

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi

Sebelum melakukan uji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi. Uji asumsi ini terdiri dari uji normalitas dan uji homogenitas. Uji asumsi ini dilakukan untuk mengetahui apakah sebaran item normal atau tidak, sama tidaknya variansi-variansi dua buah variabel.

a. Uji Normalitas

1) Perilaku Belanja *Online* Produk *Fashion*

Uji normalitas perilaku belanja *online* produk *fashion* menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan hasil K-S Z = 0.73 dengan p sebesar 0.661 ($p > 0.05$) yang berarti bahwa distribusi penyebaran normal. Hasil uji normalitas selengkapnya dapat dilihat di lampiran.

2) Gaya Hidup

Uji normalitas perilaku belanja *online* produk *fashion* menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan hasil K-S Z = 1.09 dengan p sebesar 0.185 ($p > 0.05$) yang berarti bahwa distribusi penyebaran normal. Hasil uji normalitas selengkapnya dapat dilihat di lampiran.

b. Uji Homogen

Hasil uji homogenitas antara variabel perilaku belanja *online* produk *fashion* dengan gaya hidup menunjukkan signifikansi 0.061 dengan $p > 0.05$ maka penelitian homogen. Ketika diuji secara masing-masing komponen gaya hidup diperoleh signifikansi 0.277 dengan $p > 0.05$ untuk *actualizer*, 0.097 dengan $p > 0.05$ untuk *experiences*, 0.298 dengan $p > 0.05$ untuk *achievers*, maka masing – masing komponen menghasilkan homogenitas.

2. Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji asumsi yaitu uji normalitas dan uji homogen, maka selanjutnya dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Science (SPSS) Version 20.0 for Windows*. Adapun teknik yang digunakan adalah teknik *one way ANOVA*. Adapun hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Hasil analisa data yang dilakukan pada penelitian perbedaan antara perilaku belanja *online* produk *fashion* ditinjau dari gaya hidup *actualizers*, *experiences*, dan *achievers* ditunjukkan dengan $F = 1.042$ dengan signifikansi 0.437 ($p > 0.05$).

B. Pembahasan

Teori mengatakan bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor dari perilaku belanja *online* produk *fashion*. Gaya hidup menunjukkan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat seseorang di dunia. Gaya hidup sering disalahgunakan oleh

sebagian besar remaja, apalagi para remaja yang berada dalam kota Metropolitan. Mereka cenderung bergaya hidup dengan mengikuti mode masa kini. Pada tiap individu ada kecenderungan dimana mereka lebih mengarah pada salah satu dari klasifikasi gaya hidup VALS. Hal ini membuktikan bahwa adanya perbedaan dari masing-masing gaya hidup.

Berdasarkan uji hipotesis menggunakan metode *one way ANOVA* diperoleh $F = 0.790$ dengan signifikansi 0.669 untuk *actualizers*, $F = 0.979$ dengan signifikansi 0.502 untuk *experiences*, $F = 0.574$ dengan signifikansi 0.955 untuk *achievers*. Hasil ini menunjukkan bahwa dari hipotesis perilaku belanja *online* produk *fashion* pada remaja yang memiliki gaya hidup *actualizers* lebih tinggi daripada remaja yang memiliki gaya hidup *achievers* dan *experiences* ditolak.

Hipotesis ditolak karena ternyata hasil perbedaan perilaku belanja *online* produk *fashion* ditinjau dari gaya hidup *achievers* lebih tinggi daripada gaya hidup *actualizers* dan *experiences*. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa ternyata gaya hidup *achievers* lebih besar pengaruhnya terhadap perilaku belanja *online* produk *fashion*. Hal ini dapat terjadi karena

1. Secara rata – rata tingkat SES mahasiswi Unika Soegijapranata cenderung tinggi, maka kemungkinan mereka membeli barang secara *online* dimana mereka termasuk yang peduli *image* yaitu membeli barang yang tidak banyak dijual di butik ataupun toko atau istilah sekarang yaitu *anti-mainstream*.

2. Membeli barang *online* yang berharga mahal mungkin karena barang mahal biasanya bahannya lebih bagus dan modelnya lebih banyak variansinya, barang – barang mahal biasanya cenderung berkualitas.
3. Membeli barang *online* mungkin juga dapat mengangkat status sosial mereka karena jika melihat orang memakai pakaian yang bagus dan mahal apalagi tidak banyak orang punya, akan menimbulkan pemikiran bahwa orang itu gaul dan trendi.

Awalnya peneliti menduga bahwa gaya hidup *actualizers* lebih mempengaruhi perilaku belanja *online* produk *fashion* daripada gaya hidup *experiences* maupun gaya hidup *achiever*, namun ternyata dugaan peneliti kurang tepat.

Penelitian ini selain hipotesis ditolak, masih terdapat beberapa kelemahan dan butuh banyak perbaikan. Berikut kelemahan-kelemahan dalam penelitian ini :

1. Peneliti menggunakan metode *try out* terpakai sehingga memungkinkan adanya hal-hal yang mencemari atau mengotori hasil penelitian ini. Hal ini disebabkan subyek masih dihadapkan pada skala yang belum dibersihkan dari item-item gugur yang menyebabkan timbulnya kejenuhan pada subyek terhadap jumlah skala dan item yang sangat banyak.
2. Dalam penyusunan skala, walaupun item pada kedua variabel sudah termasuk banyak, namun masih banyak yang gugur juga.