

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian eksplanatori. Penelitian eksplanatori adalah penelitian yang dapat menjelaskan bagaimana hubungan antara dua variabel atas situasi dan fenomena yang terjadi (Darwin *et al.*, 2020:9). Penelitian ini dipilih oleh peneliti utamanya untuk menguji hipotesis yang diajukan. Dengan menggunakan metode ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan penjelasan yang lebih komprehensif terkait dengan keterkaitan dan dampak antara variabel bebas dan variabel terikat yang dijelaskan dalam hipotesis. Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif diterapkan karena informasi yang terhimpun berupa nilai numerik, dan pendekatan statistik akan diterapkan untuk merinci analisis data. Penggalan data dilakukan melalui penggunaan skala Likert.

3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di seluruh Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk yang cukup besar. Indonesia juga merupakan salah satu negara dengan tingkat penetrasi internet yang tinggi. Waktu penelitian direncanakan akan dilaksanakan pada bulan Desember 2023 sampai Januari 2024.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam suatu penelitian perlu ditetapkan dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan benar-benar mendapatkan data sesuai yang diharapkan.

1) Populasi

Menurut Sugiyono (2018) Populasi merujuk pada cakupan generalisasi yang mencakup obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mempelajari populasi tersebut dan kemudian membuat kesimpulan berdasarkan hasil penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna shopee di Indonesia dengan jumlah populasi tidak diketahui jumlahnya.

2) Sampel

Sampel adalah Sebuah segmen dari jumlah dan sifat-sifat yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sementara itu, dimensi sampel mencakup suatu tindakan untuk menentukan seberapa besar sampel yang diambil dalam pelaksanaan penelitian (Sugiyono, 2018). Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel yaitu *non-probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* digunakan karena sampel yang diambil memiliki ciri khusus tertentu yaitu telah berusia 18 tahun dan menggunakan aplikasi shopee minimal 3 bulan terakhir. Memilih sampel yang telah melakukan pembelian flash sale dalam 3 bulan terakhir sangat penting untuk memastikan bahwa data yang

dikumpulkan relevan, akurat, dan mencerminkan perilaku konsumen terkini. Karena jumlah sampel yang memenuhi kriteria tidak diketahui maka penentuan sampel menggunakan rumus Cochran (Darwin *et al.*, 2020:123).

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z^2 = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang benar 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), dalam penelitian ini menggunakan 5%

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai Z sebesar 1,96 dan

tingkat error maksimum sebesar 5%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = 384,16$$

Berdasarkan perhitungan sampel tersebut, maka jumlah sampel yang dibutuhkan dibulatkan menjadi 385 responden.

3.3 Jenis dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau kuantitas, yang dapat diukur dan dihitung secara matematis. Para ahli menyepakati bahwa data kuantitatif memberikan informasi yang bersifat obyektif dan dapat diukur secara terperinci.

2) Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan satu sumber data yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui kuesioner yang melibatkan pengguna shopee di Indonesia

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2018) menyampaikan bahwa kualitas pengumpulan data sangat dipengaruhi oleh teknik yang digunakan. Ada tiga teknik pengumpulan data utama, yaitu wawancara, angket (kuisisioner), dan observasi. Dalam konteks penelitian ini, peneliti memilih menggunakan teknik pengumpulan data melalui angket (kuisisioner).

Kuesioner merupakan suatu alat penelitian yang berisikan sejumlah pertanyaan yang dirancang untuk menghimpun data dari responden. Kuesioner

digunakan untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

3.5 Teknik Pengukuran Data

Dalam penelitian ini, tanggapan responden diukur menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial, serta terkait dengan variabel penelitian (Sugiyono, 2018).

Tabel 3.1 Tabel Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2018:94)

3.6 Pengujian Instrument

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018) Sebuah kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaannya dapat mengungkapkan apa yang seharusnya diukur oleh kuesioner tersebut..

Kuesioner dikatakan valid apabila r hitung $>$ r table dimana tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0.05 Kriteria penilaian uji validitas adalah:

1) Apabila $r_{hitung} > r_{table}$ maka item pertanyaan kuesioner dikatakan valid

2) Apabila $r_{hitung} < r_{table}$ maka item pertanyaan kuesioner dikatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018) uji reliabilitas adalah suatu proses pengukuran yang bertujuan untuk menilai sejauh mana instrumen pengukuran atau kuesioner yang digunakan konsisten dan dapat diandalkan dalam mengukur suatu konsep atau variabel. Terdapat beberapa metode yang umum digunakan untuk mengukur reliabilitas kuesioner, dan salah satunya adalah menggunakan rumus Alpha Cronbach. Rumus ini memberikan nilai koefisien reliabilitas yang berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat reliabilitas yang lebih baik. tingkat reliabilitas yang dapat diterima berada di atas 0.70. Namun, nilai ini dapat bervariasi tergantung pada konteks dan tujuan penelitian. Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan konsisten dalam mengukur variabel atau konsep yang sama jika diulang pada sampel yang sama atau serupa.

3.7 Teknik Analisis Data

1) Rentang Skala

Analisis rentang skala merupakan alat yang digunakan mengolah data kuantitatif berupa angka dan dapat diartikan sebagai data kualitatif (Sugiyono, 2018). Untuk menganalisis rentang skala dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R_s = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternative

$$R_s = \frac{385 (5 - 1)}{5} \\ = 308$$

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh kriteria penilaian terhadap penelitian dapat dilihat pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Rentang Skala

Skor Penilaian	Penilaian Variabel		
	Promosi <i>flash sale</i>	Gaya Hidup Berbelanja	Pembelian Impulsif
385-692	Sangat tidak Menarik	Sangat tidak konsumtif	Sangat tidak terencana

Skor Penilaian	Penilaian Variabel		
	Promosi <i>flash sale</i>	Gaya Hidup Berbelanja	Pembelian Impulsif
693-1000	Tidak Menarik	Tidak konsumtif	Tidak terencana
1001-1308	Netral	Netral	Netral
1309-1616	Menarik	Konsumtif	Terencana
1617-1925	Sangat menarik	Sangat konsumtif	Sangat terencana

2) Analisis Deskriptif

Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa dalam penelitian kuantitatif, metode analisis data yang diterapkan adalah statistik, yang terbagi menjadi dua kategori, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Pada penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif. Statistik deskriptif merupakan teknik pengukuran yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan gambaran tentang data yang telah terkumpul, dan tidak bertujuan untuk membuat kesimpulan yang bersifat umum.

3) Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, digunakan metode regresi linier berganda. Tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk memahami keterkaitan antara satu atau dua variabel bebas independen (X) terhadap satu variabel dependen (Y).

Persamaan analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + (b_1 X_1) + (b_2 X_2) + e$$

Keterangan :

Y	= pembelian impulsif
a	= konstanta
b ₁ , b ₂	= koefisien regresi
X ₁	= <i>flash sale</i>
X ₂	= gaya hidup berbelanja
e	= <i>Error term</i>

4) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu metode untuk "menguji sejauh mana distribusi data bersifat normal atau tidak". Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data yang akan dianalisis menggunakan statistik parametrik memiliki distribusi normal atau tidak (Sugiyono, 2018). Normalitas dapat diuji dengan menggunakan uji seperti uji Shapiro-Wilk atau uji Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,2, yang lebih besar dari tingkat

signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki distribusi yang bersifat normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2013). Untuk mengevaluasi adanya multikolinieritas dalam penelitian ini, dapat dilakukan analisis korelasi antara variabel-variabel penelitian. Multikolinieritas terjadi ketika terdapat korelasi yang tinggi antara dua atau lebih variabel independen, yang kemudian dapat mengakibatkan masalah dalam analisis regresi. Penilaian multikolinieritas dapat dilakukan dengan memeriksa nilai tolerance, dan jika nilai tersebut kurang dari 0,10 atau nilai VIF (Variance Inflation Factor) melebihi 10, maka dapat disimpulkan bahwa multikolinieritas terjadi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2013) menjelaskan bahwa uji heteroskedastisitas (varians tidak konstan) digunakan untuk menentukan apakah terdapat penyimpangan, yaitu apakah terdapat ketidaksamaan dalam varian dari residu untuk semua pengamatan pada model regresi. Dalam model regresi, salah satu prasyarat yang harus dipenuhi adalah ketiadaan gejala heteroskedastisitas. Jika nilai signifikan (sig) lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

5) Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah ada hubungan yang signifikan dan dapat diandalkan antara variabel *flash sale* dan gaya hidup berbelanja (variabel independen) terhadap variabel pembelian impulsif (variabel dependen).

a. Uji t

Uji t merupakan suatu prosedur pengujian hipotesis yang dimanfaatkan untuk menilai apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara dua rerata sampel. Uji t digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh dari variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Jika nilai t hitung untuk masing-masing variabel independen lebih besar daripada nilai t tabel, maka secara parsial variabel independen tersebut dapat dianggap memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Prosedur pelaksanaannya adalah sebagai berikut:

H_{01} : Artinya tidak ada pengaruh positif dari promosi *flash sale* terhadap pembelian impulsif.

H_{a1} : Artinya ada pengaruh yang positif dari promosi *flash sale* terhadap pembelian impulsif.

H_{02} : Artinya tidak ada pengaruh positif dari gaya hidup berbelanja terhadap pembelian impulsif.

H_{a2} : Artinya ada pengaruh yang positif dari gaya hidup berbelanja terhadap pembelian impulsif.

Kriteria pengambilan keputusannya yaitu:

Jika signifikan nilai $t > 0,05$ maka tidak ada pengaruh positif dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya terima H_0 dan tolak H_a .

Jika signifikan $t < 0,05$ maka ada pengaruh positif antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya terima H_a dan tolak H_0 .

Rumus hitung Uji T :

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

dimana X_1 dan X_2 adalah rata-rata dari dua sampel, s_1 dan s_2 adalah standar deviasi dari dua sampel, dan n_1 dan n_2 adalah jumlah sampel.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F menunjukkan apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama sama terhadap variabel dependen terikat (Ghozali , 2013). Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen yakni *flash sale* (X_1) dan gaya hidup berbelanja (X_2) terhadap variabel dependen yaitu pembelian impulsif (Y).

Kriteria keputusan uji F menurut Sugiyono (2018) sebagai berikut :

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima
- 2) Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013), koefisien determinasi (R^2) digunakan sebagai indikator untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Dalam konteks regresi linear

berganda, nilai koefisien determinasi (R^2) mengindikasikan sejauh mana variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Analisis ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa besar dampak variabel independen terhadap variabel dependen, yang kemudian diwakili oleh nilai R^2 .

Sementara itu, r^2 digunakan untuk menggambarkan koefisien determinasi parsial antara variabel independen dan variabel dependen. Rentang nilai koefisien determinasi adalah dari 0 hingga 1. Semakin mendekati 0, semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen. Ini mengindikasikan bahwa kemampuan model untuk menjelaskan perubahan nilai variabel independen menjadi lebih rendah. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\% \text{ Keterangan:}$$

R^2 = koefisien determinasi

R = koefisien korelasi