

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A Desain Penelitian**

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori, yang bertujuan guna menerangkan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang dikaji seperti *psychological factors*, *financial literacy*, dan pinjaman *online misuse* terhadap *compulsive buying* pada Generasi Z di Yogyakarta. (Sugiyono, 2017) penelitian eksplanatori merupakan jenis penelitian yang dirancang guna mengkaji dan menjelaskan keterkaitan sebab-akibat antara sejumlah variabel menggunakan cara menguji hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya, tujuan utamanya adalah untuk memahami sejauh mana suatu variabel memengaruhi variabel lain secara ilmiah dan terukur, melalui pendekatan analisis data yang sistematis dan objektif. Studi ini menerapkan dimensi waktu *cross-sectional*, merupakan pengumpulan data dilakukan pada satu waktu tertentu. Tujuannya adalah untuk memperoleh gambaran mengenai hubungan antar variabel pada saat tertentu, bukan memantau perubahan perilaku Gen Z terhadap pinjaman *online* dalam jangka panjang. Model ini lebih baik berdasarkan segi waktu dan sumber daya, serta cocok untuk penelitian sosial dengan populasi yang dinamis seperti Generasi Z. Unit analisis berupa individu, yakni pengguna aplikasi pinjaman *online* dari Generasi Z yang berdomisili di Yogyakarta, dipilih karena merekalah subjek utama dari fenomena yang diteliti. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner *online*, sedangkan data sekunder berasal dari literatur dan artikel yang relevan.

Metode analisis data yang dipakai merupakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). SEM-PLS dipilih karena dapat menganalisis model yang kompleks serta tidak mengharuskan data berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan first-order untuk konstruk seperti *financial literacy* dan *compulsive buying* yang memiliki indikator langsung, dan second-order untuk konstruk *psychological factors* yang terdiri dari tiga dimensi utama: *materialism*, *self-esteem*, dan *anxiety*. Pendekatan *second-order* memungkinkan analisis konstruk psikologis secara lebih menyeluruh dengan tetap mempertahankan struktur indikator yang mewakili setiap dimensinya.

## **B Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini difokuskan pada perilaku pengguna aplikasi pinjaman *online* di kalangan Generasi Z yang berdomisili di Yogyakarta, dengan tujuan utama untuk menganalisis apakah faktor psikologis, tingkat literasi keuangan, serta penyalahgunaan fasilitas pinjaman *online* berpengaruh terhadap kecenderungan perilaku *compulsive buying*. Yogyakarta dipilih sebagai lokasi karena merupakan kota pelajar dengan konsentrasi Gen Z yang tinggi, sehingga relevan dengan fokus penelitian terkait *compulsive buying* yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, literasi keuangan, dan penggunaan pinjol yang menyimpang. Waktu yang digunakan pada saat event tanggal kembar karena beberapa gen z memanfaatkan pinjol saat tergoda dengan promo *e-commerce*, alasannya karena kemudahan saat mengajukan pinjaman uang tanpa perlu syarat yang susah, dan memudahkan untuk mendapatkan uang secara instan saat

ingin membeli sesuatu barang yang ada di e-commerce.

### **C Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Pada studi ini, variabel diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen mencakup tiga aspek utama, yaitu *psychological factors* (X1), *financial literacy* (X2), dan pinjaman *online misuse* (X3), yang diasumsikan memiliki pengaruh terhadap variabel lainnya. Ketiga variabel ini dianggap sebagai faktor penyebab atau determinan yang dapat memengaruhi perubahan atau variasi pada variabel dependen, yaitu *compulsive buying* (Y). Peneliti menyusun definisi operasional yang dirangkum dalam Tabel 3.1, yang berisi uraian rinci mengenai indikator, bentuk pengukuran, serta metode analisis yang digunakan, sehingga keseluruhan proses penelitian dapat berjalan secara konsisten dan objektif.

Tabel 3.1 Definisi Variabel Operasional

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	<p><i>Psychological Factors</i> merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat dan mengambil tindakan (Lamb, 2001).</p>	<i>Materialism</i>	Saya mengagumi orang-orang yang mempunyai rumah, mobil, dan pakaian mahal	Skala <i>Likert</i> 1-5
Saya bahagia mempunyai hal-hal yang menjadikan orang lain terkesan				
Saya menyukai banyak kemewahan dalam hidup saya				
Saya merasa hidup saya akan lebih baik saat saya mempunyai hal-hal tertentu yang tidak saya punyai sekarang				
Saya merasa lebih senang ketiks saya dapat membeli lebih banyak barang				
Kenyataan bahwa saya tidak dapat membeli semua barang yang saya mau				
<i>Self-esteem</i>		Terkadang saya merasa bahwa saya sama sekali bukan orang yang baik (R)		
Saya merasa bahwa saya mempunyai kualitas yang baik dalam berbagai hal				

			<p>Saya dapat mengerjakan banyak hal seperti kebanyakan orang lain</p>	
			<p>Saya merasa tidak mempunyai banyak hal yang dibanggakan (R)</p>	
			<p>Saya kadang-kadang merasa tidak berguna (R)</p>	
			<p>Saya merasa bahwa saya merupakan orang yang berharga, setidaknya pada tingkat yang sama dengan orang lain</p>	
			<p>Saya memiliki harapan saya dapat lebih menghargai diri saya sendiri (R)</p>	
			<p>Saya lebih berpikir bahwa saya gagal secara keseluruhan (R)</p>	
			<p>Saya bersikap lebih baik untuk saya sendiri</p>	
		<i>Anxiety</i>	<p>Saya sulit mengabaikan penawaran pada harga produk yang sangat murah</p>	
			<p>Saya merasa terganggu saat saya harus melewatkan <i>sale</i></p>	

			<p>Saya menunjukkan tanda-tanda gugup saat saya tidak memiliki uang yang cukup</p> <p>Saya memperlihatkan perilaku yang mengkhawatirkan jika berkaitan dengan uang</p> <p>Saya khawatir kalau saya tidak akan aman secara finansial</p>	
2.	<p><i>Financial Literacy</i> merupakan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan pribadi secara efektif. Kemampuan ini mencakup pemahaman tentang pengelolaan uang, tabungan, investasi, dan pengambilan keputusan keuangan yang bijak (Nengsih et al., 2024).</p>	<p><i>Financial Knowledge</i></p>	<p>Nilai waktu uang</p> <p>Bunga yang dibayarkan atas pinjaman</p>	Skala <i>Likert</i> 1-5
			<p>Perhitungan bunga</p> <p>Bunga majemuk</p> <p>Hubungan risiko dan pengembalian</p> <p>Definisi inflasi</p> <p>Diversifikasi</p>	

		<i>Financial Behavior</i>	<p>Saya membuat keputusan sendiri tentang uang yang saya punya</p> <p>Saya menyusun perencanaan guna mengurus pengeluaran serta pemasukan saya</p> <p>Sebelum saya membeli sesuatu, saya memikirkan dengan baik apakah saya dapat membelinya</p> <p>Saya melunasi tagihan saya tepat waktu</p> <p>Saya memikirkan tentang keuangan saya</p> <p>Saya menetapkan target keuangan untuk jangka panjang dan berupaya untuk mewujudkannya</p>	
			<p>Saya aktif menabung uang saya</p> <p>Saya tidak pernah meminjam uang guna memenuhi kebutuhan sehari-hari</p> <p>Saya memilih dan memikirkan berbagai produk layanan keuangan dari beberapa</p>	

		perusahaan guna diterapkan	
		<i>Financial Attitude</i>	Saya lebih bahagia guna menghabiskan uang daripada menabungnya untuk jangka panjang
			Saya biasanya menjalani hidup untuk hari ini dan membiarkan hari esok berlangsung apa adanya
			Uang ada guna dihabiskan
3.	Pinjaman <i>Online Misuse</i> merujuk pada tindakan individu yang memanfaatkan fasilitas pinjaman berbasis teknologi digital secara tidak bertanggung jawab, di mana keputusan untuk meminjam tidak didasarkan pada perencanaan keuangan yang matang. Umumnya, perilaku ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif atau keinginan impulsif, bukan kebutuhan yang mendesak atau produktif. Fenomena ini kerap	Saya biasanya mnggunakan pinjaman <i>online</i> hingga batas limit maksimumnya	Skala <i>Likert</i> 1-5

	<p>terjadi karena karakteristik utama dari pinjaman <i>online</i>, seperti kemudahan akses, proses pencairan dana yang cepat, serta persyaratan administrasi yang sangat minimal, sehingga mendorong individu untuk menggunakannya tanpa mempertimbangkan risiko jangka panjang terhadap kondisi finansial pribadi mereka (Sasmita et al., 2022).</p>			
			<p>Saya sering memakai satu pinjaman <i>online</i> yang ada guna membayar tagihan pada pinjaman <i>online</i> lain</p> <p>Saya khawatir bagaimana saya akan membayar hutang pinjaman <i>online</i> saya</p> <p>Saat memakai pinjaman <i>online</i>, saya lebih impulsif</p> <p>Saat memakai pinjaman <i>online</i>,</p>	

			saya menghabiskan lebih banyak uang	
			Saya memiliki terlalu banyak pinjaman <i>online</i>	
4.	<p><i>Compulsive Buying</i> dapat dipahami sebagai suatu pola perilaku membeli yang bersifat kronis dan berlangsung secara berulang, di mana tindakan tersebut sering kali muncul sebagai respons emosional terhadap situasi atau perasaan negatif yang sedang dialami oleh individu. Orang dengan kecenderungan ini cenderung melakukan pembelian dalam jumlah banyak bukan karena kebutuhan nyata, melainkan lebih untuk memperoleh rasa puas secara psikologis atau mengalihkan perhatian dari tekanan emosional. Barang-barang yang dibeli biasanya bukanlah sesuatu yang</p>		<p>Saya merasa cukup dengan menghabiskan sisa uang yang ada di akhir bulan</p> <p>Saya rasa orang lain akan kaget jika mereka tahu kebiasaan saya dalam berbelanja</p>	Skala <i>Likert</i> 1-5

	penting atau dibutuhkan, melainkan sekadar sarana untuk meredakan ketegangan atau mendapatkan kepuasan sesaat (O'guinn dan Faber (1989), 1989).			
			<p>Saya membeli barang meskipun aslinya saya tidak dapat membelinya</p> <p>Saya tetap menggunakan layanan pinjaman <i>online</i> meskipun saya sadar saya tidak memiliki dana yang cukup untuk mmbayarnya kembali</p> <p>Saya membeli sesuatu untuk membuat diri saya merasa lebih baik</p> <p>Saya merasa cemas atau gelisah pada hari-hari ketika saya tidak melakukan aktivitas berbelanja</p>	

## D Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Dalam definisinya, populasi merujuk pada keseluruhan unsur atau individu yang dijadikan sebagai subjek penelitian, mencakup semua unit

yang memiliki ciri-ciri tertentu yang hendak dikaji dan dimengerti oleh peneliti (Sugiyono, 2019). Adapun populasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah kelompok Generasi Z yang berdomisili di Yogyakarta dan memanfaatkan layanan aplikasi pinjaman daring

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian tertentu dari populasi yang akan difungsikan sebagai sumber perolehan data dalam studi ini, di mana sampel tersebut mewakili karakteristik yang terdapat dalam populasi (Sugiyono, 2019). Untuk penelitian ini, pemilihan sampel dilakukan dengan menerapkan metode non-probability sampling, khususnya dengan teknik convenience sampling dan quota sampling. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan pendekatan analisis deskriptif serta Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). Adapun kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Berusia 18–27 tahun (kategori Generasi Z).
- b. Pengguna aplikasi pinjaman *online*.
- c. Berdomisili di Yogyakarta.

Dalam menentukan ukuran sampel, dikarena jumlah keseluruhan populasi belum diketahui maka pada penelitian ini, jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Hair. Menurut (Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, 2021) menjelaskan bahwa sebaiknya paling sedikit terdiri dari 100 responden. Jumlah sampel yang lebih besar dianjurkan karena dapat meningkatkan tingkat akurasi dan keandalan hasil penelitian.

## E Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan elemen krusial dalam suatu penelitian, karena keakuratan data yang diperoleh berpengaruh besar terhadap hasil analisis yang dilakukan. Dengan menerapkan teknik pengumpulan data yang sesuai, peneliti dapat memastikan bahwa proses analisis mengikuti prosedur yang telah ditetapkan dan menghasilkan kesimpulan yang sah (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, metode yang dipilih untuk pengumpulan data adalah kuesioner, yang dianggap efektif karena kemampuannya dalam mengukur variabel secara sistematis dan terstruktur. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi dengan cara yang terorganisir, sehingga data yang diperoleh dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai topik yang diteliti.

Kuesioner disebarkan kepada responden menggunakan platform digital yaitu Google Formulir. Penggunaan Google Formulir dinilai efektif karena memungkinkan distribusi kuesioner secara luas, cepat, dan menjangkau berbagai kalangan dalam waktu singkat. Hal ini sangat mendukung upaya peneliti dalam memperoleh jumlah data yang memadai untuk dianalisis. Selain itu, penggunaan media *online* juga memudahkan responden dalam mengisi kuesioner secara fleksibel kapan saja dan di mana saja, meningkatkan tingkat respons yang diharapkan. Kuesioner ini juga mencakup karakteristik demografis responden sebagai data pendukung. Karakteristik tersebut meliputi jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, agama, dan jumlah pendapatan per bulan. Informasi ini digunakan untuk memperoleh gambaran umum mengenai latar

belakang responden serta untuk mengetahui apakah terdapat pola-pola tertentu dalam perilaku compulsive buying berdasarkan kategori demografis tersebut.

Setiap pernyataan dalam kuesioner dirancang menggunakan skala Likert, yang bertujuan untuk mengukur sikap, pandangan, atau persepsi individu maupun kelompok terhadap fenomena sosial tertentu (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, skala Likert yang diterapkan mencakup rentang jawaban dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju.” Masing-masing respons diberikan bobot tertentu untuk memudahkan proses kuantifikasi data. Dengan cara ini, analisis data dapat dilakukan dengan lebih sistematis dan terukur, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai sikap responden terhadap isu yang diteliti. Adapun keterangan dan bobot dari skala likert yang digunakan disajikan pada Tabel 3.2.

**Tabel 3.2 Keterangan dan Bobot Skala Likert**

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju = STS	1
2	Tidak Setuju = TS	2
3	Netral = N	3
4	Setuju = S	4
5	Sangat Setuju = SS	5

Sumber: (Waliyuddin, Y., Afdal, M., Hamzah, M. L., & Fronita, 2023)

## **F Teknik Analisis**

### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengolah dan menggambarkan data penelitian secara sistematis, tanpa bertujuan untuk menarik generalisasi atau kesimpulan yang berlaku

secara luas (Sugiyono, 2019). Teknik ini bermanfaat untuk menyajikan gambaran umum mengenai karakteristik responden dalam suatu penelitian. Dalam konteks ini, analisis deskriptif digunakan untuk menguraikan profil responden berdasarkan kategori tertentu seperti jenis kelamin, usia, serta status sebagai pengguna aplikasi pinjaman *online*.

## 2. Uji Instrumen

### a) Uji Validitas

Uji validitas adalah proses yang dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat mengukur aspek yang dimaksudkan (Sugiyono, 2019). Sebuah item dalam kuesioner dianggap valid jika pernyataan yang diajukan dengan tepat mencerminkan karakteristik atau kondisi nyata dari variabel yang diteliti. Evaluasi outer model mencakup dua jenis validitas, yaitu:

1. Validitas konvergen, yang dievaluasi melalui nilai loading factor ( $> 0,70$ ) dan nilai Average Variance Extracted ( $AVE > 0,50$ ).
2. Validitas diskriminan, yang diuji menggunakan metode Fornell-Larcker Criterion serta analisis cross-loading untuk memastikan bahwa setiap konstruk memiliki keunikan dan mampu dibedakan dari konstruk lainnya.

### b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan metode yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen penelitian, seperti kuesioner, mampu memberikan hasil yang konsisten dan stabil ketika digunakan dalam

pengukuran berulang terhadap variabel yang sama (Sugiyono, 2019). Konsistensi ini mencerminkan bahwa responden memberikan jawaban yang tidak berubah-ubah terhadap pertanyaan yang diajukan, sehingga menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat diandalkan. Salah satu indikator utama untuk menilai reliabilitas adalah melalui nilai Cronbach's Alpha (CA). Jika nilai CA lebih dari 0,60, maka instrumen tersebut dianggap memiliki konsistensi internal yang memadai dan dapat dikategorikan reliabel. Sebaliknya, apabila nilai CA berada di bawah 0,60, maka instrumen dinilai kurang konsisten dan tidak reliabel dalam mengukur variabel yang dimaksud.

### 3. Uji Inner Model (Model Struktural)

Model struktural, yang juga dikenal sebagai inner model, menggambarkan hubungan kausal antara variabel laten dalam analisis SEM-PLS. Evaluasi model ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam kerangka model yang telah dibangun. Beberapa metode untuk menilai kekuatan pengaruh tersebut adalah

#### a) Uji *R-Square Adjusted*

Nilai *R-Square Adjusted* digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen dalam suatu model regresi. Semakin tinggi nilai  $R^2$ , maka semakin besar pula kemampuan model dalam memprediksi atau menjelaskan perubahan pada variabel dependen.

Secara umum, nilai  $R^2$  dapat diklasifikasikan berdasarkan tingkatannya, yaitu sebesar 0,75 menunjukkan kemampuan prediktif yang kuat, 0,50 mencerminkan tingkat prediktif yang sedang (moderate), dan 0,25 menunjukkan bahwa kemampuan model masih lemah (Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, 2017).

b) *Goodness of Fit* (GoF)

*Goodness of Fit* yang dinilai menggunakan *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) merupakan salah satu ukuran penting untuk mengevaluasi sejauh mana model SEM sesuai dengan data yang diamati. SRMR menghitung rata-rata perbedaan standar antara matriks kovarians aktual dan yang diprediksi oleh model, di mana nilai SRMR yang lebih rendah menunjukkan tingkat kecocokan model yang lebih baik. Menurut (Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, 2017), apabila nilai SRMR berada pada angka  $\leq 0,08$ , maka model tersebut dianggap memiliki kesesuaian yang memadai dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Keunggulan SRMR terletak pada kemampuannya memberikan gambaran yang jelas dan sederhana mengenai kualitas keseluruhan model, sehingga sering dijadikan tolok ukur utama dalam menilai validitas model SEM.

#### 4. Pengujian Hipotesis

Dalam proses pengujian hipotesis, penelitian ini menerapkan prosedur *bootstrapping*, yaitu teknik *resampling* yang digunakan untuk menghasilkan estimasi distribusi sampling dan menguji signifikansi

statistik. *Bootstrapping* menghasilkan beberapa parameter penting seperti *path coefficient* (koefisien jalur), *t-statistics*, dan *p-value* yang menjadi dasar dalam pengambilan keputusan terhadap hipotesis yang diajukan (Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, 2014).

Kriteria untuk menguji hipotesis dalam SEM-PLS mencakup beberapa aspek penting. Hubungan antara variabel dianggap signifikan secara statistik jika nilai *t-statistics* melebihi 1,96 pada tingkat signifikansi 5% (dua arah), dan *p-value* harus kurang dari 0,05. Selain itu, untuk menentukan arah pengaruh antara variabel, kita perlu melihat nilai original sample atau *path coefficient*. Jika nilai tersebut positif, maka hubungan antar konstruk bersifat searah; sebaliknya, nilai negatif menunjukkan adanya hubungan yang berlawanan. (Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, 2014)(Ghozali, I., & Latan, 2015).