

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode Penelitian Kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono, (2023) dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi/ sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup *hedonic shopping* pengelolaan keuangan Generasi Z, dengan *locus of control* sebagai variabel moderasi.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono, (2023) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga dapat didefinisikan sebagai jumlah orang yang tinggal di suatu kelompok atau wilayah, termasuk manusia, tumbuhan, dan hewan dalam suatu area atau ruang. Populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa di STIE Malangkucecwara yang memilih jurusan Akuntansi.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan untuk penelitian. Menurut Sugiyono, (2023) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel adalah metode atau langkah yang efektif untuk melakukan penelitian. Ini karena menggunakan sampel tidak hanya menghemat biaya yang besar, tetapi juga membutuhkan waktu yang lebih lama untuk melakukan penelitian dengan seluruh populasi. Oleh karena itu, penelitian dengan sampel dapat memberikan pengetahuan atau informasi yang dapat digunakan pada setiap anggota populasi. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan diteliti, dan

dapat dianggap sebagai representasi dari populasi. Baik tidaknya sampel digunakan dipengaruhi oleh jenis dan ukuran sampel. Teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* adalah sampel yang dipilih, teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional Sugiyono, (2023). Perhitungan ukuran sampel ini menggunakan rumus slovin. Rumus Slovin adalah satu teori penarikan sampel yang paling populer untuk penelitian kuantitatif. Rumus Slovin biasa digunakan untuk pengambilan jumlah sampel yang harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel. Pendekatan pengambilan sampel berdasarkan rumus slovin, sampel ini dikemukakan oleh Slovin pada tahun 1960 dapat dirumuskan :

Rumus Slovin

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{235}{1 + 235(10\%)^2} \\ &= 70 (70,14) \end{aligned}$$

n =Jumlah sampel

N =Jumlah Populasi

e = Persentase kelonggaran tidak terikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan (standar eror)

Mahasiswa STIE Malangkecewara jurusan akuntansi angkatan 2021, 2022, 2023 dipilih karena termasuk dalam Generasi Z, yang lahir dan tumbuh di era perkembangan teknologi digital yang pesat. Mahasiswa akuntansi dipilih sebagai populasi karena mereka memiliki latar belakang akademis yang mendukung penelitian tentang pengelolaan keuangan. Selain itu, mereka tetap relevan sebagai bagian dari Generasi Z, yang rentan terhadap dampak gaya hidup *hedonic shopping*.

Mengukur pendapat responden digunakan skala likert lima angka yaitu mulai angka 5 untuk pendapat sangat setuju (SS) dan angka 1 untuk sangat tidak setuju (STS). Perinciannya adalah sebagai berikut: Angka 1 = Sangat Tidak Setuju (STS) Angka 2 = Tidak Setuju (TS) Angka 3 = Netral (N) Angka 4 = Setuju (S) Angka 5 = Sangat Setuju (SS).

3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran

Variabel yang dipergunakan oleh penelitian ini ialah variabel dependen (terikat), variabel independen (bebas), dan variabel moderasi. Gaya hidup *hedonic shopping* (X) sebagai variabel independen, pengelolaan keuangan (Y) sebagai variabel dependen dan *locus of control* sebagai variabel moderasi.

Tabel 3. 1 Pengukuran Penelitian

Nama Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Gaya hidup <i>hedonic shopping</i> .	<i>Hedonic shopping</i> adalah perilaku konsumsi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan emosional, kesenangan, atau pengalaman pribadi daripada kebutuhan praktis (Renaldi & Nurlinda, 2023).	1. Menikmati pengalaman belanja karena terasa menyenangkan 2. Melihat produk walaupun belum tentu membelinya 3. Merasa puas saat mendapatkan barang dengan harga diskon 4. Membandingkan harga untuk mendapatkan penawaran terbaik 5. Berdiskusi dengan orang lain sebelum membeli suatu barang. 6. Menggunakan produk karena	5= SS 4= S 3= N 2=TS 1=STS

		dipengaruhi oleh iklan model. (Choirotul Adabiyah, 2024)	
Pengelolaan keuangan	Pengelolaan keuangan pribadi, yang menjadi fokus penelitian ini, adalah kemampuan individu untuk merencanakan, mengatur, dan mengontrol sumber daya finansial mereka. Generasi Z, yang sering terpapar gaya hidup konsumtif dan kurang memiliki literasi keuangan yang memadai, sering menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan mereka secara efektif. Gejala umum dari masalah ini adalah pengeluaran yang tidak terkendali, kesulitan menabung, dan kecenderungan untuk mengambil utang yang tidak perlu (Maulia Havi, 2022).	1. Penggunaan dana 2. Penentuan sumber dana 3. Manajemen risiko 4. Perencanaan masa depan (Ismia et al., 2024)	5= SS 4= S 3= N 2=TS 1=STS

Tabel 3.1 lanjutan

<i>Locus of Control</i> (Rotter, 1966)	<i>Locus of Control</i> (Rotter, 1966) adalah keyakinan individu tentang sejauh mana mereka dapat mengontrol hasil dari tindakan mereka. • <i>Locus of Control</i> Internal: Individu percaya bahwa hasil yang mereka alami adalah akibat dari usaha dari keputusan mereka sendiri. • <i>Locus of Control</i> Eksternal: Individu percaya bahwa faktor luar, seperti keberuntungan nasib, lebih menentukan hasil (Perry & Morris, 2005).	1. <i>Ability</i> 2. <i>Interest</i> 3. <i>Effort</i> (Maulia Havi, 2022)	5= SS 4= S 3= N 2=TS 1=STS
--	--	--	---

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan jenis data kuesioner. Kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada responden. Teknik ini memberikan tanggung jawab kepada responden untuk membaca dan memberikan jawaban dari pertanyaan yang diberikan. Kuesioner terdiri dari empat bagian:

1. Data Demografis: Meliputi usia, jenis kelamin, dan pengalaman berbelanja.

2. *Hedonic Shopping*: Meliputi *adventure shopping*, *sosial shopping*, *gratification shopping*, *idea shopping*, *role shopping*, dan *value shopping*.
3. Pengelolaan Keuangan : Meliputi perencanaan anggaran, pengendalian pengeluaran, dan kebiasaan menabung
4. *Locus of Control*: Berisi pertanyaan yang dirancang untuk mengukur tingkat *Locus of Control* responden. Dan bertujuan untuk menilai apakah dan bagaimana *Locus of Control* memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

3.5 Metode Analisis

Penelitian ini akan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4.1.0.9 sebagai metodologi analisis data, berdasarkan hipotesis yang telah diuraikan. Menurut Ghazali, (2024), tujuan SmartPLS adalah untuk menganalisis hubungan antara variabel, termasuk hubungan antara variabel independen dan dependen.

PLS (*Partial Least Squares*) merupakan metode analisis soft modeling yang tidak memerlukan data dengan skala tertentu, maka jumlah sampel yang digunakan bisa lebih kecil dari 100. Karena metode analisis *Partial Least Squares* (PLS) tidak bergantung pada banyak asumsi, metode ini cukup kuat. Selain itu, PLS tidak memerlukan ukuran sampel yang besar (Ghozali, 2023). Karena adanya variabel moderasi yaitu *locus of control*, pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM)-PLS. Menurut Ghazali, (2024) dalam pengujian PLS terdapat tiga tahap, yaitu:

3.5.1 Analisis Pengukuran *Outer Model*

Analisis *outer model* bertujuan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas indikator yang mengukur konstruk.

3.5.1.1 Uji Validitas Konvergen

a. *Loading Factor*

Untuk dianggap valid jika masing-masing indikator harus memiliki *loading factor* $>0,7$. Dan jika *loading factor* $<0,4$ indikator tersebut harus dievaluasi lebih lanjut, mungkin dihapus dari analisis untuk meningkatkan validitas. Untuk memastikan bahwa mereka secara akurat menunjukkan hubungan antara masing-masing variabel dalam penelitian ini, indikator untuk setiap variabel harus menunjukkan *loading factor* yang tinggi (Ghozali, 2023).

b. Average Variance Extracted (AVE)

Setiap variabel dependen memiliki kapasitas untuk menjelaskan variabel independen, dan nilai AVE harus $> 0,5$ untuk menunjukkan bahwa konstruk dapat menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya (Ghozali, 2023).

3.5.1.2 Uji Validitas Diskriminan

a. Cross Loading

(Ghozali, 2023) mengatakan bahwa analisis *cross-loading* dilakukan dengan membandingkan nilai beban indikator pada konstruk laten yang dimaksud dengan nilai beban indikator pada konstruk laten lainnya. Untuk konstruk yang diukur, indikator harus memiliki *loading factor* yang lebih tinggi dibanding konstruk lainnya. Jika ini terjadi, dapat disimpulkan bahwa konstruk tersebut terdefinisi dengan baik dan memiliki validitas diskriminan yang baik.

3.5.1.3 Uji Reliabilitas

a. Cronbach's Alpha

Nilai harus $> 0,6$ untuk menunjukkan reliabilitas yang baik.

b. Composite Reliability

Nilai harus $> 0,7$ untuk mengindikasikan konsistensi internal yang baik dalam pengukuran konstruk.

3.5.2 Uji Model Struktural (*Inner Model*)

a. Uji *Colinearity Statistic (VIF)*

Untuk mendeteksi adanya gejala multikolinearitas antar variabel independen, digunakan analisis *Variance Inflation Factor (VIF)*. VIF mengukur seberapa besar korelasi antar variabel bebas yang dapat memengaruhi kestabilan model regresi. Nilai VIF yang lebih kecil dari 5 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas yang serius, sehingga model dapat dikatakan bebas dari masalah korelasi tinggi antar variabel independen.

b. Koefisien determinasi (*R-Squared*)

Mengukur proporsi varians dari variabel dependen (pengelolaan keuangan generasi Z) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (gaya hidup *hedonic shopping*). R^2 yang lebih tinggi menunjukkan model yang lebih baik.

c. *Predictive Relevance (Q-Square)*

Dalam penelitian ini, digunakan juga uji *Q-Squared (Q^2)* untuk melihat seberapa besar model yang dibangun memiliki kemampuan prediktif terhadap variabel dependen. Uji ini penting dilakukan dalam SEM-PLS karena bisa menunjukkan apakah model ini memang punya daya prediksi atau tidak. Menurut Ghazali, (2024), jika nilai Q^2 lebih besar dari nol, maka model dianggap punya prediksi yang relevan.

d. Model Fit

Uji model fit dilakukan untuk menilai sejauh mana model struktural yang dibangun sesuai dengan data empiris. Dalam penelitian ini, model fit dievaluasi menggunakan indikator *SRMR (Standardized Root Mean Square Residual)* dan *NFI (Normed Fit Index)*. Nilai SRMR yang lebih kecil dari 0.08 menunjukkan tingkat kesesuaian model yang baik, sedangkan nilai NFI yang mendekati 1 mengindikasikan bahwa model memiliki kecocokan yang tinggi dengan data yang diamati. Dengan demikian, kedua

indikator ini digunakan untuk menilai kelayakan model secara keseluruhan.

3.5.3 Uji Hipotesis

- a. *Original Sample*: mengacu pada nilai koefisien jalur antara variabel independen dan dependen.
- b. Uji T: Uji T dikatakan signifikan jika nilai P (probabilitas) hasil pengujian lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) yang telah ditentukan, biasanya $<0,05$ (atau 5%). Ini berarti bahwa hasil uji mendukung penolakan terhadap hipotesis nol (H_0) dan mendukung hipotesis alternatif (H_a).
- c. *P-Values*: Nilai $P < 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima, yaitu ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan dependen. Jika nilai $P < 0,05$ maka gaya hidup *hedonic shopping* berpengaruh negatif terhadap pengelolaan keuangan.