

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di wilayah Jabodetabek dengan target responden yaitu konsumen perempuan yang pernah melakukan pembelian di *e-commerce* minimal 3 (tiga) kali. Penelitian ini dilaksanakan secara daring melalui *google form* dikarenakan kondisi dan keadaan yang tidak memungkinkan peneliti untuk melakukannya secara langsung di lapangan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 4 (empat) bulan mulai dari bulan September 2020 sampai bulan Januari 2021. Waktu tersebut sesuai dengan jadwal dan peraturan yang telah ditetapkan dalam melakukan penelitian.

3.2 Pendekatan Penelitian

3.2.1 Metode

Dalam penelitian ini adalah metode yang digunakan adalah metode survei. Sugiyono (2019) mendefinisikan survei sebagai metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar sampai populasi kecil, akan tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena ingin mengetahui hubungan antar variabel sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai.

3.2.2 Konstelasi Hubungan Antar Variabel

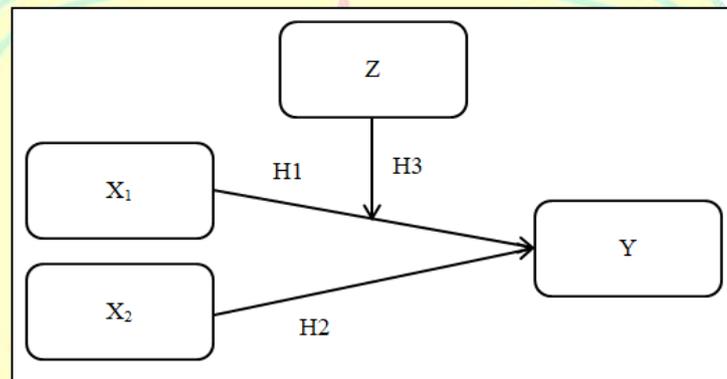
Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa :

H1 : Motivasi hedonis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif.

H2 : Motivasi utilitarian berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif.

H3 : Ketersediaan uang sebagai variabel moderasi memperkuat hubungan antara motivasi hedonis dengan pembelian impulsif.

Maka konstelasi hubungan antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1 - Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sumber : Data diolah Penulis (2020)

Keterangan :

- Variabel bebas (X_1) : Motivasi Hedonis
- Variabel bebas (X_2) : Motivasi Utilitarian
- Variabel terikat (Y) : Pembelian Impulsif
- Variabel moderasi (Z) : Ketersediaan Uang
- : Arah Hubungan

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2019) menyatakan populasi sebagai suatu wilayah yang terdiri atas objek atau subjek, dimana memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen perempuan yang berada di wilayah Jabodetabek dan pernah melakukan pembelian di *e-commerce*.

3.3.2 Sampel

Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, metode ini merupakan bagian dari metode *non-probability sampling*, dimana sampel yang diambil berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti Sugiyono (2019). Adapun kriteria dari sampel penelitian ini diantaranya, yaitu :

- 1) Konsumen yang berada di daerah Jabodetabek.
- 2) Konsumen perempuan dengan rentang usia 17 – 40 tahun ke atas.
- 3) Konsumen yang pernah melakukan pembelian di *e-commerce* minimal 3 (tiga) kali.

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka untuk menentukan besarnya jumlah sampel yang akan digunakan yaitu, didasarkan pada *rule of thumb* yang menyatakan bahwa besarnya jumlah sampel berkisar antara 200 – 500 sampel (Hair, 2010). Berdasarkan *rule of thumb* tersebut, maka besarnya sampel yang digunakan adalah sebanyak 200 orang.

3.4 Penyusunan Instrumen

Pada penelitian ini akan menguji 4 (empat) variabel yaitu, motivasi hedonis sebagai variabel independen pertama (variabel X_1) dan motivasi utilitarian sebagai variabel independen kedua (variabel X_2), kemudian pembelian impulsif sebagai variabel dependen (variabel Y). Selain itu, peneliti juga menggunakan ketersediaan uang sebagai variabel moderasi (variabel Z) untuk mengetahui pengaruhnya apakah menguatkan atau melemahkan hubungan variabel X terhadap Y .

3.4.1 Motivasi Hedonis (Variabel X_1)

a. Definisi Konseptual

Variabel independen pertama dalam penelitian ini adalah motivasi hedonis. Motivasi hedonis merupakan motivasi untuk konsumsi produk yang didasarkan pada keinginan untuk mengalami kesenangan dan kebahagiaan.

b. Definisi Operasional

Variabel motivasi hedonis dalam penelitian ini diukur berdasarkan 5 (lima) indikator diantaranya yaitu, (1) aktivitas belanja di *e-commerce* membuat saya senang; (2) berbelanja di *e-commerce* adalah salah satu cara saya untuk menghilangkan tekanan dari diri sendiri; (3) saat membeli di *e-commerce*, saya bisa melupakan masalah dan merasa santai; (4) membeli di *e-commerce* adalah salah satu aktivitas favorit saya; dan (5) saat berbelanja di *e-commerce*, saya merasa bahagia.

c. Kisi-kisi Instrumen Motivasi Hedonis

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini digunakan untuk mengukur variabel motivasi hedonis yang diuji cobakan dan juga sebagai instrumen kuesioner final digunakan untuk mengukur variabel motivasi hedonis. Dalam instrumen terdapat informasi per butir dan dimasukkan setelah melakukan uji validitas dan juga reliabilitas. Instrumen tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Motivasi Hedonis

Indikator	Adaptasi	Uji Coba		Drop	Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)
<i>This shopping activity makes me happy</i>	Aktivitas belanja di <i>e-commerce</i> membuat saya senang	1		-	1	
<i>Shopping is a way to relieve pressure from myself</i>	Berbelanja di <i>e-commerce</i> adalah salah satu cara saya untuk menghilangkan tekanan dari diri sendiri	2		-	2	
<i>While purchase I am able to forget my problems, and I feel relaxed</i>	Saat membeli di <i>e-commerce</i> , saya bisa melupakan masalah dan merasa santai;	3		-	3	
<i>Buying at restaurants is one of my favorite activities</i>	Membeli di <i>e-commerce</i> adalah salah satu aktivitas favorit saya;	4		-	4	
<i>During shopping, I feel excited</i>	Saat berbelanja di <i>e-commerce</i> , saya merasa bahagia.	5		-	5	

Sumber : Yi dan Jai (2020) Won dan Kim (2020)

Dalam mengisi setiap butir dari instrumen diatas, maka para responden dapat memilih satu pilihan jawaban dari lima jawaban alternatif yang telah diberikan. Peneliti menggunakan skala pengukuran yang

disebut dengan skala *likert*. Alternatif pilihan jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 – Skala Penilaian Instrumen

No.	Alternatif Pilihan Jawaban	Item Positif
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2019)

d. Validasi Instrumen Motivasi Hedonis

Dalam melakukan proses pengambilan instrumen motivasi hedonis diawali dengan melakukan penyusunan instrumen dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan skala pengukuran *likert* serta mengacu pada model indikator variabel motivasi hedonis. Pada Tabel 3.1 disebut sebagai konsep instrumen dalam mengukur variabel motivasi hedonis. Tahap selanjutnya melakukan uji coba instrumen pada 30 responden yang merupakan pelanggan *e-commerce*, tergantung karakteristik populasinya.

Perhitungan validitas dilakukan dengan rumus *pearson product moment*. Dalam penelitian ini Peneliti menggunakan *software* SPSS 22.0. Hasil dari perhitungan SPSS akan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item tersebut valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item tersebut tidak valid. Batas minimum suatu instrumen dikatakan valid yaitu = 0,361 (Ghozali, 2019). Berikut merupakan tabel hasil pengujian validitas :

Tabel 3.3 – Hasil Uji Validitas Motivasi Hedonis

Variabel	R tabel	R hitung	Keterangan
Instrumen			
Motivasi Hedonis			
MH01	0,361	0,791	Valid
MH02		0,832	Valid
MH03		0,763	Valid
MH04		0,786	Valid
MH05		0,783	Valid

Sumber: Data diolah Penulis (2021)

Dari tabel 3.3 diatas diperoleh data valid motivasi hedonis 5 butir atau semua instrumen. Kemudian, untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini peneliti menggunakan *software* SPSS 22.0. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *cronbach's alpha*. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut : (Ghozali, 2019)

- 1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 maka instrumen dinyatakan reliabel.
- 2) Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,70 maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti maka diperoleh hasil *Cronbach's Alpha* sebesar 0,843. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel motivasi hedonis dengan lima instrumen didalamnya dinyatakan reliabel.

3.4.2 Motivasi Utilitarian (Variabel X₂)

a. Definisi Konseptual

Selanjutnya, variabel independen kedua dalam penelitian ini adalah motivasi utilitarian, dimana merupakan motivasi konsumsi yang lebih rasional dan non-emosional, serta secara alamiah terbentuk apabila seseorang ingin mengalokasikan sumber daya yang dimilikinya secara efisien.

b. Definisi Operasional

Variabel motivasi utilitarian dalam penelitian ini diukur berdasarkan 5 (lima) indikator yaitu, (1) saya membeli barang di *e-commerce* dengan harga terbaik; (2) saya membeli barang di *e-commerce* dengan kualitas terbaik; (3) saya menelusuri *e-commerce* untuk mengumpulkan informasi tentang produk; (4) membeli di *e-commerce* adalah cara terbaik saya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan; (5) saya membeli di *e-commerce* memberi nilai tambah sebanyak mungkin.

c. Kisi-kisi Instrumen Motivasi Utilitarian

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini digunakan untuk mengukur variabel motivasi utilitarian yang diuji cobakan dan juga sebagai instrumen kuesioner final digunakan untuk mengukur variabel motivasi utilitarian. Dalam instrumen terdapat informasi per butir dan dimasukkan setelah melakukan uji validitas dan juga reliabilitas. Instrumen tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.4 – Kisi-kisi Instrumen Motivasi Utilitarian

Indikator	Adaptasi	Uji Coba		Drop	Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)
<i>I buy the item at the best price</i>	Saya membeli barang di <i>e-commerce</i> dengan harga terbaik	1		-	1	
<i>I buy the item at the best quality</i>	Saya membeli barang di <i>e-commerce</i> dengan kualitas terbaik	2		-	2	
<i>I browse the shopping web sites to gather information about products</i>	Saya menelusuri <i>e-commerce</i> untuk mengumpulkan informasi tentang produk	3		-	3	
<i>Buying at restaurant is the best way to fulfill my needs and wants</i>	Membeli di <i>e-commerce</i> adalah cara terbaik saya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan	4		-	4	
<i>Buying at restaurant provides me with additional value as much as possible</i>	Saya membeli di <i>e-commerce</i> memberi nilai tambah sebanyak mungkin.	5		-	5	

Sumber: Akram et al., (2017) Yi dan Jai (2020)

Dalam mengisi setiap butir dari instrumen diatas, maka para responden dapat memilih satu pilihan jawaban dari lima jawaban alternatif yang telah diberikan. Peneliti menggunakan skala pengukuran yang disebut dengan skala *likert*. Alternatif pilihan jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5 – Skala Penilaian Instrumen

No.	Alternatif Pilihan Jawaban	Item Positif
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2019)

d. Validasi Instrumen Motivasi Utilitarian

Dalam melakukan proses pengambilan instrumen motivasi utilitarian diawali dengan melakukan penyusunan instrumen dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan skala pengukuran *likert* serta mengacu pada model indikator variabel motivasi hedonis. Pada Tabel 3.4 disebut sebagai konsep instrumen dalam mengukur variabel motivasi utilitarian. Tahap selanjutnya melakukan uji coba instrumen pada 30 responden yang merupakan pelanggan *e-commerce*, tergantung karakteristik populasinya.

Perhitungan validitas dilakukan dengan rumus *pearson product moment*. Dalam penelitian ini Peneliti menggunakan *software* SPSS 22.0. Hasil dari perhitungan SPSS akan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item tersebut valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item tersebut tidak valid. Batas minimum suatu instrumen dikatakan valid yaitu = 0,361 (Ghozali, 2019). Berikut merupakan tabel hasil pengujian validitas :

Tabel 3.6 – Uji Validitas Motivasi Utilitarian

Variabel	R tabel	R hitung	Keterangan
Instrumen			
Motivasi Utilitarian			
MU01	0,361	0,878	Valid
MU02		0,537	Valid
MU03		0,707	Valid
MU04		0,818	Valid
MU05		0,842	Valid

Sumber : Data diolah penulis (2021)

Dari tabel 3.6 diatas diperoleh data valid 5 (lima) instrumen motivasi utilitarian. Kemudian, untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini peneliti menggunakan *software* SPSS 22.0. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *cronbach's alpha*. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut : (Ghozali, 2019)

- 1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$ maka instrumen dinyatakan reliabel.
- 2) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,70$ maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti maka diperoleh hasil *Cronbach's Alpha* sebesar 0,816. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel motivasi hedonis dengan lima instrumen didalamnya dinyatakan reliabel.

3.4.3 Ketersediaan Uang (Variabel Z)

a. Definisi Konseptual

Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah ketersediaan uang, yaitu motivasi belanja yang muncul akibat adanya rasa percaya diri akan ketesediaan uang yang dimiliki.

b. Definisi Operasional

Variabel ketersediaan uang dalam penelitian ini diukur berdasarkan 4 (empat) indikator yaitu, (1) saya merasa mampu untuk membeli di e-

commerce tanpa direncanakan; (2) saya merasa memiliki cukup uang ekstra untuk belanja di *e-commerce*; (3) saya memiliki anggaran longgar saat berbelanja di *e-commerce*; (4) saya dapat berbelanja secara royal di *e-commerce* jika menemukan sesuatu yang sangat disukai.

c. Kisi-kisi Instrumen Ketersediaan Uang

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini digunakan untuk mengukur variabel ketersediaan uang yang diuji cobakan dan juga sebagai instrumen kuesioner final digunakan untuk mengukur variabel ketersediaan uang. Dalam instrumen terdapat informasi per butir dan dimasukkan setelah melakukan uji validitas dan juga reliabilitas. Instrumen tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.7 – Kisi-kisi Instrumen Ketersediaan Uang

Indikator	Adaptasi	Uji Coba		Drop	Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)
<i>I feel could afford to purchases unplanned</i>	Saya merasa mampu untuk membeli di <i>e-commerce</i> tanpa direncanakan	1		-	1	
<i>I felt that I had enough extra money on this shopping</i>	Saya merasa memiliki cukup uang ekstra untuk belanja di <i>e-commerce</i>	2		-	2	
<i>I had a loose budget while on this shopping</i>	saya memiliki anggaran longgar saat berbelanja di <i>e-commerce</i>	3		-	3	
<i>I could splurge a little if I found something I really like</i>	Saya dapat berbelanja secara royal di <i>e-commerce</i> jika menemukan sesuatu yang sangat disukai	4		-	4	

Sumber : Dey dan Srivastava (2017)

Dalam mengisi setiap butir dari instrumen diatas, maka para responden dapat memilih satu pilihan jawaban dari lima jawaban alternatif yang telah diberikan. Peneliti menggunakan skala pengukuran yang disebut dengan skala *likert*. Alternatif pilihan jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.8 – Skala Penilaian Instrumen

No.	Alternatif Pilihan Jawaban	Item Positif
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2019)

d. Validasi Instrumen Ketersediaan Uang

Dalam melakukan proses pengambilan instrumen ketersediaan uang diawali dengan melakukan penyusunan instrumen dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan skala pengukuran *likert* serta mengacu pada model indikator variabel motivasi hedonis. Pada Tabel 3.7 disebut sebagai konsep instrumen dalam mengukur variabel ketersediaan uang. Tahap selanjutnya melakukan uji coba instrumen pada 30 responden yang merupakan pelanggan *e-commerce*, tergantung karakteristik populasinya.

Perhitungan validitas dilakukan dengan rumus *pearson product moment*. Dalam penelitian ini Peneliti menggunakan *software* SPSS 22.0. Hasil dari perhitungan SPSS akan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item tersebut valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item tersebut tidak valid. Batas minimum suatu instrumen dikatakan valid yaitu = 0,361 (Ghozali, 2017). Berikut merupakan tabel hasil pengujian validitas :

Tabel 3.9 – Uji Validitas Ketersediaan Uang

Variabel	R tabel	R hitung	Keterangan
Instrumen			
Ketersediaan Uang			
KU01	0,361	0,854	Valid
KU02		0,860	Valid
KU03		0,795	Valid
KU04		0,820	Valid

Sumber : Data diolah penulis (2021)

Dari tabel 3.9 diatas diperoleh data valid 4 (empat) instrumen motivasi utilitarian. Kemudian, untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini peneliti menggunakan *software* SPSS 22.0. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *cronbach's alpha*. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut : (Ghozali, 2019)

- 1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$ maka instrumen dinyatakan reliabel.
- 2) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,70$ maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti maka diperoleh hasil *Cronbach's Alpha* sebesar 0,844. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel motivasi hedonis dengan lima instrumen didalamnya dinyatakan reliabel.

3.4.4 Pembelian Impulsif (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Variabel dependen atau terikat dalam penelitian ini adalah pembelian impulsif atau pembelian tanpa perencanaan sebelumnya, dimana karakteristik pengambilan keputusan yaitu dilakukan dalam waktu relatif cepat, dan adanya keinginan untuk memiliki secara cepat.

b. Definisi Operasional

Variabel pembelian impulsif dalam penelitian ini diukur dengan 6 (enam) indikator yaitu; (1) saya melakukan pembelian di *e-commerce* secara spontan; (2) saya melakukan pembelian yang tidak direncanakan di *e-commerce*; (3) saya tidak berniat melakukan pembelian di *e-commerce* sebelumnya; (4) saya tidak dapat menahan diri untuk tidak melakukan pembelian di *e-commerce*; (5) saya membeli barang di *e-commerce* yang tidak ingin saya beli sebelumnya; (6) akhirnya saya membeli di *e-commerce* meskipun awalnya tidak bermaksud untuk melakukannya.

c. Kisi-kisi Instrumen Pembelian Impulsif

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini digunakan untuk mengukur variabel pembelian impulsif yang diuji cobakan dan juga sebagai instrumen kuesioner final digunakan untuk mengukur variabel pembelian impulsif. Dalam instrumen terdapat informasi per butir dan dimasukkan setelah melakukan uji validitas dan juga reliabilitas. Instrumen tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3. 10 – Kisi-kisi Instrumen Pembelian Impulsif

Indikator	Adaptasi	Uji Coba		Drop	Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)
<i>My purchase was spontaneous</i>	Saya melakukan pembelian di <i>e-commerce</i> secara spontan	1		-	1	
<i>My purchase was unplanned</i>	Saya melakukan pembelian yang tidak direncanakan di <i>e-commerce</i>	2		-	2	
<i>I did not intend to do this purchase before</i>	Saya tidak berniat melakukan pembelian di <i>e-commerce</i> sebelumnya	3		-	3	
<i>I could not resist doing this purchase at the site</i>	Saya tidak dapat menahan diri untuk tidak melakukan pembelian di <i>e-commerce</i>	4		-	4	
<i>I bought restaurant daily deals that I had not intended to purchase before</i>	Saya membeli barang di <i>e-commerce</i> yang tidak ingin saya beli sebelumnya	5			5	
<i>I ended up buying restaurant daily deals even though I had not initially intended to do so</i>	Akhirnya saya membeli di <i>e-commerce</i> meskipun awalnya tidak bermaksud untuk melakukannya.	6			6	

Sumber : Akram et al., (2017) Yi dan Jai (2020)

Dalam mengisi setiap butir dari instrumen diatas, maka para responden dapat memilih satu pilihan jawaban dari lima jawaban alternatif yang telah diberikan. Peneliti menggunakan skala pengukuran yang disebut dengan skala *likert*. Alternatif pilihan jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.11 – Skala Penilaian Instrumen

No.	Alternatif Pilihan Jawaban	Item Positif
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2019)

d. Validasi Instrumen Pembelian Impulsif

Dalam melakukan proses pengambilan instrumen pembelian impulsif diawali dengan melakukan penyusunan instrumen dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan skala pengukuran *likert* serta mengacu pada model indikator variabel pembelian impulsif. Pada Tabel 3.10 disebut sebagai konsep instrumen dalam mengukur variabel pembelian impulsif. Tahap selanjutnya melakukan uji coba instrumen pada 30 responden yang merupakan pelanggan *e-commerce*, tergantung karakteristik populasinya.

Perhitungan validitas dilakukan dengan rumus *pearson product moment*. Dalam penelitian ini Peneliti menggunakan *software* SPSS 22.0. Hasil dari perhitungan SPSS akan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item tersebut valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item tersebut tidak valid. Batas minimum suatu instrumen dikatakan valid yaitu = 0,361 (Ghozali, 2019). Berikut merupakan tabel hasil pengujian validitas :

Tabel 3.12 – Uji Validitas Pembelian Impulsif

Variabel	R tabel	R hitung	Keterangan
Instrumen			
Pembelian Impulsif			
PI01	0,361	0,756	Valid
PI02		0,806	Valid
PI03		0,526	Valid
PI04		0,734	Valid

PI05		0,866	Valid
PI06		0,815	Valid

Sumber : Data diolah penulis (2021)

Dari tabel 3.12 diatas diperoleh data valid 6 (enam) instrumen pembelian impulsif. Kemudian, untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini peneliti menggunakan *software* SPSS 22.0. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *cronbach's alpha*. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut : (Ghozali, 2019)

- 1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,70 maka instrumen dinyatakan reliabel.
- 2) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $<$ 0,70 maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti maka diperoleh hasil *Cronbach's Alpha* sebesar 0,846. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel motivasi hedonis dengan lima instrumen didalamnya dinyatakan reliabel.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer, dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada responden yang berada di wilayah Jabodetabek dan pernah melakukan pembelian di *e-commerce*. Pertanyaan yang diajukan akan disebarakan sebelum dan sesudah penelitian, serta dilakukan secara *online* melalui *google form*. Selain itu, Peneliti juga menggunakan data sekunder berupa informasi yang diperoleh melalui catatan Badan Pusat Statistik, hasil riset yang dilakukan oleh Badan Litbang Kementerian Dalam Negeri, hasil riset oleh *MarkPlus*, artikel, dan sumber referensi lainnya.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

3.6.1 Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak. Agar dapat mengetahui apakah model yang peneliti gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov*. Adapun kriteria pengambilan keputusan dengan Uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*. yaitu: (Ghozali, 2017)

- 1) Jika signifikansi $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal
- 2) Jika signifikansi $\leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas Regresi

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan liner atau tidak secara signifikan. (Sugiyono, 2019). Pengujian menggunakan *Tes for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel memiliki hubungan linear apabila tingkat signifikansi $< 0,05$. Adapun kriteria yang ditentukan untuk menentukan linearitas data adalah sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data linier.

3.6.2 Persamaan Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui hubungan secara linier antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen melalui sebuah persamaan (Ghozali, 2017).

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

- \hat{Y} : variabel terikat (pembelian impulsif)
a : konstanta (nilai Y apabila X = 0)

- b : koefisien regresi variabel bebas X
 X : Variabel bebas (motivasi hedonis dan motivasi utilitarian)

3.6.3 Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y) (Ghozali, 2017).

Ho : $b_1 = b_2 = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen)

Hi : $b_1 \neq b_2 \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen)

Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Hi diterima jika Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $t_{sig} < 0,05$, maka hipotesis variabel independen diterima.
- 2) Ho diterima jika Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai $t_{sig} > 0,05$, maka hipotesis variabel independen ditolak.

b. Moderated Regression Analysis (MRA)

Analisis regresi ini dirancang untuk mengetahui hubungan antar dua variabel yang dipengaruhi oleh variabel moderasi. Dalam penelitian ini Peneliti menggunakan *software* SPSS 22.0 untuk melakukan perhitungan. Adapun langkah analisis persamaan *Moderated Regression Analysis (MRA)* yang digunakan adalah sebagai berikut: (Ghozali, 2019)

- 1) Uji Regresi dari variabel (X_1), dan ke variabel (Y), digambarkan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + e \dots \dots \dots (1)$$

- 2) Regresi dari variabel (X_1), dan variabel $X_1 * Z$ (interaksi $Z * X_1$ Uji) ke variabel (Y), digambarkan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 Z + b_3 X_1 Z + e \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

a = Konstanta
Y = Variabel dependen (Pembelian Impulsif)
X₁ = Variabel independen (Motivasi Hedonis)
Z = Variabel moderator (Ketersediaan Uang)
X₁*Z = Motivasi Hedonis*Ketersediaan Uang
b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi
e = *standart error*

Menurut (Ghozali, 2019) ada beberapa macam klasifikasi variabel moderasi diantaranya yaitu:

- 1) Moderasi murni (*pure moderator*), artinya variabel moderasi ini murni berperan sebagai variabel moderator dalam hubungan yang dibentuk. Moderasi murni terjadi ketika variabel moderator (Z) dan variabel dependen (Y) tidak signifikan, sedangkan variabel moderator (Z) dan variabel independen (X) signifikan.
- 2) Moderasi semu (*quasi moderator*), quasi moderasi merupakan variabel yang memoderasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang sekaligus menjadi variabel independen. Moderasi semu terjadi ketika variabel moderator (Z) dan variabel dependen (Y) signifikan, serta variabel moderator (Z) dan variabel independen (X) signifikan.
- 3) Prediktor moderasi (*predictor moderasi variabel*), artinya variabel moderasi ini hanya berperan sebagai variabel prediktor (independen) dalam model hubungan yang dibentuk. Prediktor moderasi terjadi ketika variabel moderator (Z) dan variabel dependen (Y) signifikan, sedangkan variabel moderator (Z) dan variabel independen (X) tidak signifikan.
- 4) Moderasi potensial (*homologiser moderator*), artinya variabel tersebut potensial menjadi variabel moderasi. Moderasi potensial terjadi ketika variabel moderator (Z) dan variabel

dependen (Y) tidak signifikan, serta variabel moderator (Z) dan variabel independen (X) tidak signifikan.

Tabel 3.13 – Jenis-Jenis Moderasi

Jenis Moderasi	Signifikansi	
	Z → Y	X*Z → Y
<i>Pure Moderator</i>	Tidak	Ya
<i>Quasi Moderator</i>	Ya	Ya
<i>Predictor Moderator</i>	Ya	Tidak
<i>Potensial Moderator</i>	Tidak	Tidak

Sumber: (Ghozali, 2019)

3.7 Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi merupakan alat untuk mengukur hubungan antara dua variabel memiliki hubungan yang positif atau negatif. Nilai koefisien korelasi (R) terdapat dalam batas $-1 \leq r \leq 1$. Hasil yang positif menunjukkan adanya pengaruh positif atau langsung, sedangkan hasil negatif menunjukkan adanya pengaruh negatif atau tidak langsung.

3.8 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2019). Perhitungan koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS 22.0