

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian ini merupakan korelasi karena mengetahui hubungan antara variabel media sosial, gaya hidup hedonis terhadap perilaku pembelian *impulsif*. Pada penelitian ini memanfaatkan pendekatan penelitian secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang bisa diartikan sebagai metode penelitian berdasarkan pada sifat positivisme, dimanfaatkan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data memerlukan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan maksud untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.<sup>1</sup>

#### B. Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer data sekunder.

##### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat secara langsung dari sumber asli tanpa perantara. Data primer yang peneliti lakukan selama penelitian didapat dari penyebaran kuesioner kepada mahasiswa. Kuesioner merupakan catatan pertanyaan tentang topik tertentu yang dibagikan kepada subyek, baik secara perseorangan atau kelompok, guna memperoleh data dari responden. Kuesioner yang peneliti sebar berisi pertanyaan tentang Media Sosial, Gaya hidup hedonis dan Pembelian *Impulsif*.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari kutipan buku Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D) dan

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta), 14.

kutipan buku Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IMB SPSS19.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang memiliki mutu dan keistimewaan yang ditentukan oleh peneliti guna dipahami dan selanjutnya diambil pendapatnya.<sup>2</sup> Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2015-2016 yang berjumlah 617.

#### 2. Sampel

Sampel merupakan komponen dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh masyarakat tersebut. jika masyarakat banyak dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada masyarakat, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti bisa memanfaatkan sampel yang didapat dari masyarakat itu. Semua yang dipahami dari sampel itu, keputusannya bisa diberlakukan bagi masyarakat. Sampel yang diperoleh dari masyarakat harus *representative* (mewakili).<sup>3</sup> Penelitian ini memanfaatkan teknik *probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk di pilih menjadi anggota sampel.

Peneliti menggunakan *stratified cluster random sampling* guna memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik *cluster random sampling* memiliki dua tahap dalam pengambilan sampelnya. Tahap pertama dari populasi dari seluruh mahasiswa FEBI angkatan

---

<sup>2</sup> Sugiyono, " *Metode Penelitian (pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung : Alfabeta, 2016), 117.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 118.

2015-2016. *Stratified* yang terdiri dari 2 angkatan yaitu angkatan 2015 dan 2016 sedangkan *cluster* terdiri dari prodi MBS, ES, MZW di bagi menjadi 3 kelompok sebagai sub populasi kelompok.

Teknik penarikan sampel dari anggota populasi dengan teknik cara acak. Teknik yang dimanfaatkan dalam pengambilan sampel secara acak adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswa dipilih sesuai dengan jumlah yang ditentukan
- b. Kertas dipotong agak kecil dengan ditulis nama mahasiswa-mahasiswa dengan jumlah yang ditentukan
- c. Sebelum kertas dimasukkan dalam botol dan dikocok nama mahasiswa ditulis pada potongan kertas dahulu
- d. Kertas digulung dan dikeluarkan sebagai sampel untuk dicatat , selanjutnya kertas dimasukkan kembali untuk memperoleh sampel seterusnya
- e. Nama yang keluar apabila sudah menjadi sampel, kemudian dikembalikan untuk dikocok lagi sampai muncul nama berikutnya sebanyak mahasiswa yang dibutuhkan. Hal ini dilakukan sampai berikutnya pada mahasiswa yang lain hingga terlaksana jumlah mahasiswa yang dijadikan sampel penelitian.

Jumlah Populasi untuk masing- masing kelompok.

Mahasiswa angkatan 2015 antara lain:

- a. Mahasiswa MBS : 68 mahasiswa
- b. Mahasiswa ES : 89 mahasiswa
- c. Mahasiswa MZW : 6 mahasiswa

Mahasiswa angkatan 2016 antara lain:

- a. Mahasiswa MBS : 176 mahasiswa
- b. Mahasiswa ES : 248 mahasiswa
- c. Mahasiswa MZW : 30 mahasiswa

Kesimpulannya dari kelompok satu-persatu dibuat sampel dari populasi kelompok. Pengambilan sampel kelompok dari populasi menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 5%.

Penelitian ini menggunakan rumus slovin dalam menentukan sampel, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan pengambilan sampel.

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+N(e)^2} \\ &= \frac{617}{1+617(5\%)^2} \\ &= \frac{617}{1+1,54} \\ &= \frac{617}{2,54} \\ &= 242,91 \end{aligned}$$

Dilakukan perhitungan tersebut adalah 242,91 maka dibulatkan menjadi 243 responden. Kemudian dilakukan penentuan jumlah sampel setiap prodi dari angkatan 2015-2016 dengan memastikan proporsinya sesuai dengan banyaknya mahasiswa yang diteliti yaitu sebagai berikut:

Mahasiswa angkatan 2015:

$$ES = \frac{89}{617} \times 243 = 35,05 \quad \text{dibulatkan } 35$$

$$MBS = \frac{68}{617} \times 243 = 26,78 \quad \text{dibulatkan } 27$$

$$MZW = \frac{6}{617} \times 243 = 2,36 \quad \text{dibulatkan } 2$$

Mahasiswa angkatan 2016

$$ES = \frac{248}{617} \times 243 = 97,67 \quad \text{dibulatkan } 98$$

$$MBS = \frac{176}{617} \times 243 = 69,31 \quad \text{dibulatkan } 69$$

$$MZW = \frac{30}{617} \times 243 = 11,81 \quad \text{dibulatkan } 12$$

Berdasarkan perhitungan tersebut dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian**

No	Nama prodi	Jumlah populasi	Jumlah sampel
	Angkatan 2015		
1	ES	89	35
2	MBS	68	27
3	MZW	6	2
	Angkatan 2016		
1	ES	248	98
2	MBS	176	69
3	MZW	30	12
	Jumlah	617	243

#### **D. Identifikasi Variabel**

Penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Terdapat dua variabel independen (X) dalam penelitian ini yaitu (X1) media sosial dan (X2) gaya hidup hedonis. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah pembelian *impulsif*.

#### **E. Variabel Operasional**

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek organisasi atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan dipahami kemudian diambil kesimpulannya.

Adapun variabel penelitian ini adalah sebagai berikut :<sup>4</sup>

##### 1. Variabel Independen

Variabel Independen (variabel bebas) adalah variabel yang memberi efek atau yang menjadi alasan perubahan atau munculnya variabel dependen (terikat).

---

<sup>4</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)", (Bandung : Alfabeta, 2016), 61.

2. Variabel Dependen (variabel terikat) adalah variabel yang berefek atau yang menjadi imbas karena adanya variabel bebas. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Devinisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Media Sosial	Media sosial adalah suatu alat penghubung jaringan yang dipakai oleh pelanggan untuk berbagi informasi orang satu dengan yang lainnya. <sup>5</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membangun hubungan dengan konsumen melalui media yang ada (Relationship)</li> <li>2. Interaksi yang terjadi antara penjual dengan konsumen (komunikasi)</li> <li>3. Interaksi yang terjadi dengan konsumen setelah konsumen membeli produk</li> <li>4. Dapat menyampaikan informasi dengan lengkap dan dapat menarik perhatian konsumen.</li> </ol>	<i>Likert</i>

<sup>5</sup> Citra Sugianto Putri, "Pengaruh Medi Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli, Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis Volume 1, Nomor 5 (Desember, 2016), 596.

Gaya hidup hedonis	Gaya hidup hedonis adalah . <sup>6</sup> paradigma kehidupan seseorang dalam berinteraksi di kehidupannya dalam mempresentasikan dirinya didepan publik berdasarkan gaya hidup yang dijalani sehari hari	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cenderung <i>followers</i></li> <li>2. Perilaku konsumsi</li> <li>3. Tempat</li> <li>4. Aktivitas</li> <li>5. Suka menjadi pusat perhatian.</li> </ol>	<i>Likert</i>
Pembelian <i>impulsif</i>	Pembelian <i>impulsif</i> adalah pembelian yang tidak direncanakan untuk membeli produk tanpa ada niat sebelumnya. <sup>7</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian spontan</li> <li>2. Pembelian tanpa berpikir akibat</li> <li>3. Pembelian terburu-buru</li> <li>4. Pembelian emosional</li> </ol>	<i>Likert</i>

## F. Uji Instrumen

Sebelum peneliti melaksanakan penelitian, salah satu instrument penelitian adalah perangkat dilakukan percobaan terdahulu supaya penelitian layak/valid untuk digunakan. Adapun proses analisis perangkat uji tersebut yaitu antara lain:

<sup>6</sup> Devi Indrawati, "Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab "ZOYA", Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen, volume 15, No. 2, Juli –Desember (2015), 306.

<sup>7</sup> Aprilia eka sari, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan", Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol XIII, No. 1 (Mei ,2014),58

1. Uji Validitas

Uji validitas dibuat untuk mengetahui validitas pada bagian-bagian pertanyaan. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner bisa menyatakan sesuatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas ingin mengukur apakah pembahasan dalam kuesioner yang telah dibuat benar-benar bisa mengukur apa yang ingin diukur.<sup>8</sup> Uji validitas pada SPSS 23 bisa dilihat pada kolom *correct item-total correlation* dimana nilai  $r$  hitung untuk masing masing pertanyaan. Pada penelitian ini uji validitas dilakukan terhadap 30 responden dengan  $r$  tabel sebesar 0,361. sehingga  $r$  hitung harus lebih daro 0,361 agar dapat dikatakan valid.<sup>9</sup>

Ukuran dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

- a. jika  $r$  hitung  $>r$  tabel maka pertanyaan dinyatakan valid.
  - b. Jika  $r$  hitung  $<r$  tabel maka pertanyaan tidak valid atau
    - a. Jika  $sig>0,005$  maka pertanyaan dinyatakan tidak valid
    - b. Jika  $sig<0,05$  maka pertanyaan dikatakan valid.
- pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini memanfaatkan bantuan software SPSS (*statistic package for the social science*) 23.0 for windows.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal

---

<sup>8</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 19, Edisi 5*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 52.

<sup>9</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 19, Edisi 5*, 132.

jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.<sup>10</sup>

Angka indeks yang menyatakan konsistensi suatu saat pengukur di dalam menilai fenomena yang sama, untuk menghitung reabilitas dilakukan dengan koefisien *Croanch Alpha* ( $\alpha$ )  $>0,7$ .<sup>11</sup> Kriteria dalam uji reliabilitas yaitu:

- a. Jika nilai Cronbach Alpha  $\geq 0,7$  maka bisa dinyatakan bahwa variabel dalam penelitian ini adalah reliabel/handal.
- b. Jika nilai Cronbach Alpha  $\leq 0,7$  maka bisa dinyatakan bahwa variabel dalam penelitian ini adalah tidak reliabel/handal.

Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini memerlukan bantuan *software* SPSS (*Statistic package for the social science*) 23.0 for windows.

## G. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dimanfaatkan untuk mendapatkan data dan informasi secara aktual dilapangan. Adapun metode-metode yang digunakan adalah:

### 1. Angket (Kuesioner)

Pada penelitian ini peneliti memanfaatkan kuesioner sebagai perangkat untuk mengumpulkan data. Kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan sarana memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>12</sup> Penelitian kasus dan penelitian lapangan dalam penelitian ini dilaksanakan dengan membagikan kuesioner kepada mahasiswa FEBI angkatan 2015-2016 IAIN Kudus dengan beberapa

---

<sup>10</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 19, Edisi 5*, 47.

<sup>11</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 19, Edisi 5*, 129.

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 199.

pertanyaan terkait media sosial, gaya hidup hedonis dan pembelian *impulsif*.

Model skala pada penyusunan kuesioner ini merupakan model *Likert*. Model skala *Likert* dimanfaatkan untuk mengukur perilaku, anggapan dan pemahaman seseorang atau beberapa orang tentang fenomena sosial. Penggunaan skala *likert* menggunakan variabel yang akan diukur, diuraikan sebagai indikator variabel. Maka indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk merangkai item-item instrument yang bisa berupa pernyataan atau pertanyaan. Model *Likert* memakai lima tingkat kategori respon. Terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pemberian bobot pada setiap tingkatan seperti berikut ini:<sup>13</sup>

**Tabel 3.3**  
**Skala Likert**

KATEGORI	BOBOT
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Teknik dokumentasi adalah sebuah sistem pengumpulan data yang dilaksanakan dengan mengelompokkan berbagai dokumen yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dokumen ini berbentuk dokumen perintah, hasil penelitian, foto-foto atau gambar, buku harian, laporan keuangan, undang-

---

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung : Alfabeta, 2016), 134.

undang, hasil, karya seseorang dan sebagainya.<sup>14</sup> Teknik dokumentasi dalam penelitian ini mempunyai fungsi yaitu untuk memperoleh data mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2015-2016.

## H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah tindakan sesudah data diberikan kepada beberapa responden atau sumber data lain terkumpul. Analisis data yang digunakan untuk uji hipotesis adalah regresi, untuk melihat hubungan antara variabel media sosial terhadap perilaku pembelian *impulsif* dan variabel gaya hidup hedonis terhadap perilaku pembelian *impulsif*. Kegiatan dalam analisis data merupakan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyediakan data per variabel yang diteliti, dilakukan penganggaran untuk menjawab rumusan masalah, dan dilakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang sudah diajukan.<sup>15</sup> Teknik analisis data dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas

Uji normalitas mempunyai tujuan untuk menilai model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Sebagaimana dilihat bahwa uji t dan f beranggapan bahwa nilai residual ikut serta distribusi normal. andaikan anggapan tersebut diabaikan maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua aturan untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dengan analisis grafik dan uji statistik.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Nanang Martono, " *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), 87.

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 207.

<sup>16</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, Edisi 5*, 160.

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi berfungsi untuk memeriksa apakah dalam model regresi linier ada korelasi dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. persoalan ini muncul dikarenakan ada residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari suatu observasi ke observasi lainnya.

Uji Autokorelasi tersebut menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW test) yang memakai titik kritis, batas bawah ( $dl$ ) dan batas atas ( $du$ ). Uji tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mengharuskan adanya *intercept* (konstanta) dalam bentuk regresi, serta tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas.<sup>17</sup>

Kriteria pengambilan kepastian ada tidaknya autokorelasi yaitu antara lain:

**Tabel 3.4**  
**Autokorelasi**

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - du < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No desicion	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berfungsi untuk memeriksa apakah model regresi terdapat adanya

---

<sup>17</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2002), 110-111.

korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi multikolinieritas didalam regresi adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai R<sup>2</sup> yang didapat dari suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi namun secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Mengkaji matrik korelasi variabel-variabel independen.
- 3) Multikolinieritas bisa diukur dari nilai tolerance dan varian inflation (VIF). Jika nilai tolerance  $> 0,1$  dan VIF  $< 10$ , maka bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam modal regresi. Namun jika nilai tolerance  $< 0,1$  dan VIF  $> 10$ , maka bisa ditarik kesimpulan bahwa terdapat multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.<sup>18</sup>

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bermaksud memeriksa apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskesdasitas. Bentuk regresi yang baik adalah yang Homokesdasitas atau tidak terjadi Heteroskesdasitas. Umumnya data *crosssection* memuat situasi heteroskesdasitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Ada beberapa metode untuk menemukan ada atau

---

<sup>18</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 19*, Edisi 5, 105-106.

tidaknya heteroskedastis yaitu melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastis bisa dilaksanakan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y merupakan Y yang sudah diperkirakan, dan sumbu X merupakan residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di-studentized.

Dasar analisis:

- 1) Apabila ada pola tertentu, sebagaimana titik-titik yang ada menjadikan pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar selanjutnya menyempit), jadi mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastis.
  - 2) Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, jadi tidak terjadi heteroskedastis.<sup>19</sup>
2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda adalah apabila variabel independen lebih dari satu. Analisis regresi pada penelitian ini digunakan untuk memahami besarnya pengaruh variabel bebas yang terdiri dari:

Media sosial (X<sub>1</sub>), Gaya hidup hedonis (X<sub>2</sub>), terhadap variabel terikat pada penelitian ini yaitu Pembelian *impulsif*. Adapun persamaan linier berganda penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n + X_n$$

Keterangan:

- Y : pembelian *impulsif*  
 X<sub>1</sub> : media sosial  
 X<sub>2</sub> : gaya hidup hedonis  
 a : konstanta

---

<sup>19</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 19, Edisi 5*, 139.

$b_1 b_2$  : koefisien regresi

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menerangkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas maupun independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan 5% atau 0,05. Dasar yang digunakan dalam pengujian sebagai berikut:

Pengujian hipotesis

1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti variabel independen (media sosial, gaya hidup hedonis) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (pembelian *impulsif*).

2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti variabel independen (media sosial, gaya hidup hedonis) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (pembelian *impulsif*).

#### b. Uji F (Uji secara Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menentukan apakah semua variabel independen/bebas (media sosial, gaya hidup hedonis) yang diterima dalam model memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen/terikat (pembelian *impulsif*). Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel sebesar 5% atau 0,05.

Dapat ditarik kesimpulan untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F yaitu sebagai berikut:

1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Hal ini berarti bahwa variabel independen (media sosial, gaya hidup hedonis) secara bersama sama atau simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (pembelian *impulsif*).

- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel independen (media sosial, gaya hidup hedonis) secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (pembelian *impulsif*).<sup>20</sup>
- c. Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk menguji seberapa jauh kepastian model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi merupakan antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam mengartikan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang hampir sama dengan satu berarti variabel-variabel independen membagikan kabar yang diperlukan untuk memperkirakan variasi variabel dependen.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 19, Edisi 5*, 98-99.

<sup>21</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 19, Edisi 5*, 97