

## **BAB IV**

### **HUBUNGAN TERPAAN INFORMASI PINJAMAN ONLINE DI MEDIA SOSIAL DAN INTENSITAS KOMUNIKASI PEER GROUP DENGAN MINAT MENGGUNAKAN PINJAMAN ONLINE**

Pada bab ini, disajikan hasil dari uji hipotesis dari variabel terpaan informasi pinjol di media sosial dan Intensitas komunikasi *peer group* dengan minat menggunakan pinjaman online. Dalam melakukan uji untuk membuktikan hipotesis yang ada pada penelitian ini, digunakan aplikasi SPSS versi 27.0. dengan menggunakan rumus Kendall's tau-b guna menemukan apakah terdapat hubungan diantara variabel yang diujikan.

#### **4.1 Analisis Uji Kendall's Tau-b**

Hipotesis yang akan dibuktikan yaitu:

- H1: Terdapat Hubungan Antara Terpaan Informasi Pinjaman Online di Media Sosial (X1) dengan Minat Menggunakan Pinjaman online (Y)
- H2: Terdapat Hubungan Antara Intensitas Komunikasi *Peer Group* (X2) dengan Minat Menggunakan Pinjaman online (Y)

Dalam analisi uji Kendall's Tau-b terdapat 3 elemen yang dapat diukur, yaitu hubungan antar variabel berdasarkan signifikansi, tingkat keeratan hubungan, serta arah hubungan antar variable

- Dalam Pengujian Hipotesis ini, signifikansi dapat ditentukan mengacu dari poin berikut:

1. Apabila nilai dari signifikansi menunjukkan  $\leq 0,01$  dapat diartikan sangat signifikan dan terdapat hubungan
2. Apabila nilai dari signifikansi menunjukkan  $\leq 0,05$  dapat diartikan signifikan dan terdapat hubungan
3. Apabila nilai dari signifikansi menunjukkan  $> 0,05$  dapat diartikan tidak signifikan dan tidak terdapat hubungan

- Untuk menentukan tingkat keeratan antar variabel, dapat mengacu pada kategorisasi yang dikemukakan oleh Jonathan Sarwono, (2015: 93) seperti dibawah:

1. Nilai dari koefisien korelasi sebesar 0,00 - 0,25 yang dapat diartikan bahwa hubungan sangat lemah
2. Nilai dari koefisien korelasi 0,26 - 0,50 yang dapat diartikan bahwa hubungan Cukup
3. Nilai dari koefisien korelasi 0,51 - 0,75 yang dapat diartikan bahwa hubungan Kuat
4. Nilai dari koefisien korelasi 0,76 - 0,99 yang dapat diartikan bahwa hubungan sangat kuat
5. Nilai dari koefisien korelasi 1,00 yang dapat diartikan bahwa hubungan sempurna

- Untuk melihat arah hubungan antar variabel bisa dilihat dari angka koefisien korelasi-nya apakah angka tersebut negatif atau positif. Apabila angka

koefisien korelasi bersifat positif, maka hubungan yang ada antara variabel bersifat positif atau searah, sedangkan jika angka koefisien korelasi menunjukkan angka negatif maka hubungan antara variabel bersifat negatif atau berlawanan arah.

#### 4.1.1 Analisis Uji Kendall's Tau-b Antara Terpaan Informasi Pinjaman Online di Media Sosial (X1) Dengan Minat Menggunakan Pinjaman Online (Y)

Tabel 4.1 Hasil Uji Kendall's Tau-b

			Terpaan Informasi Pinjaman Online di Media Sosial	Minat Menggunakan aplikasi Pinjaman Online
Kendall's tau_b	Terpaan Informasi Pinjaman Online di Media Sosial	Correlation Coefficient	1.000	-.526**
		Sig. (2-tailed)	.	<,001
		N	100	100
	Minat Menggunakan aplikasi Pinjaman Online	Correlation Coefficient	-.526**	1.000
		Sig. (2-tailed)	<,001	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Melihat dari output hasil pengujian kendall's tau-b seperti table diatas, bisa dilihat jika nilai signifikansi diantara variable X1, yaitu terpaan informasi pinjaman online di sosial media dengan variable Y yang berupa minat menggunakan pinjaman online sebesar  $< 0,01$ . Dilihat dari angka tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan diantara variable yang sedang diuji.

Untuk kerekatan dan arah hubungan antara variabel diatas dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi dari output hasil pengujian diatas yaitu  $-0,526$  yang berarti hubungan antara variabel yang sedang diujikan bersifat kuat dan bersifat negatif

yang berarti apabila terpaan informasi pinjaman online yang diterima tinggi maka minat menggunakan pinjaman online akan rendah. Dengan ini maka hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan diantara variabel terpaan informasi pinjaman online di media sosial dengan variabel minat menggunakan pinjaman online **diterima.**

#### 4.1.2 Analisis Uji Kendall's Tau-b Antara Intensitas Komunikasi Peer Group (X2) Dengan Minat Menggunakan Pinjaman Online (Y)

Tabel 4. 2 Hasil Uji Kendall's Tau-b

			Intensitas Komunikasi Peer Group	Minat Menggunakan Aplikasi Pinjaman Online
Kendall's tau_b	Intensitas Komunikasi Peer Group	Correlation Coefficient	1.000	-.604**
		Sig. (2-tailed)	.	<.001
		N	100	100
	Minat Menggunakan Aplikasi Pinjaman Online	Correlation Coefficient	-.604**	1.000
		Sig. (2-tailed)	<.001	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Melihat dari output hasil pengujian kendall's tau-b yang ada diatas, bisa dilihat angka nilai signifikansi diantara variabel X2 yaitu intensitas komunikasi *Peer Group* dengan variable Y yang berupa minat menggunakan pinjaman online sebesar  $< 0,01$  dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa diantara kedua variabel yang sedang diuji memiliki hubungan.

Untuk kerekatan dan arah hubungan antara variabel diatas dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi dari output hasil pengujian diatas yaitu -0,604 yang berarti hubungan antara variabel yang sedang diujikan bersifat kuat dan bersifat negatif yang berarti apabila Intensitas komunikasinya tinggi maka minat menggunakan pinjaman online akan rendah. Dengan ini maka Hipotesis yang menyatakan adanya hubungan diantara intensitas komunikasi *peer group* dengan minat menggunakan pinjaman online **diterima**.

## **4.2 Pembahasan**

Setelah melihat hasil dari pengujian hipotesis pada hubungan terpaan informasi pinjaman online di media sosial, dan intensitas komunikasi *peer group* dengan minat menggunakan pinjaman online. Pembahasan dari hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

### **4.2.1 Hubungan Terpaan Informasi Pinjaman Online di Media Sosial Dengan Minat Menggunakan Pinjaman online**

Berdasarkan hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa terdapat hubungan diantara terpaan informasi pinjaman online di media sosial dengan minat menggunakan pinjaman online. Dari hasil pengujian ini, teori integrasi informasi (*Information-Integration Theory*) berhasil dibuktikan dengan adanya hubungan diantara variabel-variabel yang sedang diujikan, dalam kasus ini adalah terpaan informasi dengan minat menggunakan. Responden menunjukkan adanya kesadaran akan konsekuensi dari hasil penelitian yaitu terpaan informasi pinjaman online di media sosial yang menyerpa dengan tinggi akan berpengaruh pada minat responden terhadap pinjaman online. Responden akan mendapatkan pengetahuan yang baru

terkait dengan pinjaman online yang mereka dapatkan dari informasi yang tersebar di media sosial mengenai pinjaman online. Terkait dengan penelitian yang dilakukan ini terpaan informasi pinjaman online di media sosial merupakan terpaan dari pesan stimulus guna merangsang komunikasi hingga memunculkan reaksi berupa minat menggunakan pinjaman online. Lalu dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi terpaan informasi pinjaman online yang diterima oleh seseorang maka akan semakin rendah minat untuk menggunakan pinjaman online.

#### **4.2.2 Hubungan Intensitas Komunikasi *Peer Group* Dengan Minat Menggunakan Pinjaman online**

Berdasar dari hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa adanya hubungan diantara terpaan informasi pinjaman online di media sosial dengan minat menggunakan pinjaman online. Dari hasil uji yang sudah dilakukan dalam penelitian stini, yang menunjukkan bahwa apabila makin tinggi intensitas komunikasi *peer group* yang diterima semakin rendah minat untuk menggunakan pinjaman online. Dari hasil pengujian ini, teori Kelompok Rujukan (*Reference Group Theory*) berhasil dibuktikan dengan terdapat hubungan diantara intensitas komunikasi *Peer group* dengan minat menggunakan pinjaman online. Responden akan mendapatkan pengetahuan dan sudut pandang baru terkait dengan pinjaman online yang mereka dapatkan dari berkomunikasi dengan teman sebaya mengenai pinjaman online. Responden menjadikan informasi dan sudut pandang dari teman sebayanya sebagai rujukan dalam menentukan sesuatu. Dilihat dari hasil pengujian

tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi intensitas komunikasi individu maka akan semakin rendah minat untuk menggunakan pinjaman online.