Angkatan 2022 berjumlah 127 mahasiswa
2. Angkatan 2023 berjumlah 136 mahasiswa

Maka:

$$\text{Sampel angkatan 2022} = \frac{127}{263} \times 159 = 76,7 \approx 77$$

$$\text{Sampel angkatan 2023} = \frac{136}{263} \times 159 = 82,2 \approx 82$$

Sehingga total dari keseluruhan sampel adalah 159 responden yang terbagi atas dua angkatan, yaitu angkatan 2022 sebanyak 77 responden mahasiswa, dan angkatan 2023 sebanyak 82 responden mahasiswa.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2020:194) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data yang tepat, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survey kuesioner (angket). Metode ini dipilih karena sesuai dengan pendekatan kuantitatif dan tujuan penelitian yang ingin mengetahui pengaruh antar variabel melalui tanggapan responden secara terukur. Data dalam penelitian ini akan diperoleh secara langsung dari subjek penelitian yaitu mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi Angkatan 2022 dan 2023 yang dihasilkan melalui penyebaran kuesioner.

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui pengisian kuesioner mengenai konformitas teman sebaya, perilaku konsumtif pada produk digital, dan literasi keuangan. Sedangkan data sekunder yaitu data pendukung yang diperoleh dari dokumentasi, jurnal ilmiah, buku, dan sumber-sumber terpercaya lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

3.6 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner (angket) yang berisi pertanyaan tertutup menggunakan skala likert 1-5, disusun berdasarkan dimensi dan indikator dari masing-masing variabel penelitian. Instrumen penelitian merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur fenomena, baik yang bersifat alamiah maupun sosial. Secara khusus, fenomena-fenomena tersebut disebut variabel penelitian. Instrumen penelitian dalam bidang sosial pada umumnya sudah ada yang baku, karena telah teruji validitas dan reliabilitasnya, tetapi banyak juga yang belum baku bahkan belum ada. Untuk itu peneliti harus mampu menyusun sendiri instrumen pada setiap penelitian dan menguji validitas serta reliabilitasnya (Sugiyono, 2020:156).

3.6.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Adapun kisi-kisi instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dengan skala likert 1-5 sebagai alat pengukurannya, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 3 Indikator Angket

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator	Nomor Item		Jumlah Item
			Positif (+)	Negatif (-)	
Perilaku Konsumtif (Y)	Pembelian Impulsif	Menggambarkan perilaku pembelian produk digital yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya. Indikator ini	1, 3, 4, 11	13	5

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator	Nomor Item		Jumlah Item
			Positif (+)	Negatif (-)	
		tercermin dari pembelian fitur atau layanan digital secara tiba-tiba, ketertarikan terhadap promosi mendadak, serta kesulitan menahan dorongan untuk membeli produk digital baru.			
	Pemborosan	Mengacu pada kecenderungan individu mengeluarkan uang secara berlebihan untuk produk atau layanan digital tanpa mempertimbangkan manfaat dan kebutuhan. Indikator ini ditunjukkan melalui pengeluaran yang melebihi batas wajar, kurangnya pertimbangan manfaat sebelum membeli, serta munculnya rasa penyesalan setelah melakukan pembelian yang tidak diperlukan.	6, 9, 15, 17, 20	5, 10	7
	Mencari Kesenangan	Menunjukkan perilaku konsumsi produk digital yang didorong oleh tujuan	7, 12, 14, 19	2, 8, 16, 18	8

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator	Nomor Item		Jumlah Item
			Positif (+)	Negatif (-)	
		hiburan dan kepuasan pribadi. Indikator ini tercermin dari penggunaan produk digital untuk mengisi waktu luang, meningkatkan suasana hati, serta kecenderungan mengutamakan kesenangan digital dibandingkan kebutuhan lainnya.			
Konformitas Teman Sebaya (X)	<i>Cohesiveness</i>	Menunjukkan tingkat kedekatan emosional dan rasa memiliki individu terhadap kelompok teman sebaya. Indikator ini tercermin dari perasaan nyaman berada dalam kelompok yang memiliki minat serupa terhadap produk digital, adanya rasa kebersamaan, serta kepercayaan diri dalam menggunakan produk digital ketika berada dalam lingkungan pertemanan.	24, 32, 36, 39	34	5
	<i>Consensus</i>	Mengacu pada	21, 25,	23, 28	7

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator	Nomor Item		Jumlah Item
			Positif (+)	Negatif (-)	
		kesediaan individu untuk menyetujui dan mengikuti kesepakatan kelompok dalam memilih dan menggunakan produk digital. Indikator ini ditunjukkan melalui persetujuan terhadap pendapat teman, kesediaan mengikuti kebiasaan penggunaan produk digital yang berlaku dalam kelompok, serta upaya menyesuaikan diri agar tidak berbeda dari anggota kelompok lainnya.	27, 30, 37		
	<i>Compliance</i>	Merupakan bentuk kepatuhan individu terhadap ajakan atau tekanan sosial dari teman sebaya. Indikator ini tercermin dari kecenderungan mengikuti ajakan teman untuk membeli atau menggunakan produk digital, mengubah keputusan pribadi	22, 29, 33, 35	26, 31, 38, 40	8

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator	Nomor Item		Jumlah Item
			Positif (+)	Negatif (-)	
		karena pengaruh lingkungan pertemanan, serta penggunaan produk digital tertentu demi diterima dalam kelompok.			
Literasi Keuangan (M)	Pengetahuan Keuangan	Mengacu pada pemahaman individu terhadap konsep dasar keuangan, seperti tabungan, investasi, dan perencanaan keuangan. Indikator ini juga mencakup pemahaman mengenai risiko dan manfaat penggunaan uang serta kesadaran akan pentingnya menyesuaikan pengeluaran digital dengan kemampuan finansial.	41,45	42	3
	Keterampilan Keuangan	Menunjukkan kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara praktis. Indikator ini tercermin dari kemampuan menyusun anggaran, mengatur prioritas keuangan, mencatat pengeluaran layanan	43,49,54	44,52	5

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator	Nomor Item		Jumlah Item
			Positif (+)	Negatif (-)	
		digital, serta membatasi konsumsi digital agar tidak mengganggu kebutuhan lainnya.			
	Keyakinan Keuangan	Berkaitan dengan tingkat kepercayaan diri individu dalam mengelola keuangan secara mandiri. Indikator ini ditunjukkan melalui keyakinan dalam mengambil keputusan keuangan pribadi, kemampuan menolak pengaruh negatif dari lingkungan, serta kepercayaan diri dalam menghadapi tren konsumsi digital.	46,51	47,50	4
	Sikap Keuangan	Menggambarkan pandangan dan kecenderungan individu dalam menyikapi penggunaan uang. Indikator ini tercermin dari sikap mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan, pandangan positif terhadap kebiasaan	48,53,58	55	4

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator	Nomor Item		Jumlah Item
			Positif (+)	Negatif (-)	
		menabung, serta kehati-hatian dalam mengambil keputusan finansial sebelum melakukan pembelian digital.			
	Perilaku Keuangan	Menunjukkan tindakan nyata individu dalam mengelola keuangannya. Indikator ini tercermin dari kebiasaan menabung secara rutin, upaya menghindari pemborosan pengeluaran digital, serta pengalokasian dana untuk tujuan jangka panjang, bukan semata-mata untuk konsumsi digital.	56,59	57,60	
Total Item					60

3.6.2 Pedoman Penskoran Kuesioner

Instrumen Penelitian ini menggunakan skala likert dengan lima alternatif jawaban. Untuk pernyataan positif (*favorable*), skor diberikan dari skala 1-5, sedangkan untuk pernyataan negatif (*unfavorable*), skor diberikan secara terbalik (*reverse scoring*) dengani skala 5-1. Pembalikan skor ini dilakukan agar arah interpretasi skor tetap konsisten. Maka kemungkinan jawaban dipilih responden sebagai berikut:

Tabel 3.4 Pedoman Penskoran Pernyataan Positif

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber: (Sugiyono, 2020:94)

Tabel 3. 5 Pedoman Penskoran Pernyataan Negatif

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat tidak setuju	5
Tidak Setuju	4
Cukup Setuju	3
Setuju	2
Sangat setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2020:94)

3.6.3 Uji Instrumen Penelitian

3.6.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat keabsahan atau kesahihan suatu kuesioner. Sebuah kuesioner dikatakan valid apabila setiap butir pertanyaan yang terdapat didalamnya mampu mengungkapkan atau mengukur variabel yang seharusnya diukur, bukan hal lain diluar itu (Ghozali, 2016:52).

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan bantu program SPSS menggunakan metode korelasi *Pearson Product Moment*. Pengujian ini dilakukan dengan mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor konstruk. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Suatu variabel dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel, sedangkan variabel dinyatakan tidak valid apabila r hitung $<$ tabel.

Tabel 3.6. Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Jumlah Butir Item	Nomor Item Tidak Valid	Jumlah Butir Tidak Valid	Jumlah Butir Valid
Perilaku Konsumtif Produk Digital (Y)	20	5,11,16,18,20	5	15
Konformitas Teman Sebaya (X)	20	23,31	2	18
Literasi Keuangan (M)	20	42,43,49,50,52,60	6	14
Jumlah	60	13		47

Sumber: Data penelitian diolah 2026

3.6.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk menilai konsistensi suatu kuesioner yang berfungsi sebagai indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap butir pertanyaan bersifat konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Dengan kata lain, apabila instrumen digunakan kembali dalam kondisi yang relatif sama, maka hasil pengukurannya tetap menunjukkan hasil yang serupa (Ghozali, 2016:47).

Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS untuk memastikan konsistensi internal dari instrumen penelitian. Suatu instrumen dinyatakan reliabel atau konsisten apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. Sebaliknya, instrumen dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten apabila nilai *Cronbach's Alpha* < 0,70.

Tabel 3.7 Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	Tingkat Reliabilitas
Perilaku Konsumtif Produk Digital (Y)	0,888	Sangat Reliabel
Konformitas Teman Sebaya (X)	0,943	Sangat Reliabel
Literasi Keuangan (M)	0,829	Sangat Reliabel

Sumber: Data penelitian diolah 2026

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan tahap yang dilakukan setelah seluruh data dari responden atau sumber lainnya berhasil dikumpulkan. Kegiatan dalam analisis data meliputi: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menstabilisasikan data sesuai variabel dari seluruh responden, menyajikan data untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan guna menjawab rumusan masalah penelitian, serta melakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah diajukan sebelumnya (Sugiyono, 2020:206).

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik inferensial dengan pendekatan *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (Konformitas Teman Sebaya) terhadap variabel terikat (Perilaku Konsumtif), serta melihat peran Literasi Keuangan sebagai variabel moderasi. Statistik inferensial merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data dari sampel, kemudian hasilnya digeneralisasikan atau diberlakukan terhadap populasi. Statistik ini sesuai digunakan apabila sampel diambil dari populasi yang jelas dan pengambilan sampel dilakukan dengan metode *random sampling* (Sugiyono, 2020:208). Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan terlebih dahulu pengajuan asumsi klasik untuk memastikan apakah model regresi yang digunakan tidak terdapat masalah normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Jika terpenuhi, maka model analisis layak digunakan.

3.7.1 Uji Prasyarat Analisis

Dalam penelitian ini, uji prasyarat analisis yang digunakan terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas sebelum melakukan analisis regresi. Adapun tahapan uji yang dilakukan sebagai berikut:

3.7.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi, variabel independen variabel dependen memiliki distribusi yang normal atau tidak. Model regresi yang baik ditandai dengan nilai residual dari variabel bebas dan variabel terikat yang berdistribusi normal (Ghozali, 2016:154). Dalam

penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* terhadap nilai *unstandardized residual* dengan bantuan aplikasi SPSS versi 26. Kriteria pengambilan keputusan pada uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* adalah apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data residual dinyatakan berdistribusi secara normal.

3.7.1.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan atau korelasi yang kuat antara variabel independen (X) dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami multikolinieritas diantara variabel independen. Apabila variabel tersebut tidak bersifat *Orthogonal*, yaitu kondisi dimana nilai korelasi antar variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2016:103).

Ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan *VIF* (*Varian Inflation Factor*). Nilai *tolerance* menunjukkan seberapa besar variabilitas suatu variabel bebas yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Adapun kriteria penukurannya menurut (Ghozali, 2016:104).:

1. Jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ maka menunjukkan adanya multikolinieritas.
2. *Varian Inflation Factor* (*VIF*) ≤ 10 maka menunjukkan adanya multikolinieritas.
3. Model Regresi yang baik memiliki nilai *tolerance* 0,10 dan *VIF* ≤ 10 , sehingga dapat dinyatakan bebas dari multikolinieritas.

3.7.1.3 Uji Heteroskedastitas

Uji heteroskedastitas bertujuan untuk mengetahui terdapat perbedaan atau persamaan varians dari residual antar satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Jika varians residual antar pengamatan bersifat konstan, maka disebut homoskedastisitas, sedangkan apabila varians tersebut berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki varians residual yang sama atau homoskedastisitas (Ghozali, 2016:134).

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji *Glejser* dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Apabila nilai

signifikansi masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05 maka dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

3.7.2 *Moderated Regression Analysis (MRA)*

Analisis regresi atau *Moderated Regression Analysis (MRA)* merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menguji hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen yang dapat diperkuat atau diperlemah oleh adanya variabel moderasi (Ghozali, 2016:213). Pendekatan MRA ini digunakan untuk menjaga integritas sampel serta memberikan dasar analitis dalam mengontrol pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel moderasi terhadap hubungan antar variabel utama. Model analisis MRA yang digunakan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori moderasi semu (*quasi moderation*), karena literasi keuangan tidak berperan sebagai variabel moderasi, tetapi juga memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada produk digital. Persamaan model regresinya dapat dituliskan, sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X + \beta_2 M + \beta_3 XM + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumtif

X = Konformitas Teman Sebaya

M = Literasi Keuangan

XM = Interaksi antara Konformitas Teman Sebaya dan Literasi Keuangan

α = Konstanta

β = Koefisiensi regresi

e = Error (tingkat kesalahan)

3.7.3 Uji Hipotesis

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk pengujian digunakan taraf signifikansi sebesar 0,05 (5%) (Ghozali, 2016:64). Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji pengaruh Konformitas Teman

Sebaya (X), Literasi Keuangan (M), serta variabel interaksi antara Konformitas Teman Sebaya dan Literasi Keuangan ($X*M$) terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

Adapun kriteria pengujian:

1. Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai Sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Kriteria tersebut berlaku untuk pengujian Konformitas Teman Sebaya (X), Literasi Keuangan (M), serta variabel interaksi antara Konformitas Teman Sebaya dan Literasi Keuangan ($X*M$).

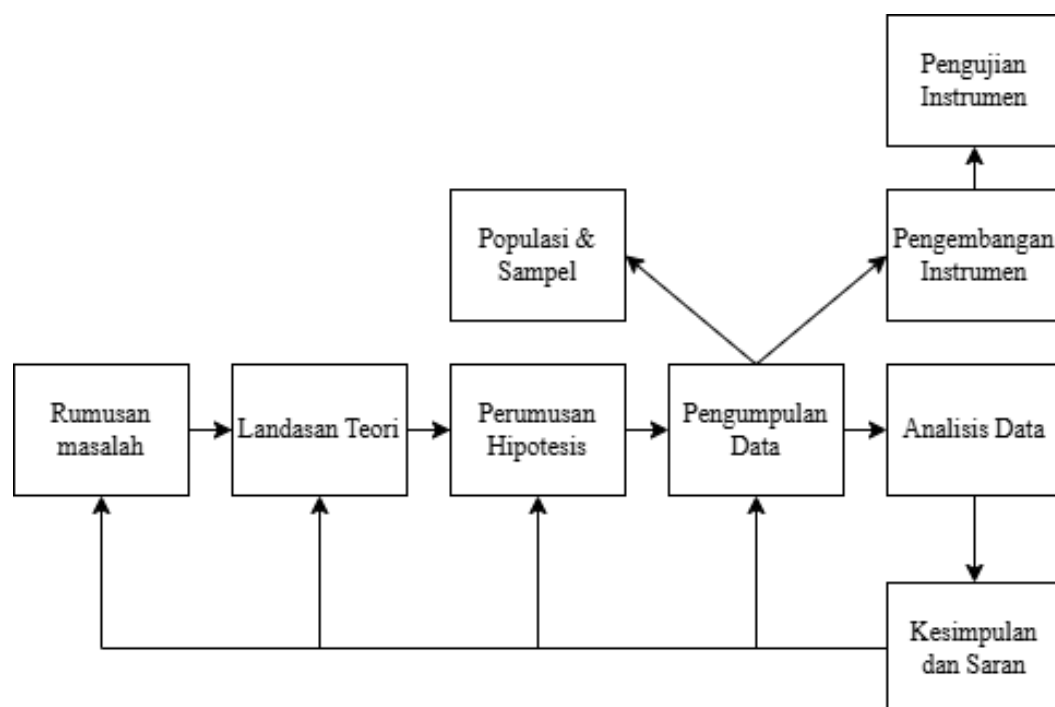
3.7.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:95). Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik kemampuan model regresi dalam menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa dengan interpretasi sebagai berikut:

1. Nilai R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen memberikan pengaruh yang besar terhadap variabel dependen.
2. Nilai R^2 mendekati 0 menunjukkan bahwa variabel independen memberikan pengaruh yang rendah terhadap variabel dependen.

3.8 Langkah-langkah Penelitian

Menurut Sugiyono (2020:58) penelitian kuantitatif dilakukan melalui langkah-langkah sistematis mulai dari identifikasi masalah hingga pelaporan hasil penelitian. Keseluruhan langkah ini dimaksudkan agar penelitian bersifat ilmiah, rasional, empiris, dan sistematis. Adapun langkah-langkah penelitian tersebut dapat digambarkan, sebagai berikut:



Gambar 3.1 Langkah-langkah Penelitian

Berdasarkan gambar diatas, langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini mencakup beberapa proses, sebagai berikut:

1. Merumuskan masalah penelitian: Tahap pertama yaitu merumuskan permasalahan yang menjadi fokus penelitian.
2. Menentukan tinjauan pustaka/landasan teori: Penulis melakukan kajian terhadap berbagai teori, hasil penelitian terdahulu, dan konsep yang relevan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian. Kajian ini digunakan untuk menyusun kerangka konseptual dan dasar dalam perumusan hipotesis penelitian.
3. Perumusan hipotesis: Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, penulis menyusun hipotesis sebagai dugaan sementara mengenai hubungan antar variabel.
4. Pemilihan metode penelitian: Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei.
5. Penentuan populasi dan sampel: Populasi penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi Angkatan

2022 dan 2023. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *proportionate stratified random sampling*.

6. Penyusunan instrumen penelitian: Instrumen penelitian berupa kuesioner (angket) yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian.
7. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen: Sebelum digunakan untuk pengumpulan data, kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu agar instrumen benar-benar layak untuk digunakan.
8. Pengumpulan data: Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, penulis melakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditentukan sebagai sampel penelitian.
9. Analisis data: Data yang terkumpul dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak statistik (SPSS).
10. Kesimpulan dan saran: Berdasarkan hasil analisis data, penulis menarik kesimpulan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Selain itu, penulis memberikan saran yang bersifat aplikatif maupun teoritis sebagai kontribusi bagi peneliti selanjutnya.

3.9 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di Universitas Siliwangi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Jurusan Pendidikan Ekonomi yang berlokasi di Jalan Siliwangi No. 24, Kahuripan, Tawang, Kota Tasikmalya, Jawa Barat.

Adapun waktu yang digunakan penulis untuk melakukan penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu 5 bulan, terhitung mulai dari Oktober 2025 hingga Februari 2026. Berdasarkan rentang waktu tersebut, waktu proses penelitian ini dapat digambarkan, sebagai berikut:

