

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Definisi Konsep

Definisi konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) *Online impulse buying* (Y)

Online impulse buying adalah perilaku pembelian secara spontan yang dilakukan melalui *platform* atau situs web *online*. Hal ini seringkali terjadi tanpa perencanaan sebelumnya dan dipicu oleh berbagai stimulus seperti promosi produk, tampilan *website* yang menarik, atau rekomendasi dari pihak lain seperti teman atau *influencer* pada *media social* (Oktariana, 2019).

2) Gaya hidup (X1)

Gaya hidup (*lifestyle*) menurut (Kotler & Keller, 2018) yaitu pola hidup individu yang terwujud dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya. Hal ini mencerminkan interaksi menyeluruh antara individu dengan lingkungannya.

3) Motivasi belanja hedonis (X2)

Menurut (Utami, 2019) Motivasi belanja hedonis adalah dorongan atau keinginan konsumen untuk mendapatkan kesenangan dan kepuasan pribadi melalui aktivitas berbelanja. Konsumen yang termotivasi oleh hal ini tidak terlalu memprioritaskan manfaat fungsional dari produk yang dibeli, melainkan lebih fokus pada

pengalaman dan sensasi yang diperoleh saat berbelanja.

4) Diskon (X3)

Diskon adalah pengurangan jumlah yang akan dibayar atau diterima serta merupakan potongan dari harga asli yang tertera pada produk maupun jasa (Kusnawan et al., 2019).

B. Definisi Operasional

Penelitian ini terdapat 2 jenis variabel yang telah ditentukan secara operasional berdasar rumusan dan hipotesis, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Pengukuran variabel-variabel ini dilakukan berdasarkan rumusan hipotesis yang ditetapkan, diantaranya sebagai berikut :

1. Variabel Terikat (*Variabel Dependent*)

Variabel Dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah *Online impulse buying*. Berikut indikator *Online impulse buying* menurut (Oktariana, 2019) adalah sebagai berikut:

- 1) Spontanitas
- 2) *Kekuatan, Kompulsif, dan Intensitas*
- 3) *Kegairahan dan Stimulasi*
- 4) *Ketidakpedulian akan Akibat*

2. Variabel Bebas (*independent variable*)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) **Gaya Hidup**

Indikator gaya hidup menurut (Kotler & Keller, 2018) adalah sebagai berikut:

- 1) Kegiatan (*activities*)
- 2) Minat (*interest*)
- 3) Pendapat (*opinion*)

b) **Hedonic Shopping Motivation**

Menurut (Utami, 2019) motivasi berbelanja hedonis terdapat enam indikator:

- 1) *Adventure shopping,*
- 2) *Social shopping,*
- 3) *Grafications shopping,*
- 4) *Idea shopping,*
- 5) *Role shopping,*
- 6) *Value shopping,*

c) **Diskon**

Indikator diskon menurut (Kusnawan et al., 2019) diantaranya:

- 1) Besarnya Potongan Harga
- 2) Masa Potongan Harga
- 3) Ragam produk yang mendapatkan potongan harga

C. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan ini tergolong sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kriteria ilmiah yaitu konkret/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan *statistic*, sehingga dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2019).

D. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis dan sumber data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya. Data primer diperoleh secara langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara dengan subjek penelitian maupun melalui observasi atau pengamatan langsung di lokasi penelitian (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada masyarakat Indonesia yang pernah transaksi menggunakan aplikasi Shopee, dengan minimal 1 kali pembelian.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi adalah kumpulan obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik yang sama, dan ditentukan oleh peneliti untuk menjadi target penelitian. Dari populasi ini, peneliti akan mengambil sampel untuk dianalisis dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna aktif *platform marketplace* shopee di Indonesia.

2. Sampel

Sampel adalah sekelompok kecil individu yang dipilih dari populasi yang lebih besar dan mewakili karakteristik populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Jumlah populasi ini tergolong besar. Hal ini memungkinkan peneliti tidak dapat menjangkau seluruh populasi, karena keterbatasan sumber daya, waktu dan tenaga. Oleh karena itu peneliti menggunakan *sample yang resrepresentatif* (mewakili) karakteristik populasi. Pada penelitian ini, ukuran *sample* diambil dengan menggunakan rumus Hair et al (2014) dikarekan populasi penelitian ini belum diketahui secara pasti. Dimana jumlah indikator dikali 5 hingga 10. Jumlah penentuan sampel dihitung dengan rumus $10 \times$ jumlah indikator. Jumlah indikator dari variabel independen dan dependen dalam penelitian ini berjumlah 16 indikator. Maka, jumlah minimal sampel dalam penelitian ini adalah $16 \times 10 = 160$ responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2019) *Non Probability Sampling* adalah teknik memperoleh sampel yang tidak memberikan peluang yang sama kepada seluruh anggota populasi atau setiap unsur untuk dipilih menjadi sebuah sampel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *purposive sampling* untuk pengambilan *sample*.

Dalam *Purposive Sampling*, peneliti memilih sampel berdasarkan pada tujuan penelitian dan faktor pertimbangan tertentu. Artinya peneliti perlu menetapkan batasan sampel terlebih dahulu sebelum melakukan pengambilan sampel. Sampel penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang pernah berbelanja atau transaksi menggunakan aplikasi Shopee, dengan minimal 1 kali pembelian.

F. Obyek dan Subyek Penelitian

1. Obyek penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah gaya hidup, motivasi belanja hedonis, dan diskon sebagai variabel bebas (*independent variable*). Sedangkan *Online impulse buying* adalah variabel terikat (*variable dependent*).

2. Subyek dalam penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang pernah berbelanja atau transaksi menggunakan aplikasi Shopee, dengan minimal kali pembelian.

G. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini kuesioner dipilih sebagai metode pengumpulan data. Menurut (Sugiyono, 2019) Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan berupa pilihan ganda, pertanyaan terbuka, atau pernyataan untuk dijawab dengan skala tertentu dan disampaikan secara langsung melalui media pos maupun internet.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala *Likert* dalam penyusunan kuesioner. Menurut (Ghozali, 2018) Skala *Likert* adalah skala yang memiliki lima tingkat kategori dengan pilihan alternatif jawaban sebagai berikut :

- 1) Kategori SS (Sangat Setuju) → diberikan skor 5
- 2) Kategori S (Setuju) → diberikan skor 4
- 3) Kategori N (Ragu-ragu) → diberikan skor 3
- 4) Kategori TS (Tidak Setuju) → diberikan skor 2
- 5) Kategori STS (Sangat Tidak Setuju) → diberikan skor 1

H. Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Uji validitas menurut (Sugiyono, 2019) bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana kuesioner dapat mengukur variabel penelitian dengan tepat (*valid*) dan menghasilkan data yang akurat antara objek dengan data yang dilaporkan.

Menurut (Sugiyono, 2019) mengemukakan bahwa validitas item dapat diuji dengan membandingkan skor item dengan skor total item. Jika korelasi (r) antara keduanya lebih besar dari 0,5, maka item tersebut dianggap valid dan dapat digunakan dalam penelitian. Validitas item dapat ditentukan dengan melihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* dalam tabel *Item-Total Statistic* yang dihasilkan oleh *Statistical Program For Social Science* (SPSS).

Kriteria penilaian uji validitas adalah sebaga berikut:

- a) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuesioner dinyatakan valid.
- b) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018) adalah suatu metode yang digunakan untuk menilai konsistensi dan stabilitas hasil

pengukuran yang diperoleh dari kuesioner sebagai indikator variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pertanyaan tetap konsisten atau stabil pada waktu yang berbeda.

Cronbach Alpha (α) merupakan metode yang terdapat dalam *Statistical Program For Social Science* (SPSS) untuk mengukur reliabilitas dengan fitur konstruk atau variabel. Menurut (Ghozali, 2018) menyatakan bahwa konstruk atau variabel yang memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ dapat dikategorikan sebagai reliabel.

Dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ maka instrumen dinyatakan reliabel.
- b) Apabila nilai *Cronbach Alpha* $< 0,70$ maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Dasar

a) Uji Normalitas

Menurut (Sugiyono, 2019) uji normalitas digunakan untuk mengecek apakah data populasi memiliki distribusi normal atau tidak. Uji ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dan menetapkan taraf signifikansi 0,05 (5%). Data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (5%). Sebaliknya, jika nilai signifikansi

kurang dari 0,05 (5%), maka data tersebut dikatakan tidak berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

b) Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang ideal tidak memiliki korelasi antar variabel independennya.

Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan dua indikator, yaitu nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria yang digunakan untuk menentukan adanya multikolinearitas adalah:

Nilai VIF:

- a) Jika nilai VIF < 10 , berarti tidak terdapat multikolinearitas.
- b) Jika nilai VIF > 10 , maka terdapat multikolinearitas dalam data.

Nilai toleransi:

- a) Jika nilai toleransi (lebih besar dari) $> 0,10$, tidak terdapat multikolinearitas.
- b) Jika nilai toleransi (lebih kecil dari) $< 0,10$, terdapat multikolinearitas.

c) Uji Heterokedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mendeteksi adanya ketidaksamaan variansi residual dalam model regresi.

Varians residual yang berbeda beda antar pengamatan menandakan adanya heteroskedastisitas. Apabila varian berbeda, disebut heterokedastisitas. Penelitian ini menggunakan uji *Glejser* untuk melakukan uji heteroskedastisitas.

Kriterianya adalah:

- a) Jika nilai signifikansi variabel independen lebih besar dari 5%, tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.
- b) Jika nilai signifikansi variabel independen lebih kecil dari 5%, terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.

4. Uji F (*Goodness of Fit*)

Menurut (Ghozali, 2018) untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam memperkirakan nilai aktual, dapat diukur dengan *Goodness of fit*. Dalam statistik, *goodness of fit* dapat diukur dari nilai *statistic f*. Jika nilai signifikansi *probability f statistic* kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen mampu memprediksi variabel dependen dengan baik.

5. Uji Analisis Data dan Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Ghozali, 2018) analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur apakah terdapat hubungan antara beberapa variabel bebas dengan variabel terkait. Dalam penelitian ini, tujuannya adalah untuk mengetahui apakah gaya hidup, motivasi belanja hedonis dan diskon memiliki pengaruh terhadap *Online impulse buying*, oleh karena itu persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Variabel dependen *Online impulse buying*

a : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi Gaya Hidup

β_2 : Koefisien regresi Motivasi Belanja Hedonis

β_3 : Koefisien regresi Diskon

X1 : Variabel Gaya Hidup

X2 : Variabel Motivasi Belanja Hedonis

X3 : Variabel Diskon

e : *Standard error* / variabel pengganggu

b) Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut (Ghozali, 2018) uji t atau uji parsial digunakan untuk meneliti pengaruh individu dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan dua kriteria hipotesis sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi (p-value) $< 0,05$ maka H_0 ditolak, H_1 , H_2 , H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi (p-value) $\geq 0,05$ maka H_0 diterima, H_1 , H_2 , H_3 ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018) Koefisien Determinasi *Adjusted R²* adalah alat yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi variabel terikat (*dependent*). Nilai koefisien determinasi *Adjusted R²* yaitu diantara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi *Adjusted R²* yang kecil (mendekati 0) menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan nilai Koefisien Determinasi *Adjusted R²* mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.