

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dijelaskan oleh Creswell, J & Creswell, J, (2023:4), adalah langkah-langkah yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data, menganalisis, dan menafsirkan hasil untuk menjawab tujuan penelitian. Adapun pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Creswell, J & Creswell, J (2023:4), menjelaskan penelitian kuantitatif sebagai sebuah penyelidikan tentang masalah sosial berdasarkan pada pengujian teori yang terdiri dari beberapa variabel, diukur dengan angka, dan dianalisis dengan prosedur statistik untuk menguji teori didukung oleh data.

Pendekatan penelitian kuantitatif dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik survei, yakni dengan menyebar kuesioner terhadap sebuah sampel penelitian untuk memperoleh hasil mengenai pengaruh pendidikan karakter, *snob effect*, dan kondisi sosial ekonomi terhadap pengambilan keputusan konsumsi generasi Z.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rancangan penelitian yang digunakan peneliti sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian dari tahap awal sampai akhir penelitian. Sesuai yang dijelaskan oleh Pasaribu *et al* (2022: 25), desain penelitian itu sebagai rencana, kerangka, atau strategi yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan penelitian. Adapun pada penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian eksplanatori. Desain penelitian metode eksplanatori merupakan desain penelitian dengan bertujuan untuk mencari hubungan sebab akibat antara variabel yang diteliti, (Hartono, 2019: 94).

3.3 Variabel Penelitian

Menurut Hartono (2019: 41), variabel penelitian adalah objek penelitian yang memiliki variasi dan dapat diamati, seperti jenis kelamin, berat badan, usia, dan sebagainya. Variabel penelitian terdiri dari dua macam, yaitu variabel independen (variabel bebas) yang memengaruhi variabel lain dan variabel dependen (variabel terikat) yang dipengaruhi oleh variabel lain. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut.

1) Variabel Independen (X)

Menurut Setyawan (2021: 40), variabel independen disebut juga sebagai variabel stimulus, variabel pengaruh, variabel perlakuan, kausa, *treatment*, risiko, atau variabel bebas. Adapun disebut variabel bebas, karena variabel ini yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahan dan timbulnya variabel dependen atau terikat. Serta variabel ini bebas dalam memengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independennya adalah pendidikan karakter (X1), *snob effect* (X2), dan kondisi sosial ekonomi (X3).

2) Variabel Dependen (Y)

Menurut Setyawan (2021: 41), variabel dependen disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen, variabel efek, variabel terpengaruh atau variabel terikat. Dikatakan sebagai variabel terikat karena variabel ini yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas atau independen. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependennya adalah pengambilan keputusan konsumsi (Y).

3.4 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan variabel penelitian yang telah dijelaskan, maka untuk operasionalisasi variabelnya yakni sebagai berikut:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Jenis Data
Pengambilan keputusan konsumen (Y)	Tahapan-tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan kegiatan konsumsi. James F. Engel, David T. Kollat, dan Order D. Blackwell tahun 1968 (Irwansyah et al., 2021: 26).	1. Kemantapan produk 2. Kebiasaan membeli 3. Rekomendasi orang lain 4. Adanya konsumsi berulang Kotler (Liq et al., 2025).	Diukur melalui tanggapan responden mengenai kemantapan memilih produk, kebiasaan membeli, pengaruh rekomendasi, dan konsumsi berulang.	Dianalisis dari skor rata-rata tanggapan responden terhadap indikator kemantapan produk, kebiasaan membeli, rekomendasi orang lain, dan konsumsi berulang pada skala <i>likert</i> .	Ordinal (Skala <i>Likert</i>)
Pendidikan karakter (X1)	Penanaman nilai-nilai karakter yang dapat membentuk moral dan menjadi	1. Pengetahuan moral (moral knowing) 2. Perasaan bermoral (moral feeling)	Diukur melalui tanggapan responden mengenai pengetahuan,	Dianalisis berdasarkan skor rata-rata jawaban responden terhadap	Ordinal (Skala <i>Likert</i>)

	pedoman setiap individu dalam menjalankan kehidupannya (Tanaka et al., 2023: 15)	3. Perilaku bermoral (moral doing) Lickona (Wahyuni, 2021: 25)	perasaan, dan kebiasaan dalam menerapkan nilai moral pada perilaku konsumsi sehari-hari.	indikator moral <i>knowing</i> , moral <i>feeling</i> , dan moral <i>doing</i> pada skala <i>likert</i> .	
<i>Snob Effect</i> (X2)	Perilaku konsumen yang menekankan ingin selalu menjaga citra diri dan menunjukkan perbedaan diatas orang lain. (Leibenstein, 1950).	1. Keunikan 2. <i>Trendsetter</i> 3. Mementingkan eksklusivitas (Dahm, 2018).	Diukur melalui tanggapan responden tentang keinginan tampil berbeda, menjadi <i>trendsetter</i> , dan memilih produk eksklusif untuk menjaga citra diri.	Dianalisis melalui skor rata-rata tanggapan responden terhadap pernyataan tentang keunikan, <i>trendsetter</i> , dan eksklusivitas pada skala <i>likert</i> .	Ordinal (Skala <i>Likert</i>)

Kondisi Sosial Ekonomi (X3)	Aspek kehidupan yang menetapkan seseorang pada posisi tertentu, yang dapat ditentukan oleh faktor ekonomi dan faktor sosial (Maruwae dan Ardiansyah, 2020).	1. Modal ekonomi 2. Modal sosial 3. Modal budaya 4. Modal simbolik Bourdieu (Ismoyo, 2024).	Diukur melalui persepsi responden terhadap tingkat modal ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik yang dimiliki dalam kehidupan sehari-hari.	Dianalisis dari skor rata-rata responden pada indikator modal ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik menggunakan skala <i>likert</i> .	Ordinal (Skala <i>Likert</i>)
-----------------------------	---	---	---	---	--------------------------------

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi Penelitian

Populasi penelitian merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik suatu kesimpulan. Sesuai yang dijelaskan oleh Pasaribu *et al* (2022:47), populasi dalam penelitian itu tidak hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi keseluruhan karakteristik atau sifat yang dimiliki dalam suatu objek atau subjek penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini berfokus pada subjek penelitiannya.

Subjek penelitian yang dijelaskan oleh Nashrullah *et al* (2023: 18), adalah orang yang memberikan informasi penelitian mengenai suatu keadaan, situasi, dan

kondisi tempat penelitian. Adapun pada penelitian ini subjek yang diambil yakni kepada generasi Z dengan klasifikasi usia 21-25 tahun yang ada di Kota Tasikmalaya dengan rincian jumlah populasi sebagai berikut:

Tabel 3.2 Data Jumlah Generasi Z Usia 21-25 Di Kota Tasikmalaya

Kelompok Umur 21-25	
Perempuan	31.316
Laki-laki	30.086
Jumlah	61.402

Sumber: BPS Kota Tasikmalaya 2025

3.5.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari suatu objek atau subjek yang mewakili populasi dalam penelitian. Sesuai yang dijelaskan Sinambela (2023: 160) menjelaskan bahwa sampel dalam penelitian adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dalam suatu populasi penelitian. Adapun untuk teknik sampel yang digunakan pada penelitian ini yakni teknik non *probability sampling* melalui sampling kuota. Teknik sampling kuota adalah teknik pengambilan sampel yang ditentukan dengan cara menentukan jumlah sampel dari populasi yang memiliki ciri-ciri penelitian yang diinginkan peneliti, (Sinambela, 2023: 172).

Dalam menentukan sampel peneliti menggunakan beberapa kriteria atau ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Sampel adalah generasi Z dengan jenis kelamin perempuan atau laki-laki
- 2) Sampel adalah generasi Z yang berada di Kota Tasikmalaya
- 3) Sampel adalah generasi Z dengan usia 21-25 tahun
- 4) Sampel yang terdiri dari berbagai kalangan kategori yakni mahasiswa, pekerja, dan tidak bekerja.
- 5) Sampel adalah generasi Z yang melakukan kegiatan konsumsi baik secara *online* dan *offline*.

Jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 14 indikator, yang terdiri atas 4 indikator pengambilan keputusan konsumsi, 3 indikator pendidikan karakter, 3 indikator *snob effect*, dan 4 indikator kondisi sosial ekonomi. Untuk populasi yang berjumlah luas atau besar, maka perhitungan sampel dapat menggunakan rumus Hair (Nilawati & Fati, 2023:33) Berikut merupakan perhitungan untuk rumus Hair:

$$N = 5-10 \times \text{indikator variabel}$$

N = Jumlah sampe

5 = Batas minimal sampel

10 = Batas maksimal sampel

Keterangan : Jumlah indikator = 14

Maka perhitungan sampel dengan rumus Hair sebagai berikut:

$$N = 5 \times 14 = 70 \text{ (batas minimal)}$$

$$N = 10 \times 14 = 140 \text{ (batas maksimal)}$$

Perhitungan sampel pada penelitian yang terdiri dari beberapa kategori dapat menggunakan saran perhitungan dari Roscoe. Menurut Sinambela (2023: 180), perhitungan Roscoe digunakan ketika sampel dibagi menjadi beberapa kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori ambil minimal 30. Dan ketika penelitian menggunakan uji analisis regresi berganda, maka jumlah sampel harus 10 kali lipat dari total variabel yang digunakan.

Berdasarkan perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Hair, maka diperoleh jumlah sampel minimal sebanyak 70 responden dan maksimal sebanyak 140 responden. Selanjutnya, berdasarkan ketentuan Roscoe, apabila sampel terdiri atas beberapa kategori, maka setiap kategori sebaiknya diambil minimal 30 responden. Dalam penelitian ini terdapat tiga kategori responden, yaitu mahasiswa, pekerja, dan tidak bekerja. Oleh karena itu, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 50 responden pada setiap kategori, sehingga total sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden. Jumlah tersebut telah

memenuhi ketentuan kedua rumus perhitungan sampel, yaitu rumus Hair dan Roscoe, sehingga diharapkan mampu menghasilkan temuan penelitian yang lebih luas.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Creswell, J & Creswell, J (2023:198), teknik pengumpulan data adalah cara atau langkah-langkah untuk memperoleh sejumlah informasi atau data untuk penelitian. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni melalui kuesioner. Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan pernyataan atau pertanyaan kepada responden untuk dijawab, sehingga nantinya akan diperoleh data yang menunjang hasil penelitian, (Nashrullah et al., 2023: 57)

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian kali ini mengenai pengaruh pendidikan karakter, *snob effect* dan kondisi sosial ekonomi terhadap pengambilan keputusan konsumsi yang dibagikan kepada generasi Z di Kota Tasikmalaya. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dengan memberikan kuesioner melalui *google form* kepada generasi Z di Kota Tasikmalaya.

Pada penelitian ini pedoman penskoran yang digunakan untuk kuesioner menggunakan jenis skala ordinal dengan skala *likert*. Menurut Benu & Benu, (2019:143), skala likert merupakan suatu skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui intensitas relatif dari item-item yang berbeda.

Tabel 3.3 Skala Likert

Skala <i>Likert</i>			
Positif		Negatif	
Sangat Setuju	4	Sangat Setuju	1
Setuju	3	Setuju	2
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	3
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	4

Sumber: (Benu & Benu, 2019:143)

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian sebagai alat yang digunakan peneliti dalam mengukur fenomena yang sedang diamati. Menurut Widodo *et al* (2023: 71) , dalam penelitian kuantitatif instrumen penelitian dapat dilakukan melalui beberapa cara yakni observasi, kuesioner atau angket, dan tes hasil belajar. Adapun pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuesioner berupa pernyataan. Berikut kisi- kisi instrumen pada penelitian.

Tabel 3.4 Instrumen Penelitian

Indikator	Kisi-kisi	Nomor Soal	Jumlah
Kemantapan Produk	Keyakinan terhadap produk yang dikonsumsi	1,2,3	3
	Kepercayaan kualitas produk sebelum dikonsumsi	4,5	2
Kebiasaan Konsumsi	Pola konsumsi berulang karena kenyamanan dan kebiasaan	6,7,8	3
	Preferensi kegiatan konsumsi yang sering digunakan	9,10	2
Rekomendasi Orang Lain	Keinginan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain	11,12	2
	Kecenderungan memilih produk yang sama karena kepuasan konsumsi	13	1
Konsumsi Berulang	Keinginan mengonsumsi produk karena kelayakan (manfaat konsumsi)	14,15,16	3
Indikator	Kisi-kisi	Nomor Soal	Jumlah
Moral <i>Knowing</i>	Pemahaman nilai, etika, dan norma	17	1
	Pengendalian diri dalam berperilaku	18,19	2

Moral <i>Feeling</i>	Rasa tanggungjawab dan hati nurani	20,21	2
	Empati (kerendahan hati) dan sikap menghargai	22,23	2
Moral <i>Doing</i>	Kompetensi dan kemauan bertindak bermoral	24,25,26	3
	Kebiasaan berperilaku sesuai nilai moral	27,28	2
Indikator	Kisi-kisi	Nomor Soal	Jumlah
Keunikan	Preferensi terhadap produk yang jarang dimiliki orang dan unik	29,30	2
<i>Trensetter</i>	Kebiasaan memperkenalkan <i>tren</i> kepada lingkungan sosial sebagai ciri khas	31	1
Mementingkan	Ketertarikan pada produk dengan akses terbatas	32,33	2
Eksklusivitas	Pemilihan produk untuk mewah supaya tidak mudah diikuti orang lain	34,35	2
Indikator	Kisi-kisi	Nomor Soal	Jumlah
Modal Ekonomi	Kemampuan memenuhi kebutuhan konsumsi	36,37	2
Modal Sosial	Jaringan sosial yang memberi dukungan dan informasi	38,39	2
Modal Budaya	Pengetahuan yang membentuk preferensi konsumen	40,41	2
	Kebiasaan dan nilai budaya yang membentuk gaya hidup	42,43	2
Modal Simbolik	Penggunaan produk kehormatan untuk dan pengakuan sosial	44	1

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Creswell, J & Creswell, J (2023:198), teknik analisis data merupakan metode dalam memproses data untuk dapat dijadikan sebagai informasi. Teknik analisis data ini juga digunakan untuk mengolah dan menganalisis data dalam suatu penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut.

3.8.1 Analisis Statistika Deskriptif

3.8.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan dalam mengukur valid atau tidaknya instrumen penelitian yang telah dibuat penelitian. Sesuai yang dijelaskan oleh Widarjono (2018: 11), uji validitas ini digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner yang dijadikan sebagai instrumen penelitian. Kuesioner yang dibuat berupa pertanyaan atau pernyataan kemudian dapat diuji kevalidannya menggunakan uji validitas ini. Adapun uji validitas pada penelitian ini melalui *Karl Pearson* pada SPSS.

Dalam menggunakan *Karl Pearson* peneliti menggunakan aplikasi SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), ketentuan untuk valid atau tidaknya suatu butir soal dinyatakan sebagai berikut.

- 1) Ketika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dan memiliki nilai positif, dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, maka dinyatakan valid.
- 2) Ketika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, maka dinyatakan tidak valid.

Cara untuk menentukan $r \text{ tabel}$ pada signifikansi $\alpha = 0,05$ dan df (degree of freedom) $(N-2)$ (61-59), dengan nilai $r \text{ tabel}$ sebesar 0,212. Berikut adalah hasil dari uji instrumen uji validitas kepada 61 generasi Z di Kota Tasikmalaya:

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas SPSS

Variabel	Item	<i>Pearson Corelation</i>	r-Tabel	Keterangan
Pengambilan Keputusan Konsumsi (Y)	Y ¹	0.403	0.212	Valid
	Y ²	0. 504	0.212	Valid
	Y ³	0. 692	0.212	Valid
	Y ⁴	0. 749	0.212	Valid
	Y ⁵	0. 424	0.212	Valid
	Y ⁶	0. 817	0.212	Valid
	Y ⁷	0. 780	0.212	Valid
	Y ⁸	0. 783	0.212	Valid
	Y ⁹	0. 766	0.212	Valid
	Y ¹⁰	0. 783	0.212	Valid
	Y ¹¹	0. 797	0.212	Valid
	Y ¹²	0. 752	0.212	Valid
	Y ¹³	0. 767	0.212	Valid
	Y ¹⁴	0. 072	0.212	Tidak Valid
	Y ¹⁵	0. 765	0.212	Valid
	Y ¹⁶	0. 768	0.212	Valid
	Y ¹⁷	0. 734	0.212	Valid
Pendidikan Karakter (X1)	X1 ₁	-0. 232	0.212	Tidak Valid
	X1 ₂	0. 501	0.212	Valid
	X1 ₃	0. 690	0.212	Valid
	X1 ₄	0. 592	0.212	Valid
	X1 ₅	0. 689	0.212	Valid
	X1 ₆	0. 747	0.212	Valid
	X1 ₇	0. 606	0.212	Valid
	X1 ₈	0. 605	0.212	Valid
	X1 ₉	0. 629	0.212	Valid
	X1 ₁₀	0. 739	0.212	Valid

	X1 ₁₁	0. 609	0.212	Valid
	X1 ₁₂	0. 661	0.212	Valid
	X1 ¹³	0. 594	0.212	Valid
Snob Effect (X2)	X2 ₁	0. 569	0.212	Valid
	X2 ₂	0. 623	0.212	Valid
	X2 ₃	-0. 326	0.212	Tidak Valid
	X2 ₄	0. 717	0.212	Valid
	X2 ₅	0. 777	0.212	Valid
	X2 ₆	0. 722	0.212	Valid
	X2 ₇	0. 738	0.212	Valid
	X2 ⁸	0. 676	0.212	Valid
Kondisi Sosial Ekonomi	X3 ₁	0. 411	0.212	Valid
	X3 ₂	0. 685	0.212	Valid
	X3 ₃	0. 768	0.212	Valid
	X3 ₄	0. 563	0.212	Valid
	X3 ₅	0. 707	0.212	Valid
	X3 ₆	0. 609	0.212	Valid
	X3 ₇	0. 703	0.212	Valid
	X3 ⁸	0. 713	0.212	Valid
	X3 ⁹	-0. 298	0.212	Tidak Valid
	X3 ¹⁰	0. 645	0.212	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS: 2026.

Berdasarkan hasil uji validitas di atas menunjukkan dari keempat variabel dalam penelitian yakni pengambilan keputusan konsumsi, pendidikan karakter, *snob effect*, dan kondisi sosial ekonomi yang terdiri dari 48 soal terdapat 4 soal yang tidak valid dan 44 soal dinyatakan valid, dengan rangkuman sebagai berikut:

Tabel 3.6 Rangkuman Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Semula	Nomor Tidak Valid	Jumlah Tidak Valid	Jumlah Butir Valid
Pengambilan Keputusan Konsumsi (Y)	17	14	1	16
Pendidikan Karakter (X1)	13	1	1	12
<i>Snob Effect</i> (X2)	8	3	1	7
Kondisi Sosial Ekonomi	10	9	1	9

Sumber: Data Olahan SPSS, 2026

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur reliabilitas instrumen penelitian yang telah dibuat. Sesuai yang dijelaskan oleh Ghazali (2021: 62), uji reliabilitas itu digunakan untuk menguji apakah instrumen penelitian dalam kuesioner dapat dipercaya. Adapun uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha* pada SPSS.

Dalam menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* peneliti menggunakan aplikasi SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), suatu data dapat dikatakan reliabel atau tidaknya dengan ketentuan sebagai berikut.

- 1) Ketika nilai *Cronbach's alpha* $> 0,70$, maka instrumen dinyatakan dapat dipercaya atau reliabel tinggi.
- 2) Ketika nilai *Cronbach's alpha* $< 0,70$, maka instrumen dinyatakan tidak dapat dipercaya atau reliabelnya rendah.

Untuk mengetahui tingkat kepercayaan pada nilai reliabilitas yang telah diperoleh, maka dibandingkan dengan nilai tingkat keandalan koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 3.7 Tingkat Keandalan

No	Tingkat Keandalan	Keterangan
1.	0.800-1.000	Sangat Tinggi
2.	0.600-0.799	Tinggi
3.	0.400-0.599	Cukup
4.	0.200-0.399	Rendah
5.	0.000-0.199	Rangat Rendah

Sumber: Riduwan (Hamdani, 2020).

Berikut merupakan hasil uji instrumen uji reliabilitas yang dilakukan pada 61 generasi Z di Kota Tasikmalaya dalam penelitian ini:

Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Pengambilan Keputusan Konsumsi (Y)	16	0.934	0.70	Reliabel sangat tinggi
Pendidikan Karakter (X1)	12	0.875	0.70	Reliabel sangat tinggi
<i>Snob Effect</i> (X2)	7	0.828	0.70	Reliabel sangat tinggi
Kondisi Sosial Ekonomi (X3)	9	0.843	0.70	Reliabel sangat tinggi

Sumber: Data Olahan SPSS, 2026

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan seluruh variabel dinyatakan memiliki nilai reliabel sangat tinggi, karena nilai *Cronbach's Alpha* nya lebih besar dari nilai batas reliabilitas sebesar 0.70.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui apakah data yang dimiliki penelitian berdistribusi normal atau tidak. Menurut oleh Sinambela (2023: 429), bahwa uji normalitas sebagai analisis statistik parametrik yang digunakan untuk menguji kenormalan distribusi data. Adapun pada penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* melalui SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), dengan signifikansi $\alpha = 0,05$ yang digunakan untuk menguji normalitas residual. Dengan ketentuan sebagai berikut.

- a. Ketika data residual dengan Sig. hitung > 0.05 , maka terdistribusi secara normal.
- b. Ketika data residual dengan Sig. hitung < 0.05 , maka terdistribusi secara tidak normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji asumsi klasik yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik tidak terdapat korelasi antar variabel bebas, (Sinambela, 2023: 433). Adapun pada penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* atau lawannya *variance inflation factor* (VIF) melalui aplikasi SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Dengan ketentuan sebagai berikut.

- a. Ketika nilai *tolerance* $> 0,10$, dan VIF $< 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Ketika nilai *tolerance* $< 0,10$, dan VIF $> 0,10$ maka terjadi multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji asumsi klasik yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Menurut oleh Sinambela

(2023: 434), bahwa uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji model regresi yang digunakan terdapat masalah atau tidak, dan residual memiliki pola tertentu atau tidak. Adapun pada penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Glejser melalui SPSS. Dengan ketentuan sebagai berikut.

- a. Ketika nilai probabilitas signifikan $> 0,05$, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.
- b. Ketika nilai probabilitas signifikan $< 0,05$, maka terdapat heteroskedastisitas.

4) Uji Linearitas

Uji linearitas adalah uji asumsi klasik yang digunakan untuk melihat spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Menurut Sinambela (2023:435), uji linearitas ini digunakan untuk melihat hubungan linear atau tidaknya variabel independen dan variabel dependen dalam suatu penelitian. Adapun pada penelitian ini uji linearitas melalui aplikasi SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), dengan ketentuan nilai signifikansi 0,05 sebagai berikut.

- a. Ketika nilai *deviation from linearity* $> 0,05$ maka hubungan antara variabel dinyatakan linear.
- b. Ketika nilai *deviation from linearity* $< 0,05$ maka hubungan antara variabel dinyatakan tidak linear.

3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah uji analisis data yang digunakan untuk mempelajari hubungan dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sinambela (2023: 441), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel independen. Adapun pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan variabel independen yakni pendidikan karakter, *snob effect*, dan kondisi sosial ekonomi, terhadap variabel

dependen yakni pengambilan keputusan konsumsi melalui SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Dengan persamaan:

$$Y = Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e$$

Keterangan:

Y	:Pengambilan keputusan konsumsi
α	:Konstanta
X1	:Pendidikan karakter
X2	: <i>Snob effect</i>
X3	:Kondisi sosial ekonomi
B1.B2.B3	:Koefisien regresi
e	: Standar <i>error</i> (tingkat eekesalahan)

3.8.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji kevalidan hipotesis statistika suatu populasi dengan menggunakan data dari sampel penelitian. Adapun uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut.

1) Uji Statistik T

Menurut Sinambela (2023: 442), uji statistik adalah pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan ketentuan pada signifikansi $\alpha = 0,05$ jika nilai signifikansi t (p-value) $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima, yang berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai signifikansi t (p-value) $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak, yang berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2) Uji Statistik F

Menurut Sinambela (2023:444), uji statistik F adalah pengujian hipotesis yang digunakan untuk menguji apakah secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan tingkat

signifikansi $\alpha = 0,05$ yakni jika nilai signifikansi probabilitas F (p-value) $< 0,05$ maka hipotesis diterima, yang berarti semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai signifikansi probabilitas F (p-value) $> 0,05$ maka hipotesis ditolak, yang berarti semua variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sinambela (2023: 29), uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi dalam menerangkan variabel dependen. Dengan nilai koefisien determinasi nol dan satu, maka jika angka R^2 mendekati angka 1, hubungan antar variabel independen terhadap variabel dependen sangat kuat, yang berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.7.7 Sumbangan Efektif dan Relatif

3.7.7.1 Sumbangan Efektif

Menurut Rangkuti (Sari et al., 2022) sumbangn efektif adalah sumbangan efektif tiap prediktor atau variabel bebas dari keseluruhan prediksi. Sumbangan efektif digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen setelah melakukan perhitungan dalam model regresi. Adapun untuk rumus perhitungannya sebagai berikut:

$$SE(X) \% = \text{Beta X Koefisien Korelasi X } 100\%$$

3.7.7.2 Sumbangan Relatif

Menurut Rangkuti (Sari et al., 2022) sumbangan relatif adalah sumbangan yang digunakan untuk menunjukkan besarnya sumbangan tiap prediski. Sumbangan ini juga menunjukan variabel independen yang paling dominan dalam mempengaruhi variabel dependen dibandingkan variabel independen lainnya. Dengan rumus perhitungannya sebagai berikut:

$$SR(X) \% = \frac{SE(X)\%}{R^2} \times 100\%$$

Keterangan:

SE = Sumbangan feketif

R^2 = R Square

3.9 Langkah-langkah Penelitian

Adapun langkah-langkah atau prosedur pada penelitian ini dibagi menjadi tiga tahap yakni persiapan penelitian, pelaksanaan penelitian, dan tahap akhir penelitian.

Tabel 3.9 Langkah-Langkah Penelitian

Langkah- Langkah Penelitian
Tahap 1 Persiapan Penelitian
a. Melakukan kajian literatur dan mencari permasalahan di lapangan
b. Menyusun ide dasar
c. Mengajukan judul sampai disetujui oleh dosen pembimbing 1 dan 2
d. Menyusun instrumen (kuesioner) dan melakukan penyebaran kuesioner pra penelitian kepada subjek penelitian
e. Mengolah data hasil penelitian sampai menyusun proposal penelitian
Tahap 2 Pelaksanaan Penelitian
1. Membuat instrumen penelitian
2. Melaksanakan uji coba instrumen
3. Menyebarakan instrumen penelitian kepada sampel penelitian
4. Melakukan pengolahan data dan analisis data
Tahap 3 Akhir Penelitian
a. Menyusun laporan akhir berdasarkan data yang telah diolah dan finalisasi laporan
b. Memfungsikan hasil penelitian

3.10 Waktu dan Tempat Penelitian

3.10.1 Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian dilakukan di Kota Tasikmalaya, tempat penelitian ini digunakan karena sasaran penelitian yakni generasi Z yang ada di Kota Tasikmalaya.

3.10.2 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini dilaksanakan selama 8 bulan, yaitu dimulai dari bulan September 2025 sampai bulan April 2026. Adapun untuk perincian waktu yang digunakan, digambarkan sebagai berikut.

