Volume. 2 No 1 April (2025)

e-ISSN: 3062-7737
p-ISSN: 3063-2137

Semeton Mathematics Journal

Homepage jurnal: http://eigen.unram.ac.id/semeton

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Memilih Mahasiswa Gen-Z Universitas Mataram pada Pilgub NTB 2024

(*Analysis of Voting Behavior Factors Among Gen Z Students at the University of Mataram in the 2024 NTB Gubernatorial Election*)

Elsa Amini[1], Meilinda Fauzi[1], Triana Putri Ramdhani [1], Ulfaturrahmi[1], Dina Eka Putri[2]*, Zulhan Widya Baskara[2]

1. Program Studi Matematika, Universitas Mataram, Indonesia.
2. Program Studi Statistika, Universitas Mataram, Indonesia.

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan perilaku memilih mahasiswa Generasi Z dalam konteks Pemilihan Gubernur Nusa Tenggara Barat (NTB) tahun 2024. Menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini mengadopsi metode regresi linier berganda untuk menguji pengaruh faktor sosiologis, psikologis, dan rasional terhadap perilaku memilih. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner daring kepada 97 responden yang merupakan mahasiswa aktif Universitas Mataram, dipilih secara purposive. Instrumen diukur dengan skala Likert 4 poin untuk meminimalkan respons netral. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor psikologis dan rasional berpengaruh signifikan terhadap perilaku memilih, sementara faktor sosiologis tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik. Model regresi menghasilkan nilai Adjusted R^2 sebesar 0,549, yang mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen menjelaskan 54,9% variabilitas perilaku memilih.

Keywords: *Generasi Z*; Pilkada Gubernur; Partisipasi Politik

ABSTRAK

This study aims to analyze the determinants of voting behavior among Generation Z students in the context of the 2024 Gubernatorial Election in West Nusa Tenggara (NTB), Indonesia. Utilizing a quantitative approach, the research applies multiple linear regression to examine the influence of sociological, psychological, and rational factors on voting behavior. Primary data were collected through an online questionnaire distributed to 97 purposively selected active students at the University of Mataram. The instrument employed a 4-point Likert scale to minimize neutral responses. The findings reveal that psychological and rational factors significantly influence voting behavior, whereas sociological factors do not show a statistically significant effect. The regression model yielded an Adjusted R^2 value of 0.549, indicating that the three independent variables explain 54.9% of the variance in voting behavior.

Keywords: Generation Z; Gubernatorial Election; Political Participation

Diterima: 27-04-2025;
Disetujui: 17-07-2025;

Doi: https://doi.org/10.29303/semeton.v2i1.295

* Corresponding author
e-mail: dina.putri@unram.ac.id

Copyright: © 2025 by auhtors.
This is an open access article under the CC BY-SA license.

1. Pendahuluan

Generasi Z (*Gen Z*) sering kali didefinisikan sebagai generasi yang lahir setelah tahun 1995, sebagaimana disebutkan dalam berbagai penelitian terdahulu (Sakitri, 2021) Generasi ini juga dikenal sebagai generasi pasca-milenial, dengan karakteristik unik yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan media sosial, sehingga sering dijuluki "digital natives" (Francis & Hoefel, 2018). Dalam konteks Indonesia, data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa *Gen Z* mencakup sekitar 27,94% dari total populasi, menjadikannya salah satu kelompok pemilih yang strategis dalam menentukan arah politik bangsa.

Mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z memiliki peran strategis dalam kontestasi politik, termasuk dalam Pemilu 2024, khususnya di wilayah seperti Nusa Tenggara Barat (NTB) yang memiliki dinamika sosial, ekonomi, dan politik yang kompleks. Kelompok ini, yang umumnya berusia antara 18 hingga 25 tahun, tidak hanya signifikan secara jumlah sebagai pemilih pemula, tetapi juga memiliki karakteristik khas seperti literasi digital tinggi, akses luas terhadap informasi, dan kepedulian terhadap isu-isu sosial. Media sosial memainkan peran penting dalam membentuk kesadaran politik Gen Z, di mana kampanye yang kreatif dan relevan mampu mendorong partisipasi aktif dalam pemilu. Mahasiswa, sebagai bagian dari kelompok ini, sering kali terlibat dalam diskusi politik baik di ruang akademik, organisasi kemahasiswaan, maupun di media sosial. Dengan demikian, mereka tidak hanya menjadi target penting dalam strategi kampanye politik, tetapi juga memiliki potensi sebagai agen perubahan sosial yang dapat memengaruhi arah kebijakan di masa depan (Tito et al., 2024).

Sebagai bagian dari masyarakat NTB, mahasiswa Gen Z sering kali terlibat aktif dalam proses politik, baik secara individu maupun kolektif. Mereka mampu mengidentifikasi dan mengartikulasikan isu-isu lokal seperti kesenjangan sosial, masalah lingkungan, akses pendidikan, dan peluang ekonomi. Dalam menentukan pilihan, mahasiswa ini memadukan penilaian emosional—dipengaruhi oleh lingkungan sosial seperti keluarga, teman, dan kampus—dengan faktor rasional, seperti visi, misi, rekam jejak kandidat, dan kejelasan program kerja. Temuan dari Loso Judijanto et al. (2024) menunjukkan bahwa politik identitas serta penggunaan media sosial tidak hanya berdampak signifikan, tetapi juga saling memperkuat dalam membentuk partisipasi politik digital di kalangan pemilih Milenial dan Gen Z, yang mencerminkan perpaduan emosi, identitas, dan pertimbangan rasional dalam pilihan politik mereka (Judijanto et al., 2024).

Penelitian serupa di Indonesia juga mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi perilaku memilih generasi muda. (Husniyah et al., 2024) dalam studi di Kota Medan mengenai preferensi pemilih muda pada Pemilu Presiden 2024 menunjukkan bahwa faktor sosial budaya, rekam jejak kandidat, isu politik, efektivitas kampanye, serta hasil debat capres-cawapres berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih. Penelitian tersebut menegaskan pentingnya strategi kampanye yang tidak hanya rasional tetapi juga mampu menyentuh aspek sosial dan komunikasi yang relevan dengan generasi muda. Selain itu, penelitian oleh (Mangkau, 2024) berjudul "Preferensi Memilih Generasi Z Kota Makassar Menghadapi Pemilu 2024" membahas faktor-faktor yang membentuk preferensi memilih Generasi Z dalam pemilu menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan wawancara mendalam. Penelitian tersebut menemukan dua faktor utama yang memengaruhi: (1) faktor psikologis, yaitu dorongan emosional dan pengaruh media sosial; serta (2) faktor rasional, di mana pilihan didasarkan pada keuntungan yang dirasakan. Adapun penelitian lain oleh (Ardiansyah et al., 2024) menunjukkan bahwa perilaku memilih Gen-Z dalam Pemilu 2024 dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sosiologis, psikologis, dan rasional, dengan faktor rasional sebagai yang paling dominan. Gen-Z cenderung mempertimbangkan visi, misi, dan rekam jejak kandidat sebelum menentukan pilihan, yang menunjukkan potensi besar mereka dalam mendukung terwujudnya Visi Indonesia Emas 2045.

Pada konteks Pilgub NTB, media sosial berperan signifikan sebagai sarana komunikasi politik yang dominan. Mahasiswa *Gen Z* memanfaatkan platform seperti Instagram, Twitter, TikTok dll untuk memperoleh informasi kandidat, mengikuti perdebatan isu, serta menyuarakan

pendapat mereka. Sebuah studi mengungkapkan bahwa media sosial memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara kandidat dan pemilih muda, yang jika dikelola dengan baik, dapat meningkatkan ketertarikan mahasiswa untuk mengikuti proses pemilu (Rahmadani et al., 2021). Namun, di balik tingginya tingkat partisipasi mereka di media sosial, terdapat kesenjangan pemahaman mendalam terhadap program-program yang diusung para kandidat.

Kompleksitas isu kampanye, seperti penanganan bencana, pembangunan ekonomi lokal berbasis kearifan budaya, dan pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan, sering kali menjadi tantangan dalam komunikasi politik. Kampanye politik yang hanya berorientasi pada penggunaan media sosial, tanpa menyertai komunikasi langsung atau pendekatan berbasis komunitas, berpotensi menimbulkan kesalahpahaman atau tidak relevan dengan kebutuhan mahasiswa. Oleh karena itu, penting bagi kandidat untuk mengoptimalkan strategi kampanye berbasis pendekatan lokal dan menyelaraskan pesan politik dengan kebutuhan masyarakat di NTB, termasuk mahasiswa (Arifin, 2019).

Dalam konteks pemilihan Gubernur di Nusa Tenggara Barat (NTB), mahasiswa Generasi Z merupakan kelompok pemilih yang signifikan karena karakteristik digital-native mereka. Generasi ini tumbuh dengan akses luas terhadap teknologi dan media sosial, yang menjadi sumber utama informasi politik dan membentuk cara mereka berinteraksi dengan isu publik (Turner, 2021; Abbas et al., 2019)

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi politik mahasiswa Generasi Z dalam pemilihan Gubernur di Nusa Tenggara Barat (NTB). Melalui pendekatan kuantitatif dan metode regresi linier berganda, penelitian ini mengkaji pengaruh faktor rasional (seperti visi, misi, dan rekam jejak kandidat), faktor sosiologis (lingkungan keluarga, teman, dan organisasi kampus), serta faktor emosional atau psikologis (persepsi, identitas politik, dan kedekatan emosional). Dengan mengacu pada teori perilaku pemilih, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika politik Gen Z serta menjadi acuan strategis bagi penyusunan komunikasi politik yang relevan di era digital.

2. Metode

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantatif karena tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahu bagaimana minat memilih mahasiswa Gen Z di Universitas Mataram terhadap pemilihan Gubernur di NTB. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier berganda untuk menganalisis pengaruh faktor sosiologis, psikologis, dan rasional terhadap perilaku memilih mahasiswa Gen Z dalam Pemilihan Gubernur NTB. Metode ini dipilih karena mampu menjelaskan hubungan simultan antara beberapa variabel independen terhadap variabel dependen secara statistik. Model ini merujuk pada penelitian Ardiansyah et al. (2024) yang mengkaji perilaku memilih Gen Z dalam Pemilu 2024 di Surabaya.

Kebaruan penelitian terletak pada konteks wilayah studi NTB yang memiliki karakteristik sosial-politik berbeda, serta instrumen kuesioner yang disesuaikan dengan dinamika lokal dan isu-isu Pilkada NTB di kalangan mahasiswa Gen Z.

2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Mataram selama bulan November hingga Desember 2024. Pemilihan lokasi didasarkan pada posisi Universitas Mataram sebagai perguruan tinggi negeri terbesar di NTB yang merepresentasikan mahasiswa Gen Z dengan latar belakang sosial dan akademik yang beragam.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner online berbasis Google Form, yang disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup dengan skala Likert 4 poin (1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Setuju, 4 = Sangat Setuju). Instrumen kuesioner dikembangkan berdasarkan indikator

dari tiga variabel independen (sosiologis, psikologis, dan rasional) serta satu variabel dependen (perilaku memilih), dan telah melalui proses uji validitas dan reliabilitas untuk menjamin kualitas pengukuran data.

Untuk memastikan bahwa sampel yang diperoleh benar-benar mewakili karakteristik Gen Z mahasiswa Universitas Mataram, peneliti melakukan pengecekan terhadap data demografis responden. Pengecekan ini meliputi kriteria usia, program studi (saintek/soshum), serta status aktif sebagai mahasiswa. Langkah ini dilakukan guna menjamin kesesuaian responden dengan populasi target dan menghasilkan representasi data yang menyeluruh serta dapat diandalkan untuk dianalisis lebih lanjut.

2.4 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Generasi Z aktif di Universitas Mataram yang berdomisili di Nusa Tenggara Barat. Generasi Z dalam konteks ini didefinisikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Francis & Hoefel, 2018), dengan rentang usia pemilih pemula dan muda dalam pemilihan Gubernur NTB. Kriteria inklusi yang ditetapkan meliputi: (1) mahasiswa aktif angkatan 2021 hingga 2024; (2) berasal dari rumpun Saintek atau Soshum; dan (3) berdomisili di wilayah Provinsi NTB saat survei dilakukan.

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang ditetapkan peneliti, sehingga responden dianggap paling relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2021). Penentuan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *Lemeshow* (1997), karena peneliti tidak mengetahui secara pasti jumlah populasi.

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2} = \frac{(1.96)^2 . 0.5(1-0.5)}{(0.1)^2} = \frac{0.9604}{0.01} = 96.04 = 97$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel
Z = Nilai Standar atau skor z pada kepercayaan 95% atau (1.96)
p = Maksimal estimasi 50% atau 0.5
d = Alpha (0.10) atau sampling error 10%

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka diperoleh jumlah sampel sebesar 96,04 yang dapat dibulatkan menjadi 97 untuk memudahkan penelitian ini.

2.5 Data Operasional

Penelitian ini menggunakan empat variabel utama: tiga variabel independen (faktor sosiologis, psikologis, dan rasional) dan satu variabel dependen (perilaku pemilih). Masing-masing variabel dioperasionalkan ke dalam beberapa indikator yang diukur menggunakan skala Likert 4 poin (1 = Sangat Tidak Setuju, 4 = Sangat Setuju) untuk meminimalkan jawaban netral dan memperoleh pengukuran preferensi yang lebih akurat.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator
1	Faktor Sosiologi (X1)	• Pengaruh keluarga • Pengaruh pertemanan • Pengaruh media sosila • Norma sosial
2	Faktor Psikologis (X2)	• Identitas politik • Emosi terhadap calon Gubernur • Kepercayaan diri dalam pilihan politik • Keterlibatan emosional
3	Faktor Rasional (X3)	• Evaluasi kinerja calon Gubernur • Visi dan program kerja calon Gubernur • Pertimbangan ekonomi

No	Variabel	Indikator
		• Kesesuaian dengan kebutuhan masyarakat
4	Perilaku Pemilih (Y)	• Keputusan memilih • Keterlibatan dalam kampanye dan diskusi • Partisipasi dalam pemilu

2.6 Analisis Data

Berikut tahapan penyelesaian analisis data menggunakan pendeketan Analisis Regresi Berganda.

- Uji Validitas dan Reliabilitas

  Sugiyono, (2006) dalam Lubis. et al., (2019) validitas merujuk pada tingkat kesalahan yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Kriteria nilai validitas adalah jika nilai sig ≤ 0.05 artinya semua item-item pertanyaan di dalam kuesioner validitasnya dapat terpenuhi.

  Berdasarkan analisis Ghozali, (2008) dalam Sasongko, (2016) dalam Lubis. et al., (2019) menyatakan reliabilitas adalah ukuran mengenai konsistensi internal dari variabel indicator sebuah konstruk yang menunjukkan sejuah mana sebuah variabel dapat mengindikasikan suatu variabel factor. Kriteria nilai reliabilitas adalah jika *construct reliability* ≥ 0.07 dan nilai *variance extracted* ≥ 0.05.

- Model Regresi Linear Berganda

  Untuk menganalisis pengaruh dominan terhadap perilaku memilih Gen-Z di Universitas Mataram, dilakukan analisis yang mempertimbangka faktor-faktor rasional, psikologis, dan sosiologis. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda yang terdiri dari uji F, uji T, dan uji koefisien determinasi.

  1. Uji Simultan (Uji F)

     Uji simultan dilakukan untuk menentukan apakah variabel independen berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Uji simultan juga dilakukan untuk membuktikan hipotesa yang sudah peneliti rumuskan sebelumnya yaitu jika f hitung < f table maka terima H0 dan tolak H0 jika sebaliknya.

  2. Uji Parsial (uji T)

     Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, dan juga untuk membuktikan dari ketiga faktor tersebut manakah faktor yang paling dominan dalam memengaruhi perilaku memilih sebagai pembuktian hipotesa yang peneliti rumuskan.

     Kriteria pengujian jika nilai t hitung < t tabel artinya terima H0. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS diperoleh hasil uji parsial.

  3. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

     Analisis koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase variasi variabel bebas yang digunakan dalam model yang mampu menjelaskan variasi variabel terikat.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan data primer, data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan ke mahasiswa Gen Z di Universitas Mataram. Jumlah sampel yang didapatkan

sebanyak 97 responden. Artinya terdapat 97 mahasiswa Gen Z di Universitas Mataram yang menjawab responden. Responden yang memilih progam studi saintek sebanyak 53.7% dan soshum sebanyak 43.3%. Variabel perilaku pemilu (Y) terdapat 5 pernyataan, variabel faktor sosiologi (X1) terdapat 8 pernyataan, variabel faktor psikologis (X2) terdapat 8 penyataan, dan variabel faktor rasional terdapat 8 pernyataan. Uji validitas dan reabilitas dilakukan untuk menunjukkan semua pernyataan adalah valid dan reliabel.

3. 1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan terhadap 97 responden dengan 28 pernyataan melalui SPSS, hasil dari uji validitas dapat dilihat pada Tabel 1. Hasil analisis uji validitas, menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang dipilih untuk mengukur variabel dalam penelitian ini menunjukkan semua nilai koefisiensi korelasi berada di atas 0,5 artinya korelasi cukup kuat antara item-item variabel. Semua nilai signifikansi (p-value) lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa korelasi tersebut signifikan secara statistik.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
X1	0.589	0.000
	0.624	0.000
	0.708	0.000
	0.739	0.000
	0.511	0.000
	0.537	0.000
	0.691	0.000
	0.664	0.000
	1	
X2	0.767	0.000
	0.755	0.000
	0.734	0.000
	0.725	0.000
	0.799	0.000
	0.765	0.000
	0.839	0.000
	0.787	0.000
	1	
X3	0.730	0.000
	0.815	0.000
	0.783	0.000
	0.849	0.000
	0.911	0.000
	0.684	0.000
	0.829	0.000
	0.786	0.000
	1	
Y	0.883	0.000
	0.894	0.000
	0.814	0.000
	0.635	0.000
	1	

3. 2 Uji Reabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS diperoleh hasil pengujian normalitas dan multikolinieritas.

Tabel 3. Uji Reabilitas

Variabel	*Cronbach Alpha*	Keterangan
X1	0.786	Reliabel

X2	0.902	Reliabel
X3	0.914	Reliabel
Y	0.827	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, analisis uji reliabilitas menunjukkan bahwa hasil seluruh item pernyataan lebih besar dari nilai *cronbach alpha* >0,60. Hal ini menunjukkan bahwa item variabel item pernyataan tersebut reliabel dan konsisten untuk digunakan dalam penelitian. Setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas item pernyataan, kuisioner dibagikan kepada mahasiswa Universitas Mataram dengan metode kuesioner berupa *Google Form*.

3. 3 Analisis Regresi Linier Berganda

3.3.1 Pengujian Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Hipotesis uji normalitas dengan alpha 0.05.

H0: Sampel berdistribusi normal

H1: Sampel tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian tolak H0 jika signifikansi kurang dari alpha 0.05. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS diperoleh hasil pengujian normalitas.

Tabel 4. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Nilai *p-value*
0.200

Berdasarkan Tabel 4 di atas, dapat diketahui bahwa uji normalitas yang berdasarkan pada table test Kolmogrov-Smirnov memiliki hasil Asymp.Sig 0.200 > 0.05, artinya gagal tolak H_0 yaitu data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS diperoleh hasil pengujian multikolinieritas berikut.

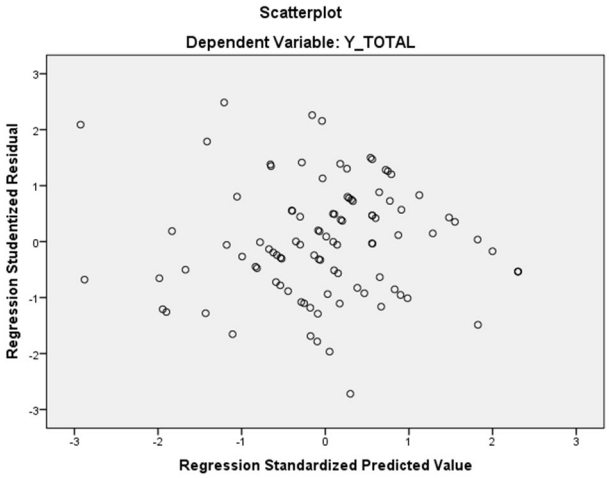
Tabel 5. Uji Multikolinieritas

Variabelsoft	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0.511	1.959	Tidak terjadi multikolinieritas
X2	0.416	2.405	Tidak terjadi multikolinieritas
X3	0.701	1.427	Tidak terjadi multikolinieritas

Kemudian dapat diketahui hasil uji multikolinieritas bahwa nilai Tolerance variabel X1, X2, dan X3 adalah > 0.10 dan Variance Inflation Factor (VIF) variabel X1, X2, dan X3 adalah < 10.0, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas di antara variabel independen.

3) Uji Heteroskedastisitas

Kemudian untuk hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada scatterplot di bawah ini.



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik-titik data tersebar secara acak di sekitar sumbu y (nilai residual = 0) dan tidak membentuk pola tertentu. Penyebaran titik yang acak dan tidak berpola menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan. Ini berarti tidak ada masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.3.2 Model Regresi Linier Berganda

1) Uji Simultan (Uji F)

H0: Tidak ada pengaruh simultan variabel X_1 (sosiologis), X_2 (psikologis), dan X_3 (rasional) terhadap Y (perilaku memilih).

H1: Ada pengaruh simultan variabel X_1, X_2, dan X_3 terhadap Y.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan *software* SPSS diperoleh hasil pengujian ANOVA.

Tabel 6. Uji ANOVA

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regresion	494.672	3	164.876	40.009	$.000^b$
Residual	383.249	93	4.121		
Total	877.876	96			

Karena nilai signifikansi < 0.05, maka diputuskan untuk tolak H_0. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara ketiga variabel independen (faktor sosiologis, psikologis, dan rasional) terhadap variabel dependen (perilaku memilih mahasiswa Gen Z dalam Pilgub NTB). Dengan demikian, model regresi yang digunakan layak untuk digunakan dalam analisis lanjutan karena secara keseluruhan variabel bebas secara simultan dapat menjelaskan variasi dari perilaku memilih.

2) Uji Parsial (Uji t)

Hipotesis uji parsial:

H0: Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap -variabel dependen

H1: Ada pengaruh signifikanantara variabel independen terhadap variabel dependen

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS diperoleh hasil uji parsial.

Tabel 7. Uji t

Model	Unstandardize Coefficients		Standarized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		

(Constant)	1.194	1.227		.935	.352
X1	.053	.065	.075	.815	.417
X2	.327	.059	.587	5.528	.000
X3	.114	.055	.170	2.079	.040

Interpretasi model regresi linier berganda sebagai berikut:

1. Dapat diketahui pada tabel hasil uji t tersebut dengan nilai t tabel 1.985, bahwa secara parsial variabel X1 atau faktor sosiologi memiliki nilai t hitung 2.097< t tabel 1.985 dan nilai sig 0.040 > 0.05, maka tolak H_0 artinya bahwa faktor sosiologis berpengaruh signifikan terhadap variabel Y dependen.
2. Untuk variabel X2 atau faktor psikologis memiliki nilai t hitung 5.528 > t tabel 1.985 dan nilai sig 0.000 < 0.05, maka tolak H_0 artinya bahwa faktor psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y dependen.
3. Selanjutnya untuk variabel X3 atau faktor rasional memiliki nilai t hitung 0.815 > t tabel 1.985 dan nilai sig 0.417 < 0.05, maka gagal tolak H_0 artinya bahwa faktor rasional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y dependen.

Dengan demikian, faktor psikologis dan rasional merupakan variabel yang secara signifikan memengaruhi perilaku memilih, sementara faktor sosiologis tidak memberikan pengaruh yang signifikan dalam konteks penelitian ini. Hasil uji t pada Tabel 7, maka dapat diketahui persamaan regresi dalam kasus ini adalah

$$Y = 1.194 + 0.053X1 + 0.327X2 + 0.114X3 + \epsilon$$

Interpretasi model regresi linier berganda:

1) Intercept (β_0 = 1,194):
   Bila ketiga variabel independen bernilai nol (atau berada pada tingkat persepsi terendah), maka skor prediktif awal perilaku memilih mahasiswa Gen Z sebesar 1,194 poin. Nilai ini mencerminkan perilaku memilih yang sangat rendah jika tidak ada pengaruh dari faktor sosiologis, psikologis, maupun rasional.
2) X_1 (Faktor Sosiologis, β_1 = 0,053):
   Setiap peningkatan 1 unit persepsi terhadap faktor sosiologis (misalnya dukungan keluarga, pengaruh teman sebaya, norma sosial, atau eksposur media sosial) akan meningkatkan perilaku memilih sebesar 0,053 poin, ceteris paribus. Namun, secara statistik pengaruh ini tidak signifikan (p > 0,05), yang berarti kontribusinya terhadap keputusan memilih tidak meyakinkan secara ilmiah dalam model ini. Faktor sosiologis seperti pengaruh keluarga, teman sebaya, dan norma sosial tidak terbukti berpengaruh secara statistik dalam model ini. Hal ini menunjukkan tingkat kemandirian politik mahasiswa Gen Z NTB yang cukup tinggi. Mereka tidak lagi mengikuti pilihan politik orang tua atau lingkungan secara pasif, tetapi lebih otonom dalam menentukan preferensinya. Fenomena ini konsisten dengan karakteristik Gen Z sebagai digital natives, yang membentuk opini politik mereka melalui media digital dan sosial media, bukan hanya melalui struktur sosial tradisional.
3) X_2 (Faktor Psikologis, β_2 = 0,327)
   Faktor psikologis memiliki koefisien paling besar dan signifikan. Setiap peningkatan 1 unit skor persepsi mahasiswa terhadap faktor psikologis (misalnya keterlibatan emosional, identitas politik, kepercayaan diri terhadap pilihan) akan meningkatkan perilaku memilih sebesar 0,327 poin, dengan signifikansi tinggi. Ini menandakan bahwa elemen psikologis seperti keterlibatan emosional terhadap calon, kepercayaan diri dalam pilihan politik, serta kedekatan identitas politik menjadi penentu utama dalam perilaku memilih mahasiswa Gen Z di NTB.

Dalam kajian perilaku politik, hal ini sesuai dengan teori identifikasi partai dan emotional voting, yang menjelaskan bagaimana emosi dapat menjadi penggerak utama dalam preferensi politik. Gen Z cenderung menjalin afiliasi emosional dengan figur atau isu yang merepresentasikan nilai-nilai mereka, bukan sekadar berdasarkan loyalitas partai atau tekanan sosial. Ini menunjukkan bahwa personal branding, narasi identitas, dan pendekatan berbasis nilai akan lebih efektif dalam menjangkau pemilih muda di NTB.

4) X_3 (Faktor Rasional, $\beta_3 = 0{,}114$):
Dengan nilai signifikansi p = 0,417, faktor sosiologis seperti pengaruh keluarga, teman sebaya, dan norma sosial tidak terbukti berpengaruh secara statistik dalam model ini. Gen Z di NTB memperhitungkan aspek rasional seperti visi dan misi calon, rekam jejak kinerja, serta manfaat ekonomi atau sosial yang ditawarkan. Dalam konteks Pilgub NTB, pendekatan ini menggambarkan meningkatnya kesadaran politik di kalangan mahasiswa, yang tidak hanya terpengaruh secara emosional, tetapi juga melakukan evaluasi atas tawaran kebijakan kandidat. Ini sejalan dengan pendekatan *rational choice theory* dalam ilmu politik, yang menyatakan bahwa pemilih membuat keputusan berdasarkan kalkulasi keuntungan dan kerugian.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi aktor politik dan penyelenggara Pilgub NTB:

- Kampanye yang berbasis substansi program dan narasi emosional-ideologis akan lebih efektif daripada sekadar pendekatan simbolik atau patron-klien.
- Kandidat perlu membangun komunikasi digital yang otentik dan bermakna, serta menunjukkan konsistensi nilai dan program.
- Pendekatan berbasis komunitas *(grassroots)* yang menggabungkan aspek rasional dan emosional akan lebih resonan dibanding pendekatan elite-driven.

3) Uji Kefisien Determinasi (R Square)
Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS diperoleh model summary.

Tabel 8. Uji Koefisien Detrminasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.751[a]	.563	.549	2.030

Model regresi ini memiliki daya jelaskan yang cukup kuat (Adjusted R^2 = 54,9%). Artinya, lebih dari separuh perubahan atau perbedaan dalam perilaku memilih mahasiswa Gen Z di NTB dapat dijelaskan oleh tiga faktor utama. Sisa 45,1% variasi dijelaskan oleh faktor lain di luar model ini, seperti pengalaman pribadi, isu lokal yang muncul menjelang pemilu, atau variabel lain yang belum dimasukkan seperti pengaruh media massa, persepsi integritas calon, atau dinamika kampus.

4. Kesimpulan

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa perilaku memilih mahasiswa Gen Z Universitas Mataram dalam Pilgub NTB 2024 secara signifikan dipengaruhi oleh faktor psikologis dan faktor rasional, sementara faktor sosiologis tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik. Faktor psikologis, seperti keterlibatan emosional dan identitas politik, merupakan prediktor paling dominan, diikuti oleh pertimbangan rasional terkait visi-misi dan kinerja kandidat.

Model regresi linier berganda yang digunakan menunjukkan nilai Adjusted R^2 sebesar 0,549, yang berarti 54,9% variasi perilaku memilih dapat dijelaskan oleh ketiga faktor tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku politik Gen Z lebih ditentukan oleh pertimbangan personal dan analitis dibanding tekanan sosial eksternal.

Peneliti menyarankan agar strategi komunikasi politik dan kampanye lebih diarahkan pada pendekatan emosional dan rasional yang relevan dengan nilai dan aspirasi Gen Z. Untuk penelitian lanjutan, disarankan penggunaan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) guna memodelkan variabel-variabel psikologis, sosiologis, dan rasional sebagai konstruk laten, serta mempertimbangkan penambahan variabel kontekstual seperti partisipasi digital, kepercayaan terhadap lembaga, dan paparan media politik.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Abbas, R., Aman, K., Nurunnabi, M., & Bano, S. (2019). Exploring political participation and social media use in youth: A qualitative study of university students in Pakistan. Telematics and Informatics, 35(4), 1117–1130.

[2] Amanda, L., Yanuar, F., dan Devianato, D. 2019. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang". *Jurnal Matematika UNAND*. 8(1): 179-188.

[3] Ardiansyah, M. R. N., Ariesta, D. R., Hariroh, S. Q., Antika, S. A., Maharani, S. D., & Nafi'ah, B. A. (2024). Analisis Voting Behavior Gen-Z pada Pemilu 2024 dan Pengaruh Terwujudnya Visi Indonesia Emas 2045: Studi Kasus Mahasiswa Kota Surabaya. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, *4*(2), 390–408. https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i2.401

[4] Astriawati, N. 2016. "Penerapan Analisis Regresi Linier Berganda Untuk Menentukan Pengaruh Pelayanan Pendidikan Terhadap Efektifitas Belajar Taruna Di Akademi Maritim Yogyakarta". *Bahari Jogja*. 14(23).

[5] Badan Pusat Statistik. (2022). Statistik Indonesia 2022.

[6] Francis, T., & Hoefel, F. (2018). "True Gen": Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*, 10. https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Industries/Consumer Packaged Goods/Our Insights/True Gen Generation Z and its implications for companies/Generation-Z-and-its-implication-for-companies.ashx

[7] Husniyah, N., Dewi, E., Tarigan, B., Batara, Y., & Siringoringo, P. (2024). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Pemilih Usia Muda dalam Pemilihan Presiden 2024 di Kota Medan menggunakan Regresi Logistik Biner*. *5*(1), 15–16.

[8] Ismail, N., Abdullah, A., dan Hadi, S. 2021. "Political Engagement of Gen Z in Indonesia: A Study of University Students". *Jurnal Politik Indonesia*. 8(2): 110-122.

[9] Judijanto, L., Wandan, H., Ayu, N., & Triyantoro, A. (2024). *Pengaruh Politik Identitas dan Penggunaan Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Digital Pemilih Milenial dan Gen Z di Indonesia*. *2*(01), 24–35. https://doi.org/10.58812/sish.v2.i01

[10] Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Adequacy of sample size in health studies* (WHO Publication No. WHO/EBP/89.1). Geneva: World Health Organization. Retrieved from.

[11] Lubis, F. S., Rahima, A. P., Umam, M. I. H., & Rizki, M. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru. *Jurnal Sains, Teknologi dan Industr,* 15(02), 25-31.

[12] Maharani, S., dan Bernard, M. 2018. "Analisis Hubungan Resiliensi Matematik Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Siswa Pada Materi Lingkaran". *Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif*. 1(5). ISSN 2614-2155 (online).

[13] Mangkau, I. (2024). Preferensi Memilih Generasi Z Kota Makassar Menghadapi Pemilu 2024. *Αγαη*, *15*(1), 37–48.

[14] Ningsih, S., dan Dukalang, H. 2019. "Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda". *Jambura Journal of Mathematics*. 1(1). ISSN: 2654-5616.

[15] Pratama, H. 2022. "Digital Political Campaigns and Local Issues in NTB". *Indonesian Social and Political Journal*. 15(1): 75-89.

[16] Rahmawati, S. A., dan Erina, R. 2020. "Rancangan Acak Lengkap (Ral) Dengan Uji Anova Dua Jalur". *Jurnal Pendidikan Fisika*. 4(1).

[17] Rakhmat, M., & Utami, N. (2020). "The Influence of Rational Choice in Political Preferences Among University Students in Indonesia". *Journal of Social and Political Studies*, 12(3), 245-260.
[18] Seemiller, S dan Grace, M. 2019. "Generation Z: A Century in the Making". Routledge.
[19] Turner, A. (2021). Generation Z: Technology and Social Change. Journal of Youth Studies, 24(3), 295–310.
[20] Syarifuddin, dan Saudi, I. A. 2022." Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS". Bobby Digital Center. Palangkaraya.
[21] Sakitri, G. (2021). Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi. *Forum Manajemen Prasetiya Mulya*, *35*(2), 1–10.
[22] Tito, S., Fauzy, M. rafi nur, & Maulida, N. fauziah. (2024). Peran Media Sosial Dalam Membentuk Persepsi Pemilih Pada Pemilu 2024. *Masyarakat Demokrasi - Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, *2*(1), 1–16. https://doi.org/10.22212/jp.v15i2.4441
[23] Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.