

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian dalam studi ini ,peneliti menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) , yaitu langsung ke lokasi penelitian yaitu Toko Meisya Fashion Kudus.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif, berupa angka yang dievaluasi menggunakan teknik aktual untuk mendapatkan hasil dengan informasi yang akurat. Sehingga memudahkan peneliti untuk mengolah data yang diperoleh dari pengaruh *hijabista celebrity endorsement*, *trend fashion*, dan *fashion interest* terhadap *Impulse buying* pada Meisya Fashion Kudus.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan alat atau topik yang peneliti gunakan untuk melakukan penelitian dan analisis data. Hal ini didasarkan pada karakteristik dan kualitas subjek yang sedang dipertimbangkan. Populasi juga bukan sekedar jumlah obyek atau subyek yang sedang dibahas melainkan setiap karakteristik atau atribut yang dimiliki subjek atau objek yang bersangkutan. Setiap konsumen Meisya Fashion Kudus yang pernah membeli produk fashion merupakan mayoritas populasi dalam penelitian ini.⁵⁴

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari karakteristik dalam populasi.⁵⁵ Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang diambil harus akurat dan mencerminkan keadaan populasi. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan yaitu konsumen dari Meisya Fashion Kudus. Dengan demikian, penilaian terhadap populasi harus diambil dari temuan penelitian

⁵⁴ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2001), 50.

⁵⁵ H. Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015), 80.

berdasarkan sampel.⁵⁶ Dikarenakan populasi tidak diketahui, maka penentuan pengambilan besarnya sampel berdasarkan pada perhitungan *Lameshow* sebagai berikut⁵⁷:

$$n = \frac{Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah Sampel

Z = Nilai standart = 1,96

P = Maksimal Estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) sampling error = 10%

Berdasarkan rumus tersebut, jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan kriteria yang diuraikan di atas, total atas sebesar 96,04 (dibulatkan menjadi 104 responden).

Purposive sampling merupakan metode pengambilan sampel yang digunakan dalam teknik pengambilan sampel berdasarkan apa yang penting bagi peneliti, seperti yang dapat digunakan sebagai sampel jika seseorang yang penting bagi peneliti diidentifikasi⁵⁸

C. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah karakteristik suatu objek, dapat memiliki ukuran, nilai, dan karakteristik ini dapat bervariasi atau berbeda dari satu objek ke objek lainnya.⁵⁹

Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel Dependen (Variabel Tergantung) : Variabel terikat (mengikat) adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui pengaruh atau besarnya pengaruh variabel

⁵⁶ Hardani et., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), 362.

⁵⁷ Stanley Lameshow et al., *Adequacy of Sample Size in Health Studies*, (Chiaster: John Wile & Sons Ltd, 1990),1.

⁵⁸ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: CV Alfabeta, 2003), 60.

⁵⁹ Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 174-172.

lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah *Impulsive Buying* (Y).

2. Variabel Independen (Variabel Bebas) : Variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan atau terjadinya variabel terikat. Variabel ini sering disebut variabel stimulus, prediktor, antecedent.⁶⁰ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *Hijabista Celebrity Endorsement* (X1), *Trend Fashion Muslimah* (X2), dan *Fashion Interest* (X3). Definisi operasional variabel dalam penelitian ini akan dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:



⁶⁰ H. Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
<i>Hijabista Celebrity Endorsement</i>	selebriti yang dipercaya bahwa individu digunakan sebagai pengiklan, terlepas dari apakah pengiklan tersebut adalah seorang selebriti. Diskusi hanya berfokus pada penggunaan selebriti dan orang biasa untuk menyampaikan informasi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Visibility</i> (Populer) 2. <i>Credibility</i> (Dapat Dipercaya) 3. <i>Attraction</i> (Daya Tarik) 4. <i>Power</i> (Kekuatan Menarik Konsumen).⁶¹
<i>Trend Fashion Muslimah</i>	Gaya hidup modis mengikuti tren fashion saat ini dan selalu mengikuti tren yang ada dan mengacu pada aspek tampilan dan desain produk fesyen yang dikaitkan dengan musim tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gaya yang diterima 2. Mayoritas kelompok 3. Siklus waktu 4. Pemimpin opini⁶²
<i>Fashion Interest</i>	Kemauan konsumen untuk membeli sebuah produk yang mereka lihat, yang mengarah pada minat mereka untuk mencoba produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat transaksional 2. Minat refrensial 3. Minat preferensial 4. Minat

⁶¹ Endorser, “Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Yogyakarta Pada Produk Oleh-Oleh Jogja Scrummy.”

⁶² Sari et al., “Pengaruh E-Gaya Hidup , Trend Fashion , Dan Customer Experience Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Konsumen The Effect of e-Lifestyle , Fashion Trends , and Customer Experience on Impulse Buying of Consumer Fashion Products.”

Variabel	Definisi	Indikator
	dan, akhirnya, keinginan mereka untuk membeli dan menerima produk tersebut.	eksploratif ⁶³
<i>Impulsive Buying</i>	Pembelian yang tidak direncanakan dengan pengambilan keputusan yang relatif cepat dan bias subjektif terhadap kepemilikan langsung.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian spontan 2. Pembelian tanpa berpikir akibat 3. Pembelian terburu-buru 4. Pembelian yang dipengaruhi keadaan emosional⁶⁴

D. Teknik Pengumpulan Data

Kumpulkan data mengenai setting, sumber, dan cara pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data menggunakan sesi tanya jawab verbal dengan konsumen Toko Meisya Fashion Kudus. Teknik pengumpulan data ini didasarkan pada laporan diri atau *self-report*, setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan individu.⁶⁵

2. Metode Kuesioner (Angket)

Metode ini merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengajukan atau mengirimkan daftar pertanyaan yang diisi oleh responden sendiri. Responden merupakan orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan.

⁶³ Khotimah, Khafid, and Pujiati, “Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Mahasiswa Dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli.”

⁶⁴ Eka Sari, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan.”

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cet. 15 (Bandung: alfabeta, 2012), 194.

Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah model tertutup karena tanggapan diberikan dan pengukurannya menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁶⁶ Respon setiap item dalam alat skala Likert dinilai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju, dengan lima alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Alternatif jawaban responden

No	Kriteria	Kategori Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Memeriksa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dapat mengukur semua aspek penelitian dan dapat konsisten, kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji validitas

Uji validitas adalah tingkat reliabilitas dan validitas alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid jika menunjukkan pengukuran yang valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.⁶⁷ Efektivitas diukur dengan menggunakan koefisien korelasi Pearson bivariat (produk momen Pearson). Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Standar pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig. 0,05), maka terdapat hubungan yang signifikan antara instrumen

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Cet. 15, 196*.

⁶⁷ Yaya Suryana, *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 234-235.

atau item pertanyaan dengan skor total (dinyatakan valid).

- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig.0.05) maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan dengan skor total (dinyatakan valid)

Uji performansi untuk mencari nilai korelasi adalah Metode Korelasi *Pearson Productions Moment*, yang menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Di mana :

r = koefisien korelasi

X = skor item

Y = skor total item

N = jumlah sampel (responden).

Penelitian dikatakan valid jika ada kesamaan antara informasi yang dikumpulkan dengan apa yang sebenarnya terjadi dalam topik. Instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang perlu dievaluasi.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan keandalan suatu alat ukur yang digunakan dalam suatu penelitian sebagai alat ukur, termasuk pengukuran melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu apabila fenomena yang diukur tidak berubah.

$$R_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_1^2} \right]$$

Di mana :

R_{11} = Koefisien reliabilitas instrumen

k = Banyak item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian skor semua item

V_1^2 = Varian total

SPSS menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* untuk melakukan pengujian reliabilitas yang reliabel. Jika siklus tes menghasilkan *Cronbach alpha* > 0,60, maka instrumen harus dapat diandalkan. Jika nilai

Cronbach's alpha koefisiennya kecil ($<0,60$) maka dianggap tidak reliabel.⁶⁸

F. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data memungkinkan untuk menentukan apakah distribusi data Anda mengikuti atau mendekati distribusi normal *bell shaped* (distribusi data berbentuk lonceng). Tujuannya adalah untuk menguji apakah sebaran tersebut memiliki sebaran data yang normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam analisis regresi dan multivariat sebenarnya cukup kompleks karena dilakukan pada semua variabel secara bersamaan. Namun, pengujian ini dapat dilakukan pada variabel apapun, dan jika setiap variabel secara individual memenuhi asumsi normalitas, maka secara kolektif mereka dapat dianggap memenuhi asumsi normalitas (*multivariate*).⁶⁹

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam regresi. Model regresi yang baik tentunya tidak akan memiliki korelasi antar variabel independen. Jika variabel bebas tersebut saling berhubungan. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas pada model regresi dapat dilihat dari nilai R^2 , matriks korelasi variabel independen, nilai *tolerance* dan nilai kebalikannya, dan *variance inflation factor (VIF)*.

3. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas terutama digunakan untuk menguji apakah semua pengamatan dalam model regresi memiliki varians yang tidak sama. Model regresi yang baik adalah yang tidak memiliki gejala heteroskedastisitas. Pada penelitian ini, metode scatterplot digunakan untuk melihat adanya heteroskedastisitas. Adapun ketentuan jika titik/pola menyebar tidak jelas dan menyebar diatas dan bawah angka 0 terletak disumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

⁶⁸ H. Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 90.

⁶⁹ H. Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 97-99.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dirancang untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu untuk periode waktu t dan kesalahan untuk periode waktu $t-1$ (sebelumnya) dalam model regresi linier. Jika ada korelasi, itu disebut masalah autokorelasi. Autokorelasi terjadi karena pengamatan yang berurutan dari waktu ke waktu berkorelasi. Masalah ini muncul karena residual (kesalahan gangguan) tidak independen dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.⁷⁰

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda terutama digunakan untuk menilai tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dan untuk menilai tingkat fluktuasi situasi atau ketika nilai variabel independen mengalami peningkatan atau penurunan.⁷¹ Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian yang sebelumnya dirumuskan, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Hijabista Celebrity Endorsement* (X_1), *Trend Fashion* (X_2) dan *Fashion Interest* (X_3) terhadap *Impulsive Buying* (Y).

Adapun untuk mencari persamaan regresi berganda, maka digunakan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = *Impulsive Buying*

X_1 = *Hijabista Celebrity Endorsement*

X_2 = *Trend Fashion Muslimah*

X_3 = *Fashion Interest*

a = Nilai Intercept (Konstanta)

b_1 = Koefisien regresi *Hijabista Celebrity Endorsement* dengan *Impulsive Buying*

b_2 = Koefisien regresi *Trend Fashion Muslimah* dengan *Impulsive Buying*

⁷⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19* (Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2013), 139.

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Cet. 15*, 277.

b_3 = Koefisien regresi *Fashion Interest* dengan *Impulsive Buying*

e = eror/faktor lain di luar penelitian

2. Uji Signifikansi Parameter individual (Uji t)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independent (X) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel dependent (Y). Berikut langkah-langkah pengujian:

a. Menentukan hipotesis:

Ho: Secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependent

Ha: Secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara variabel dependent.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$)

c. Kriteria pengujian

1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak atau jika $sig < 0,05$ maka H_0 di tolak

2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima atau jika $sig > 0,05$ maka H_0 diterima

3. Uji Signifikan Parameter Simultan (F)

Pengujian secara simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai variabel dependen. Tes ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai f_{hitung} dan f_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Rumus hipotesis

Ho: secara simultan tidak berpengaruh

Ha: secara simultan berpengaruh

b. Tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 (= 5%)

c. Kriteria pengujian

Ho diterima jika $f_{hitung} < f_{tabel}$

Ho ditolak jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ ⁷²

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) memiliki skala dari 0 banding 1. Semakin dekat koefisien determinasi (R^2) dari persamaan regresi dengan 0, semakin kecil pengaruh

⁷² Duwi Priyanto, 67.

semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen. Sebaliknya, semakin dekat koefisien determinasi (R^2) persamaan regresi dengan 1, maka semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen.⁷³



⁷³ Imam Ghozali, 98.