

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penulis melakukan observasi untuk skripsi ini pada Maret 2023 sampai dengan September 2023 untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Lokasi penelitian ini dilakukan di platform Shopee. Untuk lokasi dipilih Shopee merupakan *platform* dengan Pengguna terbanyak serta trafik kunjungan dan transaksi paling tinggi dan pengambilan informasi atau data dilakukan secara *online*.

Tabel 3. 1 Waktu kegiatan skripsi

Jenis Kegiatan	Bulan						
	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
Pengajuan judul skripsi							
Penyusunan skripsi							
Analisis dan pengumpulan data							

Sumber: Diolah oleh peneliti (2023)

B. Desain Penelitian

Penelitian yang dikemukakan oleh Sugiyono (2021) mengemukakan bahwa cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dengan memperoleh informasi yang valid untuk menemukan, mengembangkan, dan membuktikan informasi tertentu sehingga memecahkan masalah.

Menurut Sugiyono (2021) Penelitian kuantitatif berlandaskan filsafat positif, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan pendekatan survei. Survei yaitu menghimpun data terkait dengan bermacam faktor yang selanjutnya dilakukan pengujian terhadap bermacam faktor tersebut. Sugiyono (2021) mengemukakan bahwasanya survei teknik penghimpunan data tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku dari sampel yang diambil dari populasi tertentu yang memanfaatkan *google form* seperti di Lampiran 2 kuesioner dalam bentuk *gform*.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2021) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi

dalam penelitian ini hanya dibatasi kepada masyarakat Jabodetabek yang sudah pernah menggunakan aplikasi Shopee.

2. Sampel

Sugiyono (2021) menjelaskan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Jabodetabek yang sudah pernah berbelanja di platform Shopee. Menurut Juliana et al. (2022) umur 17-52 tahun adalah termasuk dalam kategori umur remaja sampai dewasa akhir. Umur 17 tahun dalam Pasal 28 undang-undang nomor 3 tahun 1999 hak seseorang untuk memilih dalam hal ini suara legal jika sudah mencapai umur 17 tahun. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yakni *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2021) "*Purposive Sampling* merupakan suatu teknik yang menentukan sampel pada pertimbangan tertentu". Pertimbangan tertentu yang dimaksud yaitu:

1. Mempunyai akun Shopee.
2. Jenis kelamin: Laki dan Perempuan.
3. Umur: 17– 52 tahun.
4. Konsumen pernah membeli produk pada platform Shopee.

Penentuan banyaknya sampel menggunakan rumus cara pengambilan sampel ini menggunakan rumus *Roscoe*. Menurut buku *Research Methods For Business* di dalam Sugiyono (2021), rumus

Roscoe memiliki persyaratan tentang ukuran sampel untuk penelitian yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai 500.

Rumus Roscoe :

$$R = N(\text{Var}) \times 10 < 120$$

Keterangan :

n : Variabel

<10 : dikalikan paling kecil 10

Dari keterangan di atas maka perhitungannya sebagai berikut :

$$R = 1 \times 120 = 120$$

Catatan <120

Mengacu pada perhitungan di atas sampel yang digunakan pada penelitian yaitu sebanyak 120 responden. Teknik pengambilan sampel memakai teknik *non probability sampling* dengan *purposive sampling* atau pengambilan sampel dengan karakteristik tertentu, adapun pertimbangan atau kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel pada penelitian ini adalah responden yang pernah menggunakan aplikasi Shopee untuk berbelanja.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan dua metode, yaitu:

1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yakni penyebaran kuesioner. Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form*. Skala yang akan digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2021), skala *Likert* adalah alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang mengenai fenomena sosial, dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel. Skala interval 1-4 digunakan untuk menjawab kuesioner yang dapat mewakili pendapat dari responden mulai dari sangat positif hingga negatif. Menurut Tanjung (2022) Modifikasi skala *Likert* 1-4 menghilangkan kategori jawaban yang ditengah karena jawaban ditengah atau netral itu menimbulkan jawaban bias, dalam hal ini responden yang ragu-ragu atas arah kecenderungan pendapat responden. Dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form*.

Tabel 3.2 Bobot Skala Modifikasi Likert

	Kategori	Bobot
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
S	Setuju	3
SS	Sangat Setuju	4

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dapat dilakukan dengan melakukan pencarian referensi untuk memperoleh data penelitian, metode serta teori yang relevan untuk menganalisis penelitian ini. sumber-sumber data tersebut diperoleh dari internet, yaitu dari jurnal-jurnal terdahulu untuk mendapat jawaban dari masalah yang diteliti.

1. Instrumen Penelitian

Untuk mengukur variabel dengan efektif dan pengumpulan data secara sistematis, diperlukan adanya teknik pengembangan skala atau alat ukur. Menurut Hardani et al. (2020) instrument penelitian adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur kriteria variabel untuk mengumpulkan informasi secara kuantitatif

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
<i>Impulsive Buying</i> Adalah terjadinya pembelian yang tidak direncanakan dan muncul secara tiba-tiba disertai dengan pembelian yang	Kognitif	Tanpa berpikir	<i>Likert</i>	1
		Belanja <i>online</i> tanpa perencanaan		2
		Membeli barang dilakukan secara spontan		3

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
tidak direncanakan. (Putra et al. 2022)		Berbelanja produk yang menyenangkan	<i>Likert</i>	4
		Mengikuti <i>Trend</i>		5
		Risiko saat berbelanja		6
		Kemudahan fitur		7
	Afektif	visualisasi yang menarik		8
	tidak bisa tahan keinginan	9		
	Terbawa suasana hati atau mood untuk berbelanja	10		
	Kemudahan aksesibilitas	11		
	Iklan yang menarik	12		
	Sulit untuk melewati promo di Shopee	13		
	<i>endorsement</i> yang disukai	14		

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
		Merek atau <i>brand</i>		15

Sumber : Diolah oleh peneliti (2023)

Kuesioner pada penelitian ini akan disebarakan kepada target yang memenuhi kriteria responden, adapun pertanyaan kuesioner lengkap dapat dilihat pada Lampiran 1. Pengukuran skala dalam mengukur kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala modifikasi *Likert*.

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2018) bahwa suatu kuesioner atau hasil penelitian dapat dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner dan mampu untuk mengungkapkan sesuatu sehingga hasil penelitian tersebut dapat mengukur yang hendak diukur oleh peneliti. Untuk mengukur uji validitas ini, penulis menggunakan *Pearson Correlation*. Penulis melakukan korelasi antar skor dari tiap butir pertanyaan dengan total skor variabel dengan signifikansi 5%. Menurut Ghozali (2018) Indikator yang menyatakan valid atau tidaknya butir pernyataan tersebut yaitu dengan uji signifikansi yang dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai bersifat positif maka butir pernyataan atau indikator tersebut bernilai positif.

Uji validitas dilakukan dengan bantuan program *software* SPSS. Uji validitas dapat dilihat dari nilai dari *Pearson Correlation Coefficient*, Instrumen penelitian dikatakan valid jika koefisien korelasi r hitung $>$ r tabel. Menggunakan *software* SPSS 26 dalam uji validitas dapat dilihat bahwa semua r tabel 0,1779. Tingkat validitas dapat juga diukur dengan menggunakan rumus berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}$$

Keterangan

r_{xy} = Koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total

n = Jumlah responden

X = skor butir pada nomor butir ke i

Y = skor total responden

b. Uji Reliabilitas

Selain valid instrumen penelitian juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Menurut Sugiyono (2021) mengemukakan bahwa instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Butir instrumen dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas

untuk jenis data interval, menurut Sugiyono (2021) dapat digunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan rumus:

$$r = \frac{k}{(k - 1)} \left(1 - \frac{\sum sb^2}{s^2}\right)$$

Keterangan:

r_i = Reliabilitas internal seluruh instrumen

k = Jumlah item dalam instrumen

sb^2 = Jumlah varians seluruh item

S_1^2 = Varians total

Apabila variabel yang diteliti mempunyai *Cronbach (a)* >60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel sebaliknya *Cronbach Alpha (a)* <60 % maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

E. Teknik Analisis Data

1. Teknik Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini analisis yang menjelaskan responden yang menjelaskan karakteristik responden berdasarkan umur, jenis kelamin dan pekerjaan. Yang selanjutnya mendeskripsikan jawaban yang diperoleh dari responden menggunakan nilai rata – rata (*mean*).

Angka responden dimulai dari angka 1 hingga 4 sehingga menggunakan ketentuan rentan (r) = 4,00 – 1,00 (skor rata-rata tertinggi dikurangi skor rata-rata terendah) = 3. Menggunakan kriteria 4 kotak atau (k) = 4 maka (p) = $r/k = 3/4 = 0,75$.

Tabel 3.4 Bobot Skor Kriteria Variabel

Skor Kriteria	Impulsive buying
	S+SS
1,00-1,75	Sangat Rendah
1,76-2,50	Rendah
2,60-3,25	Baik
3,26-4,00	Sangat Baik

Sumber : Data Diolah Peneliti (2023)

2. *Confirmatory factor analysis* (CFA)

Confirmatory Factor Analysis (CFA) memungkinkan peneliti untuk menguji dan mengkonfirmasi model faktor yang telah diajukan sebelumnya, menguji validitas dan reliabilitas instrumen pengukuran. Nilai *Kaiser-*

Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA) lebih besar dari 0,50 dan nilai *Bartlett's Test of Sphericity* (Sig.) lebih kecil 0,05. Maka analisis faktor dalam penelitian memenuhi persyaratan. Hal ini ditandai dengan nilai *Anti-image Correlation* antar variabel lebih besar dari 0,50. Maka bisa diartikan asumsi *Measure Of Sampling Adequacy* telah terpenuhi. Hal ini bisa dibuktikan ketika nilai *Anti-image Correlation* antar indikator lebih besar dari 0,50 maka ada hubungan yang kuat dari item indikator.

