

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Metode yang digunakan adalah kausalitas yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi, disini ada variabel independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi) dan dalam penelitian ini akan melihat pengaruh *shopping lifestyle* dan *sales promotion* terhadap *impulse buying* pada Shopee.

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah : Data primer adalah data yang diperoleh dari lapangan atau yang diperoleh dari responden yaitu konsumen yang telah mengunjungi situs atau aplikasi Shopee. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuisisioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden..

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dipakai didalam penelitian ini adalah metode dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan tertulis kepada responden yang telah mengunjungi situs atau aplikasi Shopee. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah Interval. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

**Tabel 3.1**  
**Skala Pengukuran**

SS	Sanga Setuju	Skor 5
S	Setuju	Skor 4
CS	Cukup Setuju	Skor 3
TS	Tidak Setuju	Skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Sumber: Sugiyono (2015)

### 3.4 Populasi Dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang di terapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah mengunjungi situs atau aplikasi Shopee berjumlah 71.533.300.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sample diambil dari populasi yaitu sebagian konsumen Shopee di Bandar Lampung. Metode penarikan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sample berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Kriteria Pemilihan Sampel**

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1.	Berusia minimal 17 tahun baik untuk laki-laki maupun perempuan.
2.	Konsumen yang telah mengunjungi situs atau aplikasi Shopee lebih dari dua kali
3	Warga Negara Indonesia

Sumber : Data Diolah, 2020

Sample dalam penelitian ini adalah konsumen Shopee yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Pada penelitian ini populasi yang diambil menggunakan rumusan penentuan yang dinyatakan oleh slovin dengan batasan kesalahan 10% rumus perhitungan ukuran sample adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen ketidak telitian yang masih dapat ditolelir sebesar 1-15%,

Berdasarkan rumus diatas, maka besarnya sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah:

$$= \frac{390.826.700}{1 + (390.826.700).(0,10)^2}$$

$$= 99,99 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

### 3.5 Variabel Penelitian

#### 3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel stimulus, atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan

dengan suatu gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah *shopping lifestyle* dan *sales promotion*

### 3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Variabel dependent (terikat) merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah *impulse buying*

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.3**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
<i>Shopping Lifestyle</i>	Menurut Asriningati (2019) menyatakan bahwa <i>shopping lifestyle</i> mengacu pada pola konsumsi yang mencerminkan seseorang tentang bagaimana cara menghabiskan waktu dan uang untuk berbelanja	Perilaku konsumen dalam menghabiskan waktu dan uang dengan berbelanja suatu produk atau jasa di website atau diaplikasi Shopee	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Activities</i></li> <li>2. <i>Interest</i></li> <li>3. <i>Opinions</i></li> </ol>	Interval
<i>Sales Promotion</i>	Menurut Felita (2019) menyatakan bahwa <i>sales promotion</i> sebagai alat-alat insentif yang dipakai untuk merangsang pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa secara cepat dan lebih besar yang biasanya bersifat jangka pendek	Kegiatan promosi penjualan yang dilakukan perusahaan untuk memberikan daya tarik kepada konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk Shopee seperti gratis ongkir, voucher, dll	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Couponinz</i></li> <li>2. <i>Free premium gift</i></li> <li>3. <i>Cash refund offer</i></li> <li>4. <i>Bonus pack</i></li> <li>5. <i>Price of deals</i></li> <li>6. <i>Loyalty program</i></li> </ol>	Interval

<i>Impulse Buying</i>	Putra (2018) menyatakan bahwa impulse buying adalah pembelian secara langsung tanpa niatan sebelum berbelanja, pembelian impulsif terjadi ketika konsumen mengalami suatu dorongan yang tiba-tiba, sering kali terkesan kuat dan mendesak untuk membeli apapun secara seketika	Perilaku konsumen melakukan keputusan pembelian yang tidak direncanakan dalam membeli produk dengan memanfaatkan moment hari raya utk membuat org berbelanja, notifikasi ke akun konsumen shg mendesak konsumen untuk <i>impulse buying</i> Shopee	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Reminder Impulsive Buying</i></li> <li>2. <i>Pure Impulsive Buying</i></li> <li>3. <i>Suggested Impulsive Buying</i></li> <li>4. <i>Planned Impulsive Buying</i></li> </ol>	Interval
-----------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------

Sumber : Data Diolah, 2020

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji kelayakan instrumen, dalam pengujian validitas intrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Instrument dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi  $\geq$  dari 95% atau  $\alpha = 0,05$ .

1. Prosedur pengujian :

Ho : Intrumen valid

Ha : Intrumen tidak valid

2. Kriteria pengambilan keputusan :

Ho : Apabila  $\text{sig} < 0,05$  maka intrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila  $\text{sig} > 0,05$  maka intrumen dinyatakan tidak valid

#### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Fungsi dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana

konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode Alpha Cronbach. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai  $r$  alpha indeks korelasi.

**Tabel 3.4**  
**Interpretasi Nilai  $r$**

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	SangatTinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	SangatRendah

Sumber: Sugiyono (2015)

### 3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sample yang diambil sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sample bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti dibantu oleh program SPSS 20.

Prosedur Pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

H<sub>1</sub> : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila Sig < 0.05 maka Ho ditolak (distribusi sample tidak normal)

Apabila Sig > 0.05 maka Ho diterima (distribusi sample normal)

### 3.8.2 Uji Linieritas Sampel

Uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS 20 dengan melihat table Anova atau sering disebut *Test for Linearity*.

Prosedur Pengujian

1. Rumusan Hipotesis

Ho = Model regresi berbentuk linear.

H<sub>1</sub> = Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas (Sig) > 0,05 maka Ho diterima.

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 maka Ho ditolak

### 3.8.3 Uji Multikolinieritas

Menurut Rambat Lupioadi (2015, p.141) Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Ada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation faktor* (VIF). Batas dari *tolerance value* > 0,1 atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai VIF  $\geq 10$  maka ada gejala multikolinieritas.  
Jika nilai VIF  $\leq 10$  maka tidak ada gejala multikolinieritas.
2. Jika nilai tolerance  $< 0,1$  maka ada gejala multikolinieritas.  
Jika nilai tolerance  $> 0,1$  maka tidak ada gejala multikolinieritas.
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS
4. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig)  $> 0,1$  maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

### 3.9 Metode Analisis Data

#### 3.9.1 Regresi Linier Berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu *shopping lifestyle* dan *sales promotion* yang mempengaruhi variabel *impulse buying* maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 20. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_t$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (*impulse buying*)

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

$\beta$  = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X1 = Variabel independen (*shopping lifestyle*)

X2 = Variabel independen (*price discount*)

### 3.10 Pengujian Hipotesis

#### 3.10.1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

#### **Pengaruh *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying***

Ho: *shopping lifestyle* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying* pada Shopee

Ha: *shopping lifestyle* berpengaruh terhadap *impulse buying* pada Shopee

Kriteria pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai *sig* < 0,05 maka Ho ditolak
2. Jika nilai *sig* > 0,05 maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

#### **Pengaruh *Sales promotion* Terhadap *Impulse Buying***

Ho: *sales promotion* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying* pada Shopee

Ha: *sales promotion* berpengaruh terhadap *impulse buying* pada Shopee

Kriteria pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai *sig* < 0,05 maka Ho ditolak
2. Jika nilai *sig* > 0,05 maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

### 3.10.2. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dengan uji serentak atau uji model/uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya

#### ***Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Sales promotion Terhadap Impulse Buying***

Ho: *shopping lifestyle* dan *sales promotion* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying* pada Shopee

Ha: *shopping lifestyle* dan *sales promotion* berpengaruh terhadap *impulse buying* pada Shopee

Kriteria pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai  $sig < 0,05$  maka Ho ditolak
2. Jika nilai  $sig > 0,05$  maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis.