

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek dari penelitian ini adalah Pengeluaran Konsumsi Produk *Skincare* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi. Penelitian ini akan dilaksanakan dengan mengambil data secara langsung ke lapangan yaitu Mahasiswa aktif dari program studi Ekonomi Pembangunan, Akuntansi, Manajemen dan Keuangan Perbankan angkatan 2017-2020 Universitas Siliwangi.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan cara ilmiah dalam mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono 2016). Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dengan penyebaran tautan melalui *Google form* kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.

##### **3.2.1 Operasionalisasi Variabel**

Variabel penelitian ini adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007).

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Simbol	Definisi Variabel	Indikator	Skala	Satuan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Harga Produk	HP	Sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen sebagai alat tukar untuk mendapat hak kepemilikan dan manfaat serta menggunakan suatu barang dan jasa.	- Keterjangkauan harga - Kesesuaian harga dengan kualitas produk - Kesesuaian harga dengan manfaat	Ordinal	<i>Likert</i>
Uang Saku	US	Jumlah besaran uang yang didapatkan oleh individu berupa upah atau gaji atau uang saku atas jasa yang telah dilakukan untuk menyelesaikan suatu kewajiban.	-	Rasio	Rupiah (Rp)
Gender	D	Perbedaan yang nampak baik perilaku dan nilai-nilai lainnya antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan.	-	Nominal	0 untuk menunjukkan gender laki-laki dan 1 untuk menunjukkan gender perempuan
Pengeluaran Konsumsi	C <sub>ps</sub>	Sejumlah nilai yang dikeluarkan atau ditukarkan untuk mendapat barang dan jasa agar terpenuhinya kebutuhan konsumsi rumah tangga.	-	Rasio	Rupiah (Rp)

### 3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu langkah atau cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data-data sebagai bahan dalam analisis penelitian, mengacu pada sumber data secara eksperimental dan noneksperimental bahwa

teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan cara pasif atau mengumpulkan data melalui lembaga bahkan dapat juga memperoleh data dari internet, dan yang kedua adalah dengan cara aktif atau melakukan pengumpulan data secara mandiri dengan tujuan untuk mempertahankan faktor-faktor tertentu yang ada dalam fenomena agar peneliti mendapat data yang lebih valid dan reliabel. Gujarati (2004) menuturkan bahwa dalam pengumpulan data secara aktif dapat dilakukan dengan menggunakan kuesioner, wawancara, dan observasi atau studi lapangan. Wooldridge (2012) berpendapat bahwa pengumpulan data harus dilakukan secara bertahap, diawali dengan memutuskan jenis data yang akan digunakan, maka akan mempermudah peneliti dalam menjawab pertanyaan yang muncul dalam melakukan penelitian khususnya dalam memilih variabel dan data yang sesuai dengan teori dan model penelitian yang diinginkan, dikarenakan tahapan pengumpulan data merupakan langkah yang penting dalam sebuah penelitian karena akan mempengaruhi hasil dan kesimpulan.

Tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, maka dari itu pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2016). Dikarenakan penelitian ini menggunakan data primer atau eksperimental, adapun teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan metode pengamatan terhadap sebuah objek secara langsung guna menemukan informasi mengenai objek tersebut.

## 2. Angket/kuesioner

Angket merupakan cara pengumpulan data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis yang disusun dalam sebuah lembaran dan dijawab secara tertulis yang berhubungan dengan apa yang diteliti.

### 3.2.2.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari sumber asli/tidak melalui perantara berdasarkan penelitian langsung di lapangan. Dalam penelitian ini data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.

### 3.2.2.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016) Populasi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi selaku konsumen produk *skincare* yang berdasarkan data yang diperoleh dari Satuan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan (SBAK) Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi bahwa sampai dengan tahun ajaran 2020 tercatat sejumlah 2.699 orang berstatus sebagai mahasiswa aktif di Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.

### 3.2.2.3 Penentuan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan *non-probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Cara pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 mahasiswa, dimana sampel dalam penelitian ini ialah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi yang pernah atau sedang menggunakan produk *skincare* dan pernah melakukan transaksi produk *skincare* melalui *market place*. Pengambilan sampel penelitian berdasarkan pada pendekatan rumus Slovin yang secara matematis tertulis sebagai berikut:

$$n_{total} = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n_{total} = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n_{total} = \frac{2699}{1+(2699)0,1^2}$$

$$n_{total} = 96,42 \approx 100 \text{ mahasiswa}$$

Keterangan :

$n_{total}$  = jumlah sampel keseluruhan

$N$  = jumlah populasi

$e$  = *error term* (10%)

### 3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penulis melakukan studi kepustakaan guna mendapatkan pemahaman mengenai teori-teori yang berhubungan dengan objek penelitian.
2. Penulis melakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan tautan Google *form* kepada objek penelitian.

### **3.2.2.5 Pengolahan Data**

Pengolahan data merupakan suatu proses dalam memperoleh data dengan menggunakan cara atau rumus tertentu. Tujuan pengolahan data adalah untuk mengubah data mentah menjadi data yang diolah sehingga menjadi dapat memberikan informasi guna pengkajian lebih lanjut (Sudjana, 2001). Teknik pengolahan data pada penelitian ini diolah melalui program *SPSS 18*.

Sesuai dengan pengolahan data menurut Hasan (2006), berikut adalah tahapan pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini:

#### **1. Pengeditan (*Editing*)**

Pengeditan ini meliputi kegiatan pengecekan dan atau pengoreksian data yang telah dikumpulkan yang bertujuan untuk menghilangkan dan meminimalisasi kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan di lapangan. Dilakukannya tahapan ini adalah untuk melihat lengkap atau tidaknya pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden ataupun logis atau tidaknya jawaban yang diberikan mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi selaku responden penelitian.

#### **2. Pemberian Kode (*Coding*)**

Pemberian kode ini dapat juga dikatakan sebagai pemberian isyarat yang dibuat dalam bentuk huruf atau angka yang memiliki arti atau petunjuk pada

suatu informasi data yang akan dianalisis. Dalam pertanyaan tertutup, seperti poin pertanyaan yang mewakili pengeluaran konsumsi maka dilakukan pengkodean sebelum kuesioner disebar ke lapangan. Adapun untuk pertanyaan terbuka, seperti poin pertanyaan yang mewakili gender maka pengkodean sepenuhnya dilakukan setelah pernyataan responden terkumpul.

### 3. Pemberian Skor (*Scoring*)

Langkah pemberian skor yang berupa angka pada setiap jawaban dari kuesioner agar dapat diperoleh data dengan bentuk data kuantitatif. Pada penelitian, pemberian skor didasarkan pada tingkatan jawaban yang diterima dari responden (Sugiyono, 2017). Tahapan ini dilakukan peneliti pada poin pernyataan yang mewakili harga produk dengan skala *likert*, menggunakan skor 1 – 5.

### 3.3 Model Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka peneliti menguraikannya dalam bentuk model penelitian. Penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu harga produk (*HP*), pendapatan (*US*), gender (*G*) serta variabel dependen yaitu pengeluaran konsumsi produk *skincare*. Adapun model regresi penelitian ini adalah:

$$C_{PS} = \beta_0 + \beta_1 HP + \beta_2 US + \beta_3 D + e$$

Keterangan :

$C_{PS}$  = Konsumsi Produk *Skincare*

HP = Harga Produk

US = Uang Saku

D = *Dummy* Gender

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Koefisien Regresi

$e$  = *error term*

### **3.4 Pengujian Instrumen Penelitian**

#### **3.4.1 Instrumen Penelitian**

Instrumen berfungsi sebagai alat bantu dalam mengumpulkan data yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Sugiyono (2016) mengatakan bahwa instrumen penelitian adalah alat yang digunakan dalam mengukur data penelitian. Dapat juga digunakan sebagai alat ukur fenomena alam atau sosial yang akan diamati yaitu berupa variabel penelitian.

Alat bantu pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan instrumen non-tes berupa angket atau kuesioner. Dalam penelitian ini terdapat 3 poin pernyataan dan 6 poin pertanyaan yang seluruhnya memiliki tujuan untuk mengetahui harga produk, uang saku, gender, dan pengeluaran konsumsi produk *skincare* pada *platform marketplace* di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi. Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Instrumen yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner metode tertutup, dimana kemungkinan pilihan jawaban sudah ditentukan terlebih dahulu dan responden tidak diberikan alternatif jawaban. Penelitian ini juga menggunakan kuesioner metode terbuka dan setengah terbuka, dimana kemungkinan pilihan jawaban sudah ditentukan dan responden diberikan alternatif jawaban, serta adanya kuesioner metode terbuka untuk pertanyaan yang responden isi mengenai informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini sesuai dengan kondisi responden.

2. Indikator-indikator untuk variabel tersebut dijabarkan oleh penulis menjadi sebuah pernyataan dan pertanyaan sehingga diperoleh data kuantitatif, yang kemudian data tersebut akan diubah menjadi bentuk kuantitatif dengan pendekatan analisis statistik.

Skala yang digunakan untuk mengukur instrumen pada penelitian ini yaitu menggunakan skala ordinal dengan bentuk skoring untuk mengetahui pernyataan responden mengenai harga produk *skincare*, skala rasio dengan satuan rupiah (Rp) untuk mengetahui besaran uang saku mahasiswa dan untuk dilakukannya uji perbedaan jumlah besaran nominal pengeluaran konsumsi produk *skincare* antara responden mahasiswa dan mahasiswi, sedangkan skala nominal atau pengkodean untuk mengkategorikan gender laki-laki dan perempuan.

Berikut adalah tabel skala *likert* yang akan digunakan dalam menghitung jawaban dari pernyataan pada kuesioner yang ada dalam penelitian ini:

**Tabel 3.2 Skala *Likert***

Skala <i>Likert</i>	Jawaban Responden
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Kurang Setuju
4	Setuju
5	Sangat Setuju

### 3.5 Teknik Analisis Data

#### 3.5.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis data merupakan bagian terpenting dalam proses penelitian. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode *Ordinary Least Square* (OLS). Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda karena terdapat asumsi tidak adanya pengaruh antara variabel independen dan terdapat lebih dari satu variabel independen. Beberapa studi menjelaskan bahwa dalam penelitian

regresi dapat dibuktikan dengan metode OLS karena dapat menghasilkan estimator linear yang tidak bias dan terbaik (*Best Linear Unbias Estimator*) atau BLUE. Namun agar suatu penelitian dapat dikatakan BLUE maka hal tersebut memiliki beberapa syarat, yaitu model linear yang tidak bias memiliki tingkat varians terkecil atau dapat disebut juga sebagai estimator yang efisien. Teknik ini menggunakan SPSS 18 untuk menguji pengaruh antara variabel independen yaitu harga produk (HP), uang saku (US) dan gender (D) dengan variabel dependen ( $C_{PS}$ ) pengeluaran konsumsi.

### **3.5.2 Uji Validitas**

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid merupakan data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2016).

Menurut Pratisto (2005) uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan dan kehandalan pada instrumen penelitian. Indikator dinyatakan valid jika memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan nilai  $sig < 0,05$ . Hal ini berarti seluruh indikator dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur variabel independen dan variabel dependen.

Untuk mengukur instrumen ini, maka validitas dibagi menjadi dua bagian, yaitu validitas faktor dan validitas item. Validitas faktor diukur apabila terjadinya kesamaan antara satu item dengan item yang lainnya, dengan cara mengkorelasikan antara skor faktor dengan total faktor. Sedangkan validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi terhadap item total. Apabila terdapat lebih

dari satu faktor, maka pengujian validitas item dengan mengkorelasikan antara skor item dengan skor faktor dan kemudian korelasikan item dengan skor total faktor (Dian Ayunita N et al., 2018).

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk menguji tiap butir kuesioner dan mengukur pernyataan mengenai variabel harga produk (HP) *skincare* pada mahasiswa dan mahasiswi. Dalam pengujian menggunakan SPSS, sering menggunakan uji validitas dengan korelasi *Bivariate Person* (Produk Momen Person) dan *Corrected Item-Total Correlation*. Analisis ini dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total merupakan item yang dijumlahkan seluruhnya. Adapun rumusnya dituliskan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = jumlah responden

$x$  = skor item

$y$  = skor total

$\sum x$  = jumlah skor item

$\sum y$  = jumlah skor total

$\sum x^2$  = jumlah kuadrat skor item

$\sum y^2$  = jumlah kuadrat skor total

### 3.5.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu alat pengujian yang mempunyai derajat yang konsisten dan stabil. Dalam pandangan kuantitatif, suatu akan disebut reliabel

ketika data tersebut diteliti oleh dua atau lebih peneliti dengan objek yang sama dan menghasilkan data yang sama pula, atau diteliti dengan waktu yang berbeda dengan objek penelitian yang sama, maka hasil yang ditunjukkan harus sama (Sugiyono, 2016).

Bahri dan Zamzam (2014) menuturkan bahwa pada uji reliabilitas akan dikatakan memiliki kehandalan bila instrumen penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Menurut Pujiati dan Rusliah (2007) semakin tinggi nilai koefisien reliabilitas maka instrumen penelitian tersebut semakin dapat diandalkan, dimana nilai dari *Cronbach's Alpha* berada pada rentang 0-1. Hal ini mengartikan bahwa kuesioner dalam penelitian dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data karena telah memenuhi syarat kehandalan dalam instrumen penelitiannya.

Metode yang sering dipakai dalam pengujian reliabilitas adalah metode *Cronbach's Alpha* yang secara matematis dituliskan sebagai berikut:

$$a = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s^2 b}{\sum s^2 y} \right\}$$

Keterangan :

$\alpha$  = koefisien reliabilitas alpha

K = jumlah item

$S_b$  = varian responden untuk item 1

$S_y$  = jumlah varian skor total

#### **3.5.4 Method of Successive Interval**

Pengambilan data pada salah satu variabel yang ada dalam penelitian ini yaitu harga produk (HP) menggunakan skala ordinal melalui kuesioner atau angket. Sedangkan untuk variabel lainnya yaitu uang saku (US) dan pengeluaran konsumsi produk *skincare* ( $C_{PS}$ ) menggunakan data rasio yang memiliki sifat

seperti data interval dan data nominal untuk melabeli gender (D) sehingga dapat dilakukan pengolahan data untuk variabel tersebut tanpa melalui transformasi data.

Maka hanya skala ordinal untuk harga produk (HP) yang harus diubah menjadi skala dengan satuan interval, maka dari itu cara yang digunakan untuk merubah skala tersebut adalah dengan menggunakan uji *Method of Successive Interval*. Adapun langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mengubah skala dari data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Hitung frekuensi observasi tersebut dalam setiap kategori.
2. Hitung proporsi kumulatif.
3. Gunakan tabel distribusi normal untuk memperoleh nilai  $z$  pada setiap proporsi kumulatif.
4. Tentukan nilai batas  $Z$  untuk setiap kategori dengan rumus yang ditulis secara matematis adalah sebagai berikut:

$$S(Z) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\left(\frac{Z^2}{2}\right)}, -\infty < Z < \infty$$

Dengan  $\pi = 3,14159$  dan  $e = 2,71828$

5. Hitung *scale value* untuk setiap kategori dengan rumus yang ditulis secara matematis adalah sebagai berikut:

$$Scale = \frac{\text{kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah di bawah batas atas} - \text{daerah di bawah batas atas}}$$

6. Hitung nilai transformasi untuk setiap kategori dengan rumus yang ditulis secara matematis adalah sebagai berikut:

$$Score = scale\ value + |scale\ value_{min}| + 1$$

### **3.5.5 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan sebagai prasyarat dalam penggunaan model analisis regresi linear berganda, yang mana harus dipenuhi syarat-syarat bahwa data yang diperoleh harus berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas serta tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak terjadi hal-hal tersebut pada data yang akan digunakan maka langkah selanjutnya dapat dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi.

#### **3.5.5.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen, variabel dependen, dan keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik ialah model regresi yang berdistribusi normal sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Dasar keputusan pengambilan uji normalitas didasarkan pada nilai residual. Pengujian terhadap residual terdistribusi normal atau tidaknya dapat diketahui dengan cara melihat probabilitas dengan kriteria sebagai berikut :

7.  $P\text{-value} > 0,05$  maka data terdistribusi normal.
8.  $P\text{-value} < 0,05$  maka data tidak terdistribusi normal.

#### **3.5.5.2 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen. Adapun model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan tinggi ( $> 95\%$ ) dan secara individu variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Adanya perubahan model regresi setelah ditambahkan atau dikurangnya variabel independen.
3. Adanya tanda positif atau negatif pada koefisien model regresi yang berlawanan dengan teori.
4. Nilai *standard error* dalam koefisien regresi menjadi lebih besar dari yang sebenarnya.

Penelitian ini menggunakan alat bantu komputer SPSS 18 untuk mengolah data, maka dari itu pengambilan keputusan uji multikolinearitas yang dilakukan adalah dengan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria:

1. Jika korelasi berpasangan di antara regresor tinggi atau  $> 10$ , maka terjadi multikolinearitas.
2. Jika korelasi berpasangan di antara regresor  $< 10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas.

### 3.5.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan lain pada model regresi berikut:

$$C_{PS} = \beta_0 + \beta_1 HP + \beta_2 US + \beta_3 D + e$$

Adapun model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Dengan kata lain dalam regresi tidak terdapat homoskedastisitas, yaitu apabila varians dari residual dari satu pengamatan ke

pengamatan lain adalah tetap. Sebaliknya, apabila berbeda disebut heteroskedastisitas.

Untuk menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas maka akan dilakukan uji *glejser* yaitu dengan melihat nilai *Prob. Chi Square*. Adapun dasar dalam pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas yaitu sebagai berikut :

1. Jika nilai *Prob. Chi Square*  $\geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima yang artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Jika nilai *Prob. Chi Square*  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak yang artinya terjadi gejala heteroskedastisitas.

### **3.5.6 Uji Statistik Analisis Regresi**

#### **3.5.6.1 Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji – t )**

Uji statistik t menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Penelitian ini membandingkan signifikansi masing – masing variabel independen dengan taraf sig  $\alpha = 0,05$ . Apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima, artinya variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, pada tingkat signifikansi yang lebih besar dari 0,05 maka variabel tersebut memiliki pengaruh yang kecil. Untuk pengujian  $t_{\text{statistik}}$  harga produk terhadap pengeluaran konsumsi adalah sebagai berikut:

1.  $H_0 : \beta_1 \geq 0$   
Secara parsial harga produk tidak berpengaruh negatif terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare* pada mahasiswa dan mahasiswi.

2.  $H_a : \beta_1 < 0$

Secara parsial harga produk berpengaruh negatif terhadap Pengeluaran Konsumsi produk *skincare* pada mahasiswa dan mahasiswi.

Maka keputusan yang diambil adalah:

1. Jika nilai  $t_{\text{statistik}} \geq t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  tidak ditolak artinya secara parsial harga produk tidak berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare* pada mahasiswa dan mahasiswi.
2. Jika nilai  $t_{\text{statistik}} < t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_a$  tidak ditolak artinya secara parsial harga produk tidak berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare* pada mahasiswa dan mahasiswi.

Kemudian untuk pengujian  $t_{\text{statistik}}$  uang saku terhadap pengeluaran konsumsi adalah sebagai berikut:

1.  $H_0 : \beta_2 \leq 0$

Secara parsial uang saku tidak berpengaruh positif terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare* pada mahasiswa dan mahasiswi.

2.  $H_a : \beta_2 > 0$

Secara parsial uang saku berpengaruh positif terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare* pada mahasiswa dan mahasiswi.

Maka keputusan yang diambil adalah:

1. Jika nilai  $t_{\text{statistik}} \leq t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  tidak ditolak artinya secara parsial uang saku tidak berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare* pada mahasiswa dan mahasiswi.

2. Jika nilai  $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_a$  tidak ditolak artinya secara parsial uang saku tidak berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare* pada mahasiswa dan mahasiswi.

Selanjutnya untuk pengujian  $t_{\text{statistik}}$  gender terhadap pengeluaran konsumsi adalah sebagai berikut:

1.  $H_0 : \beta_3 = 0$   
Secara parsial gender tidak memiliki pengaruh berbeda terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare*.
2.  $H_a : \beta_3 \neq 0$   
Secara parsial gender memiliki pengaruh berbeda terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare*.

Maka keputusan yang diambil adalah:

1. Jika nilai  $t_{\text{statistik}} \leq t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  tidak ditolak artinya secara parsial gender tidak berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare* pada mahasiswa dan mahasiswi.
2. Jika nilai  $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_a$  tidak ditolak artinya secara parsial gender berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare* pada mahasiswa dan mahasiswi.

### 3.5.6.2 Uji Signifikansi Secara Bersama-sama (Uji – F )

Uji F atau yang biasa juga dikenal dengan pengujian serentak adalah suatu metode uji untuk mengetahui bagaimana pengaruh semua komponen variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Selain itu, uji F juga dilakukan untuk mengetahui signifikansi koefisien

determinasi  $R^2$ . Nilai F hitung dapat diformulasikan sebagai berikut (Widarjono, 2006):

$$F_{k-1, n-k} = \frac{ESS/(k-1)}{RSS/(n-k)} = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

Keterangan :

ESS= *Explained Sum Square*

RSS= *Residual Sum Square*

n = Jumlah Observasi

k = Jumlah Parameter Estimasi termasuk *Intersept*/Konstanta

Sedangkan hipotesis dalam uji F adalah sebagai berikut:

1.  $H_0 : \beta \leq 0$

Artinya secara bersama-sama variabel harga, uang saku dan gender tidak berpengaruh terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare* pada mahasiswa dan mahasiswi.

2.  $H_a : \beta > 0$

Artinya secara bersama-sama variabel harga, uang saku dan gender berpengaruh terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare* pada mahasiswa dan mahasiswi.

Maka keputusan yang diambil adalah:

1.  $H_0$  ditolak jika nilai  $F_{\text{statistik}} \leq F_{\text{tabel}}$ , artinya secara bersama-sama semua variabel independen yaitu harga, uang saku dan gender tidak berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare* pada mahasiswa dan mahasiswi.
2.  $H_a$  tidak ditolak jika nilai  $F_{\text{statistik}} > F_{\text{tabel}}$ , artinya secara bersama-sama semua variabel independen yaitu harga, uang saku dan gender berpengaruh signifikan

terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare* pada mahasiswa dan mahasiswi.

### 3.5.6.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi adalah koefisien yang menyatakan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Keputusan  $R^2$  adalah sebagai berikut:

1. Nilai  $R^2$  mendekati nol, berarti variabel-variabel independen harga produk, uang saku dan gender dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas atau dapat dikatakan tidak ada keterkaitan terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare*.
2. Nilai  $R^2$  mendekati satu, berarti variabel-variabel independen harga produk, uang saku dan gender memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen atau terdapat keterkaitan terhadap pengeluaran konsumsi produk *skincare*.

### 3.5.7 Analisis Uji Perbedaan

Analisis perbedaan dengan menggunakan (Uji t) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar perbedaan tingkat konsumsi produk *skincare* antara mahasiswa dan mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Siliwangi. Analisis uji perbedaan (Uji t) dapat digunakan dengan asumsi apabila dalam sebuah penelitian dalam objek yang sama dengan subjek yang berbeda (Nirmalasari et al, 2013). Seperti dalam penelitian ini dimana objek dari penelitian ini adalah tingkat konsumsi produk *skincare* pada kalangan pelajar dan subjeknya adalah mahasiswa

dan mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi. Analisis uji perbedaan ini didasarkan atas bentuk hipotesis sebagai berikut :

1.  $H_0 : \mu_{PP} = \mu_{PL}$  : Tidak terdapat perbedaan pengeluaran dan tingkat konsumsi produk *skincare* antara pelajar perempuan (mahasiswi) dan pelajar laki-laki (mahasiswa).
2.  $H_1 : \mu_{PP} \neq \mu_{PL}$  : Terdapat perbedaan pengeluaran dan tingkat konsumsi produk *skincare* antara pelajar perempuan (mahasiswi) dan pelajar laki-laki (mahasiswa).

Menurut Walpole E.R (1993), untuk uji hipotesis beda dua mean populasi dua sampel independen berukuran kecil ( $n_1 < 30$  dan  $n_2 < 30$ ) digunakan uji t dengan rumus pengujian sebagai berikut :

$$t_{hit} = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left\langle \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right\rangle}}$$

Keterangan :

$\bar{x}_1$  = Rata – rata pengeluaran mahasiswa terhadap konsumsi produk *skincare*

$\bar{x}_2$  = Rata – rata pengeluaran mahasiswi terhadap konsumsi produk *skincare*

$s_1^2$  = Ragam produk *skincare* pada mahasiswa

$s_2^2$  = Ragam produk *skincare* pada mahasiswi

$n_1$  = Jumlah responden mahasiswa

$n_2$  = Jumlah responden mahasiswi

Kesimpulan pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai uji statistik yang sesungguhnya dengan nilai kritisnya :

1.  $t_{hit} > t_{tabel, \alpha_{0,05}}$  maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak, berarti tidak ada perbedaan pengeluaran dan tingkat konsumsi produk *skincare* antara pelajar laki-laki (mahasiswa) dan pelajar perempuan (mahasiswi).
2.  $t_{hit} \leq t_{tabel, \alpha_{0,05}}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, berarti ada perbedaan pengeluaran dan tingkat konsumsi produk *skincare* antara pelajar laki-laki (mahasiswa) dan pelajar perempuan (mahasiswi).