

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa generasi Z dengan maksimal usia 25 tahun yang memiliki dan menggunakan *smartphone* pribadi. Total subjek yang dikumpulkan oleh peneliti berjumlah 440 responden, 11 responden tidak sesuai dengan karakteristik yaitu tujuh diantaranya tidak berstatus mahasiswa dan empat lainnya menggunakan *smartphone* kurang dari satu tahun. Dengan begitu jumlah akhir responden sebanyak 431 orang. Gambaran demografis yang dipaparkan pada Tabel 4.1 adalah usia, jenis kelamin, jenjang studi, domisili, dan lama penggunaan *smartphone*, agar dapat memastikan responden sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan.

Tabel 4. 1 Gambaran Umum Subjek Penelitian (N=431)

Variabel	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	165	38,28
Perempuan	266	61,71
Usia (tahun)		
18	17	3,94
19	32	7,42
20	59	13,68
21	100	23,20
22	128	29,69
23	43	9,97
24	27	6,26
25	25	5,80
Pendidikan Terakhir		
SMA/Sederajat	383	88,86
S1 dan D4	48	11,13
Domisili		
Pulau Jawa	359	83,29
Pulau Sumatera	35	8,12
Pulau Kalimantan	7	1,62
Pulau Sulawesi	17	3,94
Pulau Maluku dan Papua	3	0,69
Pulau Nusa Tenggara dan Bali	10	2,32

Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan dengan jumlah 266 (61,71%). Rentang usia paling dominan adalah 22 tahun sebanyak 128 responden (29,69%), sarjana sebanyak 292 responden (67,74%), dan magister sebanyak 48 responden (11,13%). Berdasarkan domisili Pulau Jawa adalah yang terbanyak yaitu 359 responden (83,29%).

4.2 Gambaran Umum Faktor Subjek Penelitian

Tabel 4.2 menunjukkan gambaran faktor pada subjek penelitian, diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 369 (85,61%) merasa mampu mengendalikan pemakaian *smartphone* di kehidupan sehari-hari, begitu juga dengan faktor *self-esteem* yang menunjukkan bahwa 411 responden (95,36%) mampu menerima dan menganggap bahwa dirinya berharga.

Tabel 4. 2 Gambaran Umum Faktor Subjek Penelitian

Faktor	Frekuensi	Persentase (%)
Self-Control		
Mampu	369	85,61%
Tidak Mampu	62	14,38%
Self-Esteem		
Menganggap dirinya berharga	411	95,36%
Tidak menganggap dirinya berharga	20	4,64%

4.3 Hasil

4.3.1 Gambaran Variabel *Smartphone Addiction*

Tabel 4.3 menampilkan statistik deskriptif variabel *smartphone addiction* secara keseluruhan total dan perdimensi.

Tabel 4. 3 Gambaran Variabel *Smartphone Addiction*

<i>Smartphone Addiction</i>	Mean	Mean	Standar	Minimum	Maksimum
	Teoritik	Empirik	Deviasi		
<i>Daily-Life Disturbance</i>	10,5	12,52	3,5	3,0	18,0
<i>Positive Anticipation</i>	14,0	18,19	3,8	5,0	24,0
<i>Withdrawal</i>	10,5	11,21	3,7	3,0	18,0
<i>Cyber-spaced Relationship</i>	7,0	8,50	2,3	2,0	12,0
<i>Overuse</i>	7,0	9,27	2,0	2,0	12,0
<i>Tolerance</i>	7,0	7,75	2,7	2,0	12,0
Total SAS	56,0	67,47	14,75	23,0	96,0

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa total *smartphone addiction scale* memiliki *mean* empirik (M=67,47) lebih besar dibandingkan dengan *mean* teoritik (M=56). Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, mahasiswa generasi Z cenderung mengalami *smartphone addiction* yang tinggi. *Daily-life disturbance* sebagai dimensi pertama memiliki skor *mean* empirik (M=12,52) lebih besar dibandingkan dengan *mean* teoritik (M=10,5). Hal ini menunjukkan bahwa kehidupan sehari-hari mahasiswa generasi Z cukup terganggu akibat penggunaannya akan *smartphone* yang berlebihan. Dimensi kedua yaitu *positive anticipation* menunjukkan skor *mean*

empirik (M=18,19) lebih besar dibandingkan teoritik (M=14) sehingga menunjukkan bahwa mahasiswa generasi Z tidak mampu bertahan tanpa *smartphone* dan menjadikan *smartphone* sebagai tempat pelarian dari stres dan rasa jenuh. Selanjutnya pada dimensi *withdrawal* mean empirik (M=11,21) lebih besar dibandingkan dengan mean teoritik (M=10,5), sehingga mahasiswa generasi Z menganggap bahwa *smartphone* mampu memberikan perasaan gembira dan menghilangkan stres.

Pada dimensi *cyberspace-oriented relationship* menunjukkan skor *mean* empirik (M=8,50) lebih besar dibandingkan dengan teoritik (M=7), sehingga mahasiswa generasi Z merasa bahwa melalui *smartphone* mereka dapat mengenal banyak orang dan merasa hubungan pertemanan di *smartphone* lebih dekat dibandingkan di kehidupan nyata. Kemudian pada dimensi *overuse* memiliki skor *mean* empirik (M=9,27) lebih besar dibandingkan teoritik (M=7), sehingga mahasiswa generasi Z tidak mampu mengatur penggunaan *smartphone* dengan baik. Kemudian pada dimensi terakhir yaitu *tolerance* menunjukkan *mean* empirik (M= 7,75) sedikit lebih besar dibandingkan teoritik (M=7). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa generasi Z pada dimensi *tolerance* berada pada nilai rata-rata, mereka cukup mampu membatasi penggunaan *smartphone*.

4.3.2 Gambaran Variabel *Big Five personality*

Tabel 4.4 menunjukkan statistik deskriptif variabel *Big Five personality* yang berisi skor *mean*, standar deviasi, skor minimum serta maksimum.

Tabel 4. 4 Gambaran Variabel *Big Five Personality*

<i>Big Five Personality</i>	<i>Mean</i> Teoritik	<i>Mean</i> Empirik	Standar Deviasi	Minimum	Maksimum
<i>Openness to Experience</i>	24	28,71	4,5	16,0	40,0
<i>Conscientiousness</i>	30	32,98	6,2	18,0	50,0
<i>Extraversion</i>	24	26,55	5,2	9,0	40,0
<i>Agreeableness</i>	18	22,32	3,6	10,0	30,0
<i>Neuroticism</i>	33	32,02	6,5	11,0	51,0

Dimensi *openness to experience* menunjukkan *mean* empirik (M=28,71) lebih besar dibandingkan teoritik (M=24). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa generasi Z cenderung memiliki keterbukaan diri, pribadi yang mengutamakan orisinalitas dan spontan, memiliki keingintahuan yang tinggi dan minat yang beragam, serta berperilaku berbeda dibandingkan orang kebanyakan. Selanjutnya

pada dimensi *conscientiousness* memiliki mean empirik ($M=32,89$) lebih besar dibandingkan dengan teoritik ($M=30$), sehingga menunjukkan bahwa mahasiswa generasi Z memiliki pribadi yang efisien dan teratur, ambisius dan gigih, dan memperhitungkan setiap mengambil keputusan. *Extraversion* memiliki mean empirik ($M=26,55$) lebih besar dibandingkan teoritik ($M=24$), hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa generasi Z gemar bergaul dan bersosialisasi, percaya diri, antusias serta optimis. *Agreeableness* memiliki mean empirik ($M=22,32$) lebih besar dibandingkan teoritik ($M=18$), sehingga menunjukkan mahasiswa generasi Z adalah pribadi yang cenderung pemaaf, apa adanya, ramah dan simpatik, namun tegas. Kemudian dimensi terakhir yaitu *neuroticism* memiliki mean empirik ($M=32,02$) sedikit lebih besar dibandingkan dengan teoritik ($M=33$). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa generasi Z pada kepribadian *neuroticism* memiliki nilai rata-rata, tidak terlalu tinggi maupun terlalu rendah sehingga mereka cukup mampu mengolah serta mengatasi perasaan dan emosi negatif. Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa seluruh dimensi *Big Five* memiliki mean empirik yang lebih besar dibandingkan teoritik.

4.4 Uji Asumsi

4.4.1 Uji Normalitas

Uji asumsi yang dilakukan adalah uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov melalui JASP 0.16.4.0. *Kolmogorov-smirnov* digunakan karena jumlah populasi didalam penelitian ini >50 (Mishra et al., 2019). Uji normalitas yang dilakukan menunjukan bahwa variabel *smartphone addiction* sebagai variabel dependen dapat terdistribusi dengan normal ($S=0,058$, $p=0,105$), di mana memiliki nilai signifikansi $p>0,05$ (Field, 2018). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka uji asumsi normalitas telah terpenuhi.

4.4.2 Hasil Uji Asumsi & Regresi Setiap Hipotesis

Uji asumsi dilakukan terlebih dahulu sebelum dilakukannya uji regresi linear sederhana. Analisis yang digunakan untuk menguji asumsi diantaranya adalah uji normalitas, linearitas dengan menggunakan *QQ plots*, uji *homocedasticity* melalui metode *visual scatter plot*, dan uji independen *error*

menggunakan *Durbin-Watson* seperti yang dapat dilihat pada tabel 4.5. Uji linearitas yang dilakukan menggunakan *QQ plots* menunjukkan bahwa titik-titik berada dekat dengan garis diagonal dan membentuk garis lurus sehingga uji linearitas dapat terpenuhi. Hasil uji *residuals vs predicted* yang dilakukan juga tidak melanggar *homocedasticity* karena menunjukkan titik-titik menyebar diantara garis dan tidak membentuk kerucut sehingga uji asumsi *homocedasticity* juga telah terpenuhi. Hasil uji independensi menunjukkan bahwa data yang dimiliki tidak berkorelasi satu sama lain, nilai *Durbin-Watson* menunjukkan rentang 1-3 disetiap hipotesis sehingga uji asumsi independen *error* terpenuhi.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Asumsi dan Regresi Setiap Hipotesis

Hipotesis	R ²	F	b	a	p
Smartphone addiction (Intercept)			90,328		< 0,001
Openness to experience	0,060	27,280	-0,796	-0,245	<0,001
Smartphone addiction (Intercept)			93,746		< 0,001
Conscientiousness	0,114	55,273	-0,796	-0,338	< 0,001
Smartphone addiction (Intercept)			76,077		< 0,001
Extraversion	0,013	5,676	-0,324	-0,114	0,018
Smartphone addiction (Intercept)			87,241		< 0,001
Agreeableness	0,047	21,285	-0,885	-0,217	< 0,001
Smartphone addiction (Intercept)			40,650		< 0,001
Neuroticism	0,134	67,547	0,836	0,369	< 0,001

4.5 Analisis

4.5.1 Analisis Hipotesis 1 (Uji Regresi Linear Sederhana *Openness to Experience* terhadap *Smartphone Addiction*)

Uji regresi linear sederhana pada hipotesis pertama menunjukkan bahwa dimensi *openness to experience* berpengaruh signifikan terhadap *smartphone addiction* pada mahasiswa generasi Z dengan nilai $R^2 = 0,060$, $F(1, 429) = 27,280$, $p < 0,001$. Berdasarkan nilai yang didapat diketahui bahwa pengaruh *openness to experience* terhadap *smartphone addiction* pada mahasiswa generasi Z sebanyak 6% sedangkan 94% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan pengaruh sebesar 6% maka pengaruh *openness to experience* terhadap *smartphone addiction* termasuk kedalam kategori rendah. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Cohen (sebagaimana dikutip dalam Gravetter & Forzano, 2018) bahwa apabila nilai $R^2 =$

0,01 maka sebuah pengaruh termasuk kedalam kategori rendah. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, persamaan regresi dapat dibuat sebagai berikut:

$$\text{Smartphone Addiction} = 90,328 - 0,796 (\text{Openness to Experience})$$

Hasil persamaan regresi diatas menyatakan bahwa apabila *openness to experience* bernilai 0, maka *smartphone addiction* sebesar 90,328. Setiap penambahan satu skor pada *openness to experience* maka menyebabkan *smartphone addiction* menurun sebesar 0,796. Maka dari itu dapat dinyatakan bahwa H_0 pada hipotesis pertama ditolak, sehingga *openness to experience* berpengaruh negatif terhadap *smartphone addiction* mahasiswa generasi Z.

4.5.2 Analisis Hipotesis 2 (Uji Regresi Linear Sederhana *Conscientiousness* terhadap *Smartphone Addiction*)

Uji regresi linear sederhana pada hipotesis kedua menunjukkan bahwa dimensi *conscientiousness* berpengaruh signifikan terhadap *smartphone addiction* pada mahasiswa generasi Z dengan nilai $R^2 = 0,114$, $F(1, 429) = 55,273$, $p < 0,001$. Berdasarkan nilai yang didapat diketahui bahwa pengaruh *conscientiousness* terhadap *smartphone addiction* pada mahasiswa generasi Z sebanyak 11,4% sedangkan 88,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan pengaruh sebesar 11,4% maka pengaruh antara *conscientiousness* terhadap *smartphone addiction* termasuk kedalam kategori sedang. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Cohen (sebagaimana dikutip dalam Gravetter & Forzano, 2018) bahwa apabila nilai $R^2 = 0,09$ maka sebuah pengaruh termasuk kedalam kategori sedang. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, persamaan regresi dapat dibuat sebagai berikut:

$$\text{Smartphone Addiction} = 93,746 - 0,796 (\text{Conscientiousness})$$

Hasil persamaan regresi diatas menyatakan bahwa apabila *conscientiousness* bernilai 0, maka *smartphone addiction* sebesar 93,746. Setiap penambahan satu skor pada *conscientiousness* maka menyebabkan *smartphone addiction* menurun sebesar 0,796. Maka dari itu dapat dinyatakan bahwa H_0 pada hipotesis kedua

ditolak, sehingga *conscientiousness* berpengaruh negatif terhadap *smartphone addiction* pada mahasiswa generasi Z.

4.5.3 Analisis Hipotesis 3 (Uji Regresi Linear Sederhana *Extraversion* terhadap *Smartphone Addiction*)

Uji regresi linear sederhana pada hipotesis ketiga menunjukkan bahwa dimensi *extraversion* berpengaruh signifikan terhadap *smartphone addiction* pada mahasiswa generasi Z dengan nilai $R^2 = 0,013$, $F(1, 429) = 5,676$, $p = 0,018$. Berdasarkan nilai yang didapat diketahui bahwa pengaruh *extraversion* terhadap *smartphone addiction* pada mahasiswa generasi Z hanya sebanyak 1,3% sedangkan 98,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan pengaruh sebesar 1,3% maka pengaruh antara *extraversion* terhadap *smartphone addiction* termasuk kedalam kategori rendah. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Cohen (sebagaimana dikutip dalam Gravetter & Forzano, 2018) bahwa apabila nilai $R^2 = 0,01$ maka sebuah pengaruh termasuk kedalam kategori rendah. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, persamaan regresi dapat dibuat sebagai berikut:

$$\text{Smartphone Addiction} = 76,077 - 0,324 (\text{Extraversion})$$

Hasil persamaan regresi diatas menyatakan bahwa apabila *extraversion* bernilai 0, maka *smartphone addiction* sebesar 76,077. Setiap penambahan satu skor pada *extraversion* maka menyebabkan *smartphone addiction* menurun sebesar 0,324. Maka dari itu dapat dinyatakan bahwa H_0 pada hipotesis ketiga ditolak, sehingga *extraversion* berpengaruh negatif terhadap *smartphone addiction* pada mahasiswa generasi Z.

4.5.4 Analisis Hipotesis 4 (Uji Regresi Linear Sederhana *Agreeableness* terhadap *Smartphone Addiction*)

Uji regresi linear sederhana pada hipotesis keempat menunjukkan bahwa dimensi *agreeableness* berpengaruh signifikan terhadap *smartphone addiction* pada mahasiswa generasi Z dengan nilai $R^2 = 0,047$, $F(1, 429) = 21,285$, $p < 0,001$.

Berdasarkan nilai yang didapat diketahui bahwa pengaruh *agreeableness* terhadap *smartphone addiction* pada mahasiswa generasi Z hanya sebesar 4,7% sedangkan 95,3% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan pengaruh sebesar 4,7% maka pengaruh antara *agreeableness* terhadap *smartphone addiction* termasuk kedalam kategori rendah. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Cohen (sebagaimana dikutip dalam Gravetter & Forzano, 2018) bahwa apabila nilai $R^2 = 0,01$ maka sebuah pengaruh termasuk kedalam kategori rendah. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, persamaan regresi dapat dibuat sebagai berikut:

$$\text{Smartphone Addiction} = 87,241 - 0,885 (\text{Agreeableness})$$

Hasil persamaan regresi diatas menyatakan bahwa apabila *agreeableness* bernilai 0, maka *smartphone addiction* sebesar 87,241. Setiap penambahan satu skor pada *agreeableness* maka menyebabkan *smartphone addiction* menurun sebesar 0,885. Maka dari itu dapat dinyatakan bahwa H_0 pada hipotesis keempat ditolak, sehingga *agreeableness* berpengaruh negatif terhadap *smartphone addiction* pada mahasiswa generasi Z.

4.5.5 Analisis Hipotesis 5 (Uji Regresi Linear Sederhana *Neuroticism* terhadap *Smartphone Addiction*)

Uji regresi linear sederhana pada hipotesis kelima menunjukkan bahwa dimensi *neuroticism* berpengaruh signifikan terhadap *smartphone addiction* pada mahasiswa generasi Z dengan nilai $R^2 = 0,134$, $F(1, 429) = 67,547$, $p < 0,001$. Berdasarkan nilai yang didapat diketahui bahwa pengaruh *neuroticism* terhadap *smartphone addiction* pada mahasiswa generasi Z sebesar 13,4% sedangkan 86,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan pengaruh sebesar 13,4% maka pengaruh antara *neuroticism* terhadap *smartphone addiction* termasuk kedalam kategori rendah. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Cohen (sebagaimana dikutip dalam Gravetter & Forzano, 2018) bahwa apabila nilai $R^2 = 0,09$ maka sebuah pengaruh termasuk kedalam kategori sedang. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, persamaan regresi dapat dibuat sebagai berikut:

$$\text{Smartphone Addiction} = 40,650 + 0,836 (\text{Neuroticism})$$

Hasil persamaan regresi diatas menyatakan bahwa apabila *neuroticism* bernilai 0, maka *smartphone addiction* sebesar 40,650. Setiap penambahan satu skor pada *neuroticism* maka menyebabkan *smartphone addiction* bertambah sebesar 0,836. Maka dari itu dapat dinyatakan bahwa H_0 pada hipotesis kelima ditolak, sehingga *neuroticism* berpengaruh positif terhadap *smartphone addiction* pada mahasiswa generasi Z.

Berdasarkan hasil analisis setiap hipotesis yang telah dijabarkan diatas peneliti merangkum hasil persamaan regresi setiap hipotesis pada tabel 4.6.

Tabel 4. 6 Hasil persamaan regresi setiap hipotesis

Y		X
Smartphone Addiction	90,328 - 0,796	<i>Openness to Experience</i>
	93,746 - 0,796	<i>Conscientiousness</i>
	76,077 - 0,324	<i>Extraversion</i>
	87,241 - 0,885	<i>Agreeableness</i>
	40,650 + 0,836	<i>Neuroticism</i>

4.6 Analisis Tambahan

Analisis tambahan dilakukan dengan tujuan melihat apakah jenis kelamin, pendidikan terakhir, *self-esteem* dan *self-control* benar adanya memiliki pengaruh terhadap *smartphone addiction*. Analisis tambahan perlu dilakukan karena diduga juga mampu mempengaruhi *smartphone addiction*, sebagaimana yang diperoleh (Kwon et al., 2013) dalam penelitiannya. Sebelum melakukan uji regresi, faktor-faktor tersebut perlu dilakukan uji normalitas serta asumsi terlebih dahulu guna memenuhi syarat regresi sederhana. Kemudian, uji regresi berganda dilakukan untuk melihat bagaimana setiap faktor secara bersama-sama mempengaruhi *smartphone addiction*.

4.6.1 Uji Normalitas Jenis Kelamin, Pendidikan Terakhir, *Self-Control*, dan *Self-Esteem*

Uji normalitas dilakukan terlebih dahulu pada semua faktor sebelum dilakukan uji regresi berganda. Tabel 4.7 menampilkan hasil uji normalitas faktor yaitu jenis kelamin, pendidikan terakhir, *self-control*, dan *self-esteem*. Berdasarkan tabel yang ditampilkan, menunjukkan bahwa keempat faktor tidak memenuhi uji normalitas karena memiliki nilai $p < 0,05$. Oleh karena itu, uji asumsi tidak perlu dilakukan lagi karena dapat dianggap gugur, dengan begitu langkah selanjutnya adalah melakukan uji regresi logistik.

Tabel 4. 7 Uji Normalitas Jenis Kelamin, Pendidikan Terakhir, Self-Control, dan Self-Esteem

Model	<i>p</i>
Jenis Kelamin	<0,001
Pendidikan Terakhir	<0,001
<i>Self-Control</i>	<0,001
<i>Self-Esteem</i>	<0,001

4.6.2 Uji Regresi Logistik Big Five, Jenis Kelamin, Pendidikan Terakhir, *Self-Esteem*, dan *Self-Control* terhadap *Smartphone Addiction*

Tabel 4.8 menampilkan hasil analisis tambahan dari faktor yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis kelamin, pendidikan terakhir, *self-control*, dan *self-esteem*. Uji regresi logistik dilakukan dengan tujuan mengetahui apakah faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi variabel *smartphone addiction*. Hasil uji regresi logistik menunjukkan bahwa yaitu jenis kelamin, pendidikan terakhir, *self-control*, dan *self-esteem* secara statistik signifikan, yaitu , $\chi^2 (427) = 15,679$, $p < 0,001$. Besaran pengaruh keempat faktor terhadap *smartphone addiction* adalah sebesar 0,059.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Logistik Big Five, Jenis Kelamin, Pendidikan Terakhir, Self-Esteem, dan Self-Control terhadap Smartphone Addiction

Model	df	χ^2	Odds Ratio	Nagelkerke R^2	<i>p</i>
H_1	427	15,679		0,059	0,001
Jenis Kelamin ^a			0,733		0,808
Pendidikan Terakhir ^b			0,585		0,577
<i>Self-Control</i> ^c			0,372		0,002
<i>Self-Esteem</i> ^d			0,313		0,319

^aPerempuan = 1, Laki-laki = 0

^bTinggi (Sarjana dan Diploma) = 1, Rendah (SMA/Sederajat) = 0

^cMampu = 1, Tidak Mampu = 0

^dMenganggap dirinya berharga = 1, Tidak menganggap dirinya berharga = 0