

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian jenis ini melibatkan proses pengumpulan dan analisis data secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu, dengan dasar pada karakteristik keilmuan. Pada konteks ini, peneliti memilih untuk menerapkan metode penelitian kuantitatif.

Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang bersandar pada filsafat positivisme, dianggap sebagai metode ilmiah atau saintifik karena telah memenuhi kriteria ilmiah yang konkret atau empiris, objektif, dapat diukur, rasional, dan sistematis (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena penelitian ini menggunakan angka-angka dengan perhitungan statistik serta bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat. Di dalam penelitian yang dilakukan ini menggunakan sebuah pendekatan Kausalitas yang merupakan sebuah penelitian dengan mencari suatu hubungan sebab akibat diantara satu variabel independent (variabel bebas) adalah *Flash Sale* (X1) dan *Online Shopping Enjoyment* (X2) pada variabel dependent (variabel terikat) yaitu *Impulsive Buying* (Y).

3.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer. Data primer merujuk pada data yang dicatat dan dikumpulkan pertama kali oleh peneliti (Anuar Sanusi, 2017). Dimana data yang didapatkan berasal dari jawaban responden yaitu mahasiswa Prodi Bisnis Digital IIB Darmajaya yang menggunakan aplikasi Shopee. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuesioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan teknik Penelitian Lapangan (Field Research). Teknik ini dilakukan cara menyebarkan kuisisioner untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian, data tersebut diperoleh dengan cara mengisi kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden konsumen yang menggunakan aplikasi Shopee. Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah menggunakan skala likert. Skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018). Pengukuran untuk variabel independent dan dependent menggunakan teknik scoring dengan tujuan untuk memberikan nilai pada setiap jawaban yang dipilih sehingga data dapat dihitung. Jawaban pernyataan yang diajukan yaitu:

Tabel 3.1 Instrument Skala Likert

Pernyataan	Kode	Penilaian
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

(Sumber: Sugiyono, 2018)

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merujuk pada suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diinvestigasi dan selanjutnya ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Bisnis Digital IIB Darmajaya berjumlah 203 orang yang menggunakan dan pernah membeli di Aplikasi Shopee.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu sebagian mahasiswa Prodi Bisnis Digital IIB Darmajaya yang telah menggunakan aplikasi Shopee. Metode pengambilan sampel ini menggunakan teknik Purposive Sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018). Adapun kriteria responden dalam penelitian ini berdasarkan filter adalah Mahasiswa Prodi Bisnis Digital IIB Darmajaya, menggunakan Aplikasi Shopee dan pernah melakukan Pembelian di Aplikasi Shopee. Karakteristik Deskriptif Jenis Kelamin, Usia, Angkatan dan Domisili.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2}$$

N = besar populasi/jumlah populasi

n = jumlah sampel

e^2 = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Populasi: (N) = 203 orang dengan asumsi tingkat kesalahan (e) = 5%

N = 203 orang (jumlah populasi/pegawai)

$e^2 = (5\%)/100=0,05$

$e^2 = 0,05$ dikuadratkan, ($0,05 \times 0,05 = 0,0025$)

$n = \frac{203}{1 + (203 \times 0,05^2)}$

$1 + (203 \times 0,05^2)$

$n = 203 \times 0,0025 + 1 = 1,5$

$\frac{203}{1,5}$

1,5

= 135,3 dibulatkan menjadi 135

Jadi, jumlah keseluruhan sampel dari penelitian ini adalah 135 orang.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Variabel independen, yang juga disebut variabel bebas, adalah variabel yang memiliki dampak atau menjadi penyebab perubahan atau kemunculan variabel dependen, yang juga disebut variabel terikat. Dalam kerangka penelitian ini, variabel independen (bebas) melibatkan Flash Sale (X1) dan Online Shopping Enjoyment (X2).

3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Variabel dependen, juga dikenal sebagai variabel terikat, merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan dampak yang dihasilkan oleh variabel bebas. Dalam konteks penelitian ini, variabel dependen (terikat) adalah Impulsive Buying (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
1.	<i>Flash Sale</i> (X1)	<i>Flash Sale</i> merujuk pada suatu strategi pemasaran di platform <i>e-commerce</i> Shopee, di mana produk atau layanan ditawarkan dengan harga diskon yang signifikan untuk jangka waktu yang terbatas.	1) Besarnya potongan harga. 2) Masa potongan harga. 3) Jenis produk yang mendapatkan potongan harga. (Sutisna, 2012).	Likert

2.	<i>Online Shopping Enjoyment</i> (X2)	<i>Online Shopping Enjoyment</i> merujuk pada tingkat kepuasan dan kesenangan yang dirasakan oleh konsumen ketika berbelanja secara online melalui platform Shopee.	1) <i>Aksesibilitas.</i> 2) <i>Suasana.</i> 3) <i>Mendapat perhatian.</i> 4) <i>Sikap pelayanan.</i> (Hart et al., 2006).	Likert
3.	<i>Impulsive Buying</i> (Y)	<i>Impulsive Buying</i> merujuk pada perilaku pembelian yang dilakukan secara tiba-tiba dan spontan oleh konsumen tanpa perencanaan atau pertimbangan yang mendalam.	1) <i>Pembelian tanpa direncanakan sebelumnya.</i> 2) <i>Keadaan emosional.</i> 3) <i>Penawaran menarik.</i> (Sari & Suryani, 2014)	Likert

Sumber: Data Diolah 2023

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

Dalam penelitian ini, uji instrumen dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS 20. SPSS (*Statistical Package For Social Science*), merupakan salah satu aplikasi komputer yang digunakan untuk melakukan analisis statistik terhadap data (Priyatno, 2017).

3.7.1 Uji Validitas

Suatu instrumen dianggap valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur dengan tepat hal yang seharusnya diukur (Anwar Sanusi, 2019). Validitas instrumen dalam ilmu alam umumnya sudah terjamin karena mudah diamati dan hasilnya cepat diperoleh. Instrumen penelitian berupa pertanyaan

atau pernyataan yang disusun berdasarkan konstruk atau konsep, variabel, dan indikatornya. Validitas instrumen dinilai dengan menghubungkan skor yang diperoleh dari setiap pertanyaan atau pernyataan dengan skor total pengolahan data. Penilaian validitas dilakukan melalui metode korelasi (Pearson Product Moment) dengan menggunakan SPSS 20.

Peguajian kriteria dilakukan dengan menentukan nilai probabilitas (sig) pada nilai Alpha sebesar 0,05

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak Valid

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah karakteristik suatu instrumen pengukuran yang menunjukkan tingkat konsistensi hasil pengukuran ketika alat pengukur tersebut digunakan oleh individu yang berbeda pada waktu yang sama atau waktu yang berbeda (Anwar Sanusi, 2019). Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 20 dengan membandingkan nilai *Alpha* dan menginterpretasikannya melalui nilai *r*. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Selanjutnya, besarnya nilai *Alpha* diinterpretasikan sebagai berikut:

Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000-1,0000	Sangat Tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Sedang
0,2000-0,3999	Rendah
0,0000-0,1999	Sangat Rendah

Sumber: (Suliyanto, 2018)

3.8 Uji Asumsi Klasik

Hipotesis memerlukan asumsi klasik karena model analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Asumsi klasik yang dimaksud terdiri dari:

3.8.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah data yang telah dikumpulkan memiliki distribusi normal atau berasal dari populasi yang memiliki distribusi normal. Uji normalitas ini melibatkan dua metode untuk menguji normalitas data, yaitu melalui pendekatan grafik. Pada pendekatan histogram, data dianggap memiliki distribusi normal jika distribusinya tidak condong ke kiri atau ke kanan. Pada pendekatan grafik, data dianggap memiliki distribusi normal jika titik-titik mengikuti pola garis diagonal (Basuki & Prawoto, 2016).

Ho: Apabila $\text{Sig} < 0,05$ maka instrumen tidak valid

Ha: Apabila $\text{Sig} > 0,05$ maka instrumen valid.

3.8.2 Uji Linearitas

Uji Linieritas merupakan suatu metode yang digunakan untuk menentukan apakah distribusi nilai data yang diperoleh memiliki sifat linier atau tidak. Uji linieritas bertujuan untuk menilai secara signifikan apakah terdapat hubungan linier antara dua variabel atau tidak. Pengujian ini melihat bagaimana variabel x dan y, baik itu pengaruh berbanding lurus maupun berbanding terbalik dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai sig. Deviation from linearity $> 0,05$, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan variabel terikat.

3.9 Metode Analisis Data

Analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, yang melibatkan pengujian dan analisis data menggunakan perhitungan angka-angka, lalu menarik kesimpulan dari hasil pengujian tersebut dengan menggunakan rumus berikut ini.

3.9.1 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen Y . Persamaan regresi yang diterapkan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

(Sugiyono, 2017)

Keterangan :

Y : Variabel terikat

α : Konstanta

b_1 - b_2 : Besaran koefisien Regresi dari masing-masing variabel

X_1 : *Flash Sale*

X_2 : *Online Shopping Enjoyment*

Y : *Impulsive Buying*

e : *Standart Error*

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji T (uji parsial)

Uji T digunakan untuk mengevaluasi dampak setiap variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dalam pengujian hipotesis ini, untuk memastikan hasil penelitian signifikan, dilakukan pengujian hipotesis terkait Pengaruh *Flash Sale* (X_1) dan *Online Shopping Enjoyment* (X_2) terhadap *Impulsive Buying* (Y). Pengolahan data ini dilakukan menggunakan SPSS 20.

Pengaruh *Flash Sale* (X_1) Terhadap *Impulsive Buying* (Y) Pada *Marketplace Shopee*

Ho: *Flash Sale* (X_1) Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap *Impulsive Buying* (Y) Pada *Marketplace Shopee*.

Ha: *Flash Sale* (X_1) Berpengaruh Signifikan Terhadap *Impulsive Buying* (Y) Pada *Marketplace Shopee*.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Pengaruh *Online Shopping Enjoyment* (X2) Terhadap *Impulsive Buying* (Y) Pada *Marketplace* Shopee

H_0 : *Online Shopping Enjoyment* (X2) Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap *Impulsive Buying* (Y) Pada *Marketplace* Shopee

H_a : *Online Shopping Enjoyment* (X2) Berpengaruh Signifikan Terhadap *Impulsive Buying* (Y) Pada *Marketplace* Shopee

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.10.2 Uji F (simultan)

Uji simultan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2017), sebagai berikut:

Pengaruh *Flash Sale* (X1) Dan *Online Shopping Enjoyment* (X2) Terhadap *Impulsive Buying* (Y) pada *Marketplace* Shopee

H_0 : *Flash Sale* (X1) Dan *Online Shopping Enjoyment* (X2) Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap *Impulsive Buying* (Y) Pada *Marketplace* Shopee.

H_a : *Flash Sale* (X1) Dan *Online Shopping Enjoyment* (X2) Berpengaruh Signifikan Terhadap *Impulsive Buying* (Y) Pada *Marketplace* Shopee.

Membandingkan hasil perhitungan F dengan Kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai Alpha (0,05) dengan kriteria sebagai berikut:

Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.