

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Deskripsi objek penelitian

Shopee merupakan *E-commerce* di Indonesia yang mulai beroperasi pada tahun 2015 didirikan oleh SEA group. E-commerce merupakan platform belanja *online* terkemuka di Asia Tenggara dengan melakukan penyesuaian di setiap wilayah serta menyediakan pengalaman berbelanja *online* yang aman, mudah cepat bagi pelanggan melalui dukungan pembayaran serta logistik yang kuat. Shopee mempunyai visi yaitu memberikan platform kegiatan belanja *online* harus terjangkau, mudah dan menyenangkan.

Tujuan Shopee adalah percaya pada kekuatan transformasi dari teknologi serta ingin mengubah dunia menjadi lebih baik dengan menyediakan platform yang digunakan untuk menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu komunitas. Posisi Shopee saat ini adalah Shopee menawarkan pengalaman belanja *online* komprehensif dari berbagai pilihan produk sampai sebuah kebutuhan konsumen tanpa adanya hambatan. Shopee menawarkan berbagai produk seperti makanan, fashion, skincare, kebutuhan rumah tangga (kost), kesehatan, elektronik & aksesoris dan lain sebagainya.

#### 4.2. Deskripsi Data

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Pembelian *Online* di Shopee Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Perempuan” yang dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta yang dilakukan dengan

penyusunan kuesioner, pengumpulan data primer, pengolahan data, serta analisis dan pembahasan.

Pada penelitian ini peneliti mengambil objek pada Mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi pembelian *online* di Shopee. Pengumpulan data dalam bentuk kuesioner untuk Variabel X (Pembelian *Online* di Shopee) sejumlah 13 item pertanyaan, untuk variabel Y (Gaya Hidup Konsumtif Perempuan) sejumlah 10 item pertanyaan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form* kepada 100 responden.

#### **4.2.1 Gambaran Khusus Lokasi Penelitian**

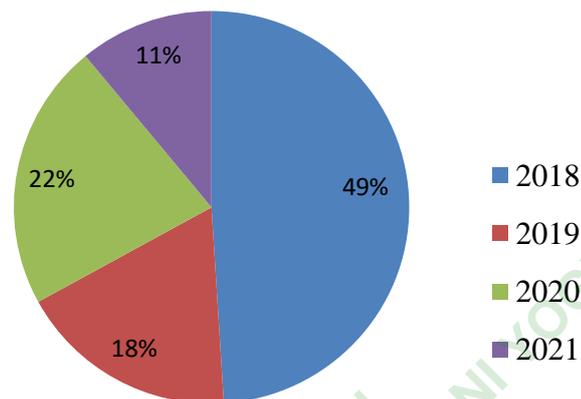
Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta dimana terdapat 4 prodi yaitu : Hukum, Psikologi, Akuntansi dan Manajemen karena mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial cenderung lebih konsumtif dalam hal penampilan *fashion* dibandingkan mahasiswa fakultas lain di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

#### **4.2.2 Karakteristik Responden**

Dari hasil kuesioner yang telah disebar dengan menggunakan *google form* dan diisi oleh 100 responden maka didapat data karakteristik responden. Penyajian data mengenai karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi dari responden.

## 1. Responden berdasarkan Tahun Masuk Universitas

### Responden berdasarkan Tahun Masuk Universitas



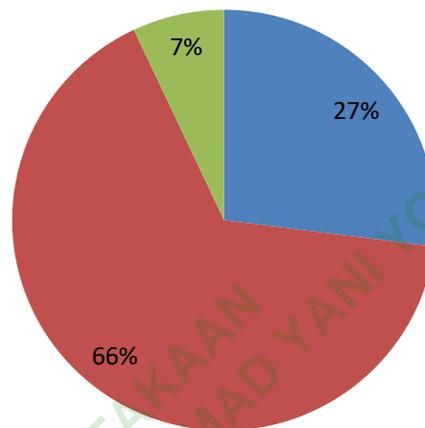
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Masuk Universitas

Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Karakteristik responden berdasarkan tahun masuk universitas yang diperoleh dari total keseluruhan 100 responden didapat bahwa 49% (49 responden) berasal dari tahun 2018, 22% (22 responden) berasal dari tahun 2020, 18% (18 responden) berasal dari tahun 2019 dan sisanya sebanyak 11% (11 responden) berasal dari tahun 2021.

## 2. Usia Responden

**Usia Responden**  
■ 18-20 ■ 21-23 ■ 24-27



Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

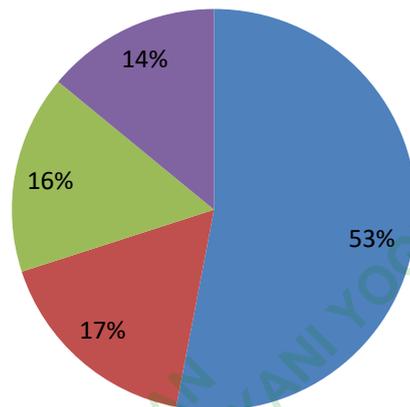
Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Berdasarkan dari data yang peneliti peroleh total keseluruhan responden adalah 100 orang berjenis kelamin perempuan yang berada di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta yang berusia 18-20 tahun dengan presentase 27% (27 responden), usia 21-23 tahun dengan presentase 66% (66 responden) dan usia 24-27 tahun dengan presentase 7% (7 responden). Dalam penelitian ini didomisili oleh mahasiswi berusia 21-23 tahun

### 3. Responden Berdasarkan Program Studi

#### Responden Berdasarkan Program Studi

■ Manajemen ■ Psikologi ■ Akuntansi ■ Hukum



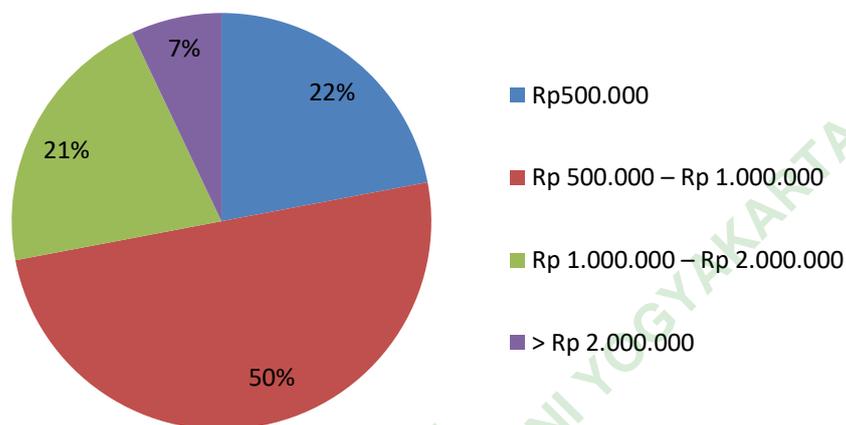
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Berdasarkan dari data yang peneliti peroleh total keseluruhan 100 responden di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta yang dibagi menjadi 4 Program Studi yaitu Manajemen dengan presentase 53% (53 responden), Psikologi dengan presentase 17% (17 responden), Akuntansi dengan presentase 16% (16 responden), dan Hukum dengan presentase 14% (14 responden).

#### 4. Penghasilan atau uang saku per bulan responden

##### Penghasilan atau uang saku per bulan

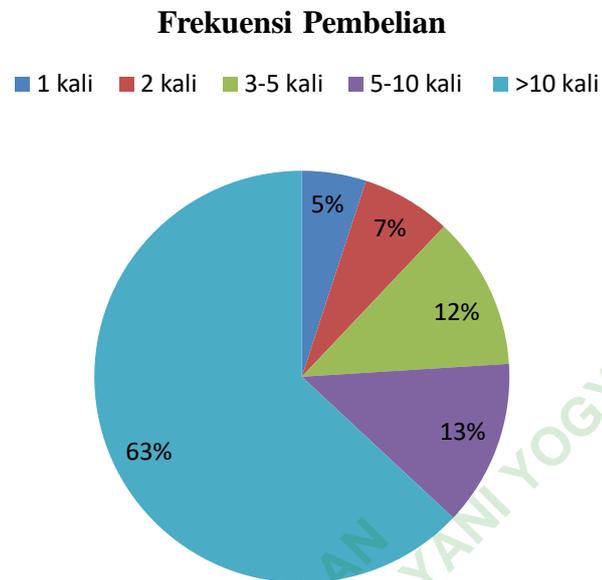


Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku

Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Berdasarkan karakteristik penghasilan atau uang saku responden yang diperoleh dari keseluruhan 100 responden didapat bahwa mayoritas responden sebanyak 50% (50 responden) mendapatkan uang saku sebanyak Rp 500.000 – Rp 1.000.000 setiap bulannya, 22% (22 responden) mendapatkan uang saku sebanyak Rp 500.000 setiap bulannya, 21% (21 responden) mendapatkan uang saku sebanyak Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 setiap bulannya, sedangkan sisanya sebanyak 7% (7 responden) mendapatkan uang saku sebanyak > Rp 2.000.000 setiap bulannya.

## 5. Frekuensi Pembelian



Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Berdasarkan karakteristik frekuensi transaksi pembelian yang dilakukan oleh responden di Shopee yang disajikan pada gambar diatas yang diperoleh dari total keseluruhan 100 responden didapat bahwa mayoritas responden sebesar 63% (63 responden) sudah melakukan transaksi di Shopee diatas 10 kali, sebanyak 13% (13 responden) sudah melakukan transaksi di Shopee sebanyak 5-10 kali, sebanyak 12% (12 responden) sudah melakukan transaksi di Shopee sebanyak 3-5 kali, sebanyak 7% (7 responden) sudah melakukan transaksi di Shopee sebanyak 2 kali, dan 5% (5 responden) lainnya sudah melakukan transaksi di Shopee sebanyak 1 kali.

## 6. Kategori Pembelian Produk



Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk

Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Berdasarkan kategori pembelian produk yang dilakukan oleh responden di Shopee yang disajikan pada gambar diatas yang diperoleh dari total keseluruhan 100 responden didapat bahwa mayoritas responden sebesar 67% (67 responden) menggunakan Shopee untuk membeli jenis produk Fashion, 25% (25 responden) menggunakan Shopee untuk membeli jenis produk Skincare, dan sisanya 8% (8 responden) menggunakan Shopee untuk membeli jenis produk kebutuhan rumah tangga atau kos.

### 4.3. Analisis Deskriptif

Selanjutnya setelah mendapatkan jawaban dari responden langkah selanjutnya yaitu rekapitulasi serta uraian untuk melihat jawaban terhadap variabel yang diperlihatkan melalui nilai rata-rata (*mean*). Pada penilaian skala likert nilai tertinggi adalah 5 (Sangat Setuju) dan nilai terendah adalah 1 (Sangat

Tidak Setuju). Penilaian ini dibagi menjadi lima kelas sehingga ditentukan besar intervalnya yaitu, nilai persepsi terendah 1 dan nilai persepsi tertinggi 5

Penilaian interval pada responden penelitian berdasarkan pada kriteria seperti dibawah ini :

Tabel 4.1 Tafsiran Nilai Rata-Rata

<b>Interval</b>	<b>Kriteria</b>
1,00-1,80	Sangat Rendah
1,81-2,60	Rendah
2,60-3,40	Sedang
3,41-4,20	Tinggi
4,21-5,00	Sangat Tinggi

Sumber : Husein Umar (2011 : 13)

1. Variabel penelitian termasuk dalam kelompok sangat rendah, jika nilai *mean* berada pada interval 1,00-1,80
2. Variabel penelitian termasuk dalam kelompok rendah, jika nilai *mean* berada pada interval 1,81-2,60
3. Variabel penelitian termasuk dalam kelompok sedang, jika nilai *mean* berada pada interval 2,60-3,40
4. Variabel penelitian termasuk dalam kelompok tinggi, jika nilai *mean* berada pada interval 3,41-4,20
5. Variabel penelitian termasuk dalam kelompok sangat tinggi, jika nilai *mean* berada pada interval 4,21-5,00

Berikut ini adalah analisis penilaian variabel penelitian persepsi responden terhadap Pembelian *Online* di Shopee terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif

Perempuan. Hasil penelitian responden terhadap variabel X dan Y adalah sebagai berikut :

#### 4.3.1 Variabel X (Pembelian *Online* di Shopee)

Hasil penelitian responden terhadap variabel X (Pembelian *Online* di Shopee) adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 2 Variabel X

No	Pernyataan	Rata-Rata	Keterangan
1	Informasi yang akurat pada <i>online shop</i> Shopee membuat saya tertarik untuk membeli secara online	4,46	Sangat Tinggi
2	Informasi yang tepat waktu dan selalu update pada <i>online shop</i> Shopee membuat saya tertarik untuk membeli secara online	4,26	Sangat Tinggi
3	Informasi yang relevan dengan yang dibutuhkan konsumen membuat saya tertarik untuk membeli secara <i>online</i>	4,42	Sangat Tinggi
4	Tata letak menu <i>online shop</i> Shopee mudah dipahami dan dioperasikan sesuai yang diinginkan	4,36	Sangat Tinggi
5	Proses pemesanan dan pembayaran pada <i>online shop</i> Shopee mudah dilakukan	4,46	Sangat Tinggi
6	Belanja <i>online</i> dapat menghemat biaya dan waktu	4,57	Sangat Tinggi
7	Situs belanja <i>online</i> lebih fleksibel dapat digunakan dimanapun dan kapanpun	4,69	Sangat Tinggi
8	Belanja di <i>online shop</i> Shopee lebih aman dan terjamin privasinya	3,73	Tinggi
9	Dengan adanya <i>online shop</i> Shopee tidak perlu keluar rumah / kos membeli di toko konvensional	4,69	Sangat Tinggi
10	Harga produk yang ditetapkan <i>online shop</i> Shopee terjangkau sesuai dengan daya beli	4,17	Tinggi
11	Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang sama	3,74	Tinggi
12	Harga yang ditetapkan mampu bersaing dengan toko <i>online</i> maupun <i>offline</i> lain	4,19	Tinggi
13	Harga yang ditetapkan <i>online shop</i> Shopee telah sesuai dengan manfaat nilai yang diterima	3,94	Tinggi
	<b>Total</b>	<b>4,28</b>	<b>Sangat Tinggi</b>

Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa *mean* atau nilai rata-rata dari setiap item pertanyaan kuesioner variabel pembelian online di Shopee (X) adalah 4,28 dimana nilai tersebut berada di interval 4,21-5,00 dengan kategori sangat tinggi. Nilai tertinggi sebesar 4,69 yang masuk dalam kategori sangat tinggi pada pertanyaan “Proses pemesanan dan pembayaran pada *online shop* Shopee mudah dilakukan” dan “Dengan adanya *online shop* Shopee tidak perlu keluar rumah / kos membeli di toko konvensional”.

Sedangkan nilai terendah ada pada pertanyaan “Belanja di *online shop* Shopee lebih aman dan terjamin privasinya” dengan nilai rata-rata sebesar 3,73 yang masuk pada kategori interval tinggi. Dari kedua pertanyaan tersebut yang termasuk dalam kategori sangat tinggi dan tinggi. Berdasarkan pernyataan dari beberapa responden dalam penelitian ini sangat sesuai dengan kondisi saat ini yang mana belanja *online* dapat dilakukan secara *fleksibel* dan sangat menghemat waktu serta aplikasi Shopee berdasarkan pernyataan responden sangat terjaga privasinya karena dilindungi dengan verifikasi nomor, email dan peraturan lainnya yang sangat terjamin keamanannya.

### 4.3.2 Variabel Y (Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan)

Tabel 4.3 Variabel Y

No	Pernyataan	Rata-Rata	Keterangan
1	Saya langsung membeli produk model terbaru yang benar-benar menarik perhatian saya	3,69	Tinggi
2	Diskon besar besaran membuat saya tertarik untuk langsung membeli produk tersebut	4,19	Tinggi
3	Saya merasa puas dan bangga bila menggunakan produk yang sedang tren	3,37	Sedang
4	Saya merasa senang jika produk yang saya punya di puji teman	3,35	Sedang
5	Saya lebih suka menyisihkan uang untuk bisa membeli produk yang diinginkan dari pada menabung	3,30	Sedang
6	Saya terkadang rela meminjam uang teman demi mendapatkan produk yang diinginkan	1,69	Sangat Rendah
7	Saya langsung membeli produk yang menarik perhatian meski menguras uang saku	2,66	Sedang
8	Saya senang membeli produk meskipun sudah mempunyai banyak yang sama dengan produk tersebut	2,59	Rendah
9	Saya cenderung tidak perhitungan menggunakan uang saku untuk membeli produk secara <i>online</i>	2,77	Sedang
10	Saya membeli produk yang sedang tren agar terlihat keren dan tidak ketinggalan jaman	3,02	Sedang
	<b>Total</b>	<b>3,06</b>	<b>Sedang</b>

Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa *mean* atau nilai rata-rata dari setiap item pertanyaan kuesioner variabel Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan (Y) adalah 3,06 dimana nilai tersebut berada di interval 2,60-3,40 dengan kategori sedang . Nilai tertinggi sebesar 4,19 yang masuk dalam kategori tinggi pada pertanyaan “Diskon besar besaran membuat saya tertarik untuk langsung membeli produk tersebut”. Berdasarkan pernyataan beberapa responden dalam penelitian ini bahwa diskon membuat konsumen lebih tertarik dan cepat untuk melakukan keputusan pembelian. Sedangkan nilai terendah ada pada pertanyaan “Saya terkadang rela meminjam uang teman demi mendapatkan produk yang diinginkan” dengan nilai rata-rata sebesar 1,69 yang masuk pada

kategori interval sangat rendah. Berdasarkan pernyataan beberapa responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hal tersebut dinilai tidak sesuai dengan pendapat responden yang mana menurut responden hal tersebut bukan merupakan suatu yang diutamakan atau prioritas sehingga tidak melakukan peminjaman.

#### 4.4. Analisis Instrumen Penelitian

##### 4.4.1 Uji Validitas

Menurut Aeni (2019) Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap item instrument tersebut dapat mengukur ukuran tingkat Pembelian *Online* di Shopee dan Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan. Untuk dasar pengambilan keputusan uji validitas ini adalah dengan cara melihat koefisien korelasi  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Untuk *degree of freedom* ( $df$ ) –  $n$ , ( $n$ ) disini adalah jumlah sampel. Suatu indikator dianggap dapat diterima atau tidak valid dalam keadaan berikut,  $df = 100$  dan  $\alpha = 0,05$ , maka  $r_{tabel} = 0,195$  dengan ketentuan suatu item dikatakan valid jika memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total atau instrumen dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel X

Variabel	Item	r Tabel	Hasil		Keterangan
			Sig.	r hitung	
Pembelian online di Shopee	X.1	0,195	0,000	0,712	Valid
	X.2	0,195	0,000	0,668	Valid
	X.3	0,195	0,000	0,706	Valid
	X.4	0,195	0,000	0,481	Valid
	X.5	0,195	0,001	0,332	Valid
	X.6	0,195	0,000	0,682	Valid
	X.7	0,195	0,000	0,557	Valid
	X.8	0,195	0,000	0,648	Valid
	X.9	0,195	0,000	0,650	Valid
	X.10	0,195	0,000	0,645	Valid
	X.11	0,195	0,000	0,663	Valid
	X.12	0,195	0,000	0,711	Valid
	X.13	0,195	0,000	0,698	Valid

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Item	r Tabel	Hasil		Keterangan
			Sig.	r hitung	
Perubahan gaya hidup konsumtif perempuan	Y.1	0,195	0,000	0,701	Valid
	Y.2	0,195	0,000	0,658	Valid
	Y.3	0,195	0,000	0,765	Valid
	Y.4	0,195	0,000	0,607	Valid
	Y.5	0,195	0,000	0,597	Valid
	Y.6	0,195	0,000	0,640	Valid
	Y.7	0,195	0,000	0,845	Valid
	Y.8	0,195	0,000	0,860	Valid
	Y.9	0,195	0,000	0,826	Valid
	Y.10	0,195	0,000	0,817	Valid

Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Berdasarkan table 4.6 uji validitas tersebut menunjukkan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan alpha 0,05 atau 5% oleh karena itu menunjukkan bahwa semua indikator dari kedua variabel X dan Y adalah valid.

### 1. Uji Reliabilitas

Menurut Wiratna Sujarweni (2014:193) Reliabilitas merupakan indikator untuk menilai konsistensi, reliabilitas, stabilitas dan ekivalensi hasil pengukuran. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas digunakan untuk memverifikasi keandalan elemen alat bantu pencarian. Alat dikatakan *reliabel* jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6. Tabel hasil uji reabilitas ditunjukkan dibawah ini :

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Nilai r Alpha	Keterangan
1	Pembelian <i>Online</i> di Shopee (X)	0,871	Diterima / Reliabel
2	Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan (Y)	0,905	Diterima / Reliabel

Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Dari tabel 4.3 hasil uji reabilitas diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) lebih dari 0,6 ( $>0,6$ ). Sehingga dapat disimpulkan dari semua variabel X dan Y adalah reliabel dan angket tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur instrumen dalam penelitian ini.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Menurut Saeful dan Bahruddin (2014:113) uji normalitas adalah prosedur statistik guna mendeteksi atau menemukan data dalam sekumpulan data atau variabel, terlepas dari apakah data tersebut terdistribusi secara merata atau hampir merata serta uji normalitas merupakan uji statistik yang menentukan apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak. Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal jika nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05, dan sebaliknya.

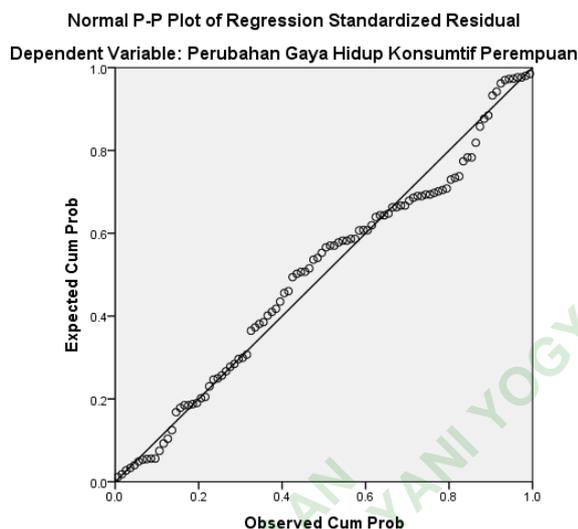
Tabel 4.7 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

		<b>Unstandardized Residual</b>
N		100
Normal Parameters	Mean	0E-7
	Std Deviation	7.18982722
	Absolute	0,092
	Positive	0,092
	Negative	-0,74
Kolmogorov-Smirnov Z		0.915
Asymp Sig (2-tailed)		0,372

Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Berdasarkan uji normalitas Uji Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi 0,372 yang lebih tinggi dari nilai atau 0,05 sebagaimana terlihat pada

tabel 4.7 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal dan dianggap valid.



Gambar 4. 7 Hasil Uji Normalitas P-Plot

Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Menurut Yulianti Nurvia (2021), plot probabilitas normal adalah perbandingan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan melalui analisis ini, jika data yang tersebar di sekitar diagonal mewakili model yang terdistribusi normal, berarti model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Berdasarkan data diatas penyebaran menunjukkan distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah dengan garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memenuhi normalitas.

### 3. Pengujian Hipotesis

#### a. Regresi Linier Sederhana

Menurut Yulianti Nurvia (2021) Analisis regresi linier sederhana yaitu suatu metode yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independent Pembelian *Online* di Shopee (X) terhadap variabel dependent Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan (Y). regresi linier sederhana digunakan untuk menjawab hipotesis.

Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta	t	Sig	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,591	6,863					
	Pembelian <i>online</i> di Shopee	0,539	0,123	0,406	4,401	0,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan

Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Berdasarkan tabel 4.8 hasil regresi linier sederhana di atas dapat diperoleh hasil konstanta yaitu sebesar 0,591 dan koefisien variabel bebas (X) yaitu sebesar 0,539, maka model persamaan regresi linier sederhana yang berbentuk adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,591 + 0,539x$$

- 1) Konstanta sebesar 0,591 menyatakan bahwa tidak jika tidak ada nilai Pembelian *online* di Shopee maka nilai perubahan gaya hidup konsumtif perempuan sebesar 0,591

- 2) Koefisien regresi X sebesar 0,539 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 unit Pembelian *online* di Shopee, maka nilai perubahan gaya hidup konsumtif perempuan bertambah sebesar 0,539
- 3) Nilai koefisien regresi bersifat positif, berarti hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh pembelian *online* di Shopee berpengaruh positif terhadap perubahan gaya hidup konsumtif perempuan

Signifikansi pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent dapat dilihat dari nilai Sig pada kolom terakhir, nilai signifikansi untuk variabel pembelian *online* di Shopee yaitu sebesar 0,000 atau nilai sig < 0,05, artinya variabel ini berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan gaya hidup konsumtif perempuan. Sehingga kesimpulannya adalah ditolaknya Ho atau dengan kata lain pembelian *online* di Shopee mempunyai pengaruh signifikan terhadap perubahan gaya hidup konsumtif perempuan.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Anova

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	1011.642	1011.642	1	1011.642	19.372	.000 <sup>b</sup>
	5117.668	5117.668	98	52.221		
	6129.310	6129.310	99			
a. Dependent Variable: Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan						
b. Predictors: (Constant), Pembelian <i>Online</i> di Shopee						

Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji linier sederhana sebesar  $0.000 < 0,005$  dinyatakan bahwa variabel Pembelian *Online* di Shopee (X) berpengaruh terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan (Y)

### b. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Sugiono Ayuning et al (2019) uji statistik T digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh yang terjadi antara satu variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk uji statistik T adalah :

- 1) Variabel independen secara parsial tidak signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai probabilitas (sig.)  $> 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$ .
- 2) Variabel independen secara parsial signifikan terhadap variabel dependen jika nilai probabilitas (sig.)  $< 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

Tabel 4.10 Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	B		
(Constant)	0,591	6,863		0,086	0,932
Pembelian <i>online</i> di Shopee	0,539	0,123	0,406	4,401	0,000

Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Diketahui nilai signifikansi variabel Pembelian online di Shopee sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung}$  pada tabel hasil Uji T *coefficients* sebesar  $4,401 > 1,984$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima , yang berarti bahwa Pembelian *Online* di Shopee berpengaruh terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan.

### c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Sugiono dalam Ayuning (2019) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan menjelaskan variabel X terhadap variabel Y dengan asumsi nilai antara 0 sampai dengan 1. Apabila nilai semakin besar maka semakin besar pula sumbangan variabel independen X dalam menjelaskan variabel dependen Y. sebaliknya jika nilai kecil berarti kemampuan variabel independen X terbatas untuk menjelaskan variasi variabel dependent Y.

Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,406	0,165	0,157	7,226

Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Dari tabel 4.11 didapatkan nilai *Adjusted R Square* (Koefisien Determinasi) sebesar 0,157 yang artinya pengaruh variabel independent yaitu Pembelian *Online* di Shopee terhadap variabel dependent Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan sebesar 15,7%. Sedangkan sisanya 84,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel diluar penelitian ini. Selain itu, diperoleh nilai *Adjusted R Square* diperoleh nilai 0,157 yang berarti model regresi pada penelitian ini baik karena tidak negatif. Sedangkan nilai *Std. Error of the Estimate* didapat nilai standar error etimasinya adalah 7,226 yang berarti error atau kesalahan model regresi dalam memprediksi variabel Pembelian *Online* di Shopee sebesar 7,226

#### 4.5.Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli tahun 2022 di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Penulis melakukan penelitian dengan menyebarkan

kuesioner melalui *google form* yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang disesuaikan dengan indikator dan variabel penelitian. Hasil penelitian dianalisis menggunakan uji regresi linier sederhana dan pengujian analisis. Penelitian ini membahas Pengaruh Pembelian *Online* di Shopee terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

Pengaruh Pembelian *Online* di Shopee (X) terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan (Y). Hasil uji validitas dari variabel Pembelian *Online* di Shopee dan Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan tingkat signifikansi uji dua arah menggunakan perhitungan 0,05 atau 5% dengan kriteria valid sebesar 0,195. Dari hasil 23 pengujian validitas masing-masing pernyataan dari setiap variabel nilai item *correlation* > kriteria valid sehingga, kesimpulannya bahwa seluruh instrumen yang terdapat pada kuesioner dapat dinyatakan valid. Hasil Uji Reabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha Based Standardized item* > kriteria valid sebesar 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument pernyataan dari variabel Pembelian *Online* di Shopee dan Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan dapat dinyatakan valid.

Dari hasil analisis koefisien regresi Pembelian *Online* di Shopee sebesar 0,539 artinya setiap peningkatan Pembelian *Online* di Shopee sebesar 1 unit akan meningkatkan perubahan gaya hidup konsumtif perempuan sebesar 0,539. Tanda positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Pembelian *Online* di Shopee terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan yang berarti Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan ditentukan oleh peran Pembelian

*Online* di Shopee. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,000 nilai ini berada dibawah taraf signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) yang berarti bahwa Pembelian *Online* di Shopee berpengaruh signifikan terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka diketahui bahwa Pembelian *Online* di Shopee berpengaruh terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan yang berarti bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini dikarenakan dari penelitian diketahui jika terjadi Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Faiza yang berjudul “Dampak Pembelian *Online* Shop di Shopee dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan *Shopaholic* di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja Sumenep” pada tahun 2019. Penelitian ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan secara sistematis, realistis, dan akurat di lapangan dengan menggunakan informan sebagai sumber data. Dari penelitian ini, disimpulkan bahwa siswa yang berbelanja online di Shopee akan memiliki efek positif dan negatif. Dampak positif belanja online di Shopee membuat mahasiswa lebih nyaman berbelanja online, belanja terus menerus dalam waktu lama akan berdampak negatif bagi mahasiswa. Dan kecenderungan mahasiswa untuk kecanduan belanja akan berdampak pada gaya hidup konsumtif.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Husainatul Jazilah (2021) dengan judul “Belanja *Online*

sebagaimana Bentuk Perubahan Gaya Hidup Perempuan Masa Kini di Desa Dadapan Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

belanja *online* dalam membentuk perubahan gaya hidup perempuan masa kini di Desa Dadapan yaitu Gaya hidup berubah mengikuti perkembangan zaman, gaya hidup berubah menjadi boros dikarenakan dalam hitungan satu bulan tidak cukup untuk membeli satu barang, gaya hidup berubah seiring berkembangnya zaman, gaya hidup berubah mengikuti trend yang sedang viral, gaya hidup berubah dikarenakan marketplace memberikan gambar terbaik untuk menarik hati *customer*, gaya hidup berubah menjadi *shopaholic* karena selalu mengikuti perkembangan produk yang ada di *online shop*, gaya hidup berubah karena selalu memantau produk keluaran terbaru yang ada di *online shop*. Munculnya situs *online shop* ini menyebabkan para perempuan di Desa Dadapan terutama kalangan mahasiswi menjadi pelaku *shopaholic*, yaitu terdapat beberapa tipologinya yakni tipe *shopaholic* pantang kalah dengan orang lain, tipe *shopaholic* mengikuti perkembangan trend, tipe *shopaholic* gejala *impulsive* di tempat, dan yang terakhir tipe *shopaholic* yang senada. Selain itu ada beberapa. Selain itu terdapat faktor yang mempengaruhi perempuan di Desa Dadapan menjadi pelaku *shopaholic* yaitu pengaruh dari diri sendiri, pengaruh dari lingkungan pergaulan dan yang terakhir pengaruh dari keluarga.