

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini merupakan penelitian *filed research*, yaitu pengumpulan data berasal dari lapangan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dari responden sebagai pendukung data penelitian yang akurat.¹ Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat mencari hubungan antara dua variabel atau lebih.² Pada penelitian ini bentuk hubungannya bersifat kausal, yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Variabel-variabel yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab akibat (kausal) antara variabel independent (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi).³

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan metode kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu metode penelitian dengan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Data-data yang diperoleh dilapangan akan diolah menjadi angka-angka. Selanjutnya, angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasilnya.⁴

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang diperoleh berdasarkan data yang sifatnya langsung. Data primer dapat berwujud hasil wawancara maupun hasil survei. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh dengan menanyakan kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri Kudus angkatan 2019-2022. Sedangkan data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh berdasarkan data yang sifatnya tidak langsung. Data sekunder penelitian ini berupa buku, jurnal, artikel dan karya tulis lainnya.⁵

¹ Marzuki, *Metodologi Riset: Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Riset* (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), 14.

² Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 36.

³ Sugiyono, 37.

⁴ Sugiyono, 7.

⁵ Marzuki, *Metodologi Riset: Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Riset*, 55.

B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Institut Agama Islam Negeri Kudus adalah perguruan tinggi negeri yang terletak di Jalan Conge Ngembalrejo, Desa Ngembal Rejo, Kecamatan Bae, Kabupten Kudus. Khusus mengambil populasi dari mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri Kudus yang melakukan pembelian produk melalui *social e-commerce* TikTok Shop angkatan tahun 2019-2022 sebanyak 610 mahasiswa.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yaitu domain yang dapat digeneralisasikan yang terdiri dari objek atau subjek yang menunjukkan karakteristik dan fitur tertentu yang ditentukan oleh peneliti yang diperiksa dan dari mana kesimpulan ditarik.⁶ Dalam penelitian ini populasinya yaitu konsumen dari membeli produk melalui TikTok Shop. Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri Kudus angkatan tahun 2019-2022 yang berjumlah 610 mahasiswa. Total mahasiswa laki-laki sebanyak 158 orang dan mahasiswa perempuan sebanyak 452 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi dan karakteristik. Jika populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan sumber daya, tenaga dan waktu, peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota sampel. Jenis pengambilan *nonprobability sampling* yang digunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah mengambil sampel anggota populasi menurut kriteria tertentu.⁷ Kriteria sampel penelitian ini sebagai berikut:

- a. Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri Kudus angkatan 2019-2022
- b. Usia 17-25 tahun
- c. Pernah membeli produk melalui TikTok Shop

⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 80

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 82.

- d. Membeli produk minimal 1x per Bulan dan maksimal > 5x per Bulan
- e. Memberikan jawaban berdasarkan pengalaman membelanjanya

Karena populasinya cukup besar dan sulit diidentifikasi maka penelitian ini menggunakan sampel populasi. Ukuran sampel populasi ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin:⁸

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

Keterangan:

- n = sampel
 N = populasi
 e = tingkat kesalahan

Dengan menggunakan margin of error sebesar 10% = 0,1 maka jumlah sampel yang diambil sebesar:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{610}{1 + 610(0,1)^2} = \frac{610}{7,1} = 85,91$$

Berdasarkan perhitungan diperoleh jumlah sampel yang harus dipenuhi sebanyak 85,91, dibulatkan menjadi 86 responden untuk digunakan dalam penelitian ini.

D. Identifikasi Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel bebas/independent dan variabel terikat/dependen.⁹

1. Variabel bebas/independent merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Variabel independent pada penelitian ini adalah *Hedonic Shopping Motivation* (X1), *Shopping Lifestyle* (X2), *Price Discount* (X3).
2. Variabel terikat/dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini adalah *Impulsive Buying* (Y).

⁸ Yaya Suryana, *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 235.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 39.

E. Variabel Operasional

Variabel operasional yaitu unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel.¹⁰

Tabel 3. 1 Variabel Operasional

No	Variabel	Definisi Variabel Operasional	Indikator	Skala
1.	<i>Hedonic Shopping Motivation (X1)</i>	<i>Hedonic shopping motivation</i> yaitu aspek hedonis yang berkaitan dengan emosional, ketika konsumen berbelanja akan merasa senang, benci marah maupun beranggapan bahwa belanja itu suatu petualangan. ¹¹	a. <i>Adventure shopping</i> b. <i>Social shopping</i> c. <i>Gratification shopping</i> d. <i>Idea shopping</i> e. <i>Role shopping</i> f. <i>Value shopping</i> ¹²	Likert
2.	<i>Shopping Lifestyle (X2)</i>	<i>Shopping Lifestyle</i> merupakan cara yang dipilih oleh seseorang untuk mengalokasi	a. Menanggapi penawaran iklan b. Berbelanja dengan merk terkenal	Likert

¹⁰ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 46.

¹¹ Afif dan Purwanto, “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee ID.”

¹² F, *Peran Faktor Situasional dan Perilaku pembelian Impulsif*, 20.

		kan kehidupannya dengan memanfaatkan uang dan waktu yang dimilikinya. ¹³	c. Yakin merk terkenal yang dibeli terbaik dalam hal kualitas ¹⁴	
3.	<i>Price Discount</i> (X3)	<i>Price discount</i> adalah pengurangan nilai nominal dari harga normal dalam batas waktu yang telah ditentukan. ¹⁵	a. Potongan harga tinggi b. Periode diskon harga c. Berbagai diskon produk ¹⁶	Likert
4.	<i>Impulsive Buying</i> (Y)	Pembelian impulsif adalah tindakan melakukan pembelian ketika merasa pengalaman, keinginan yang kuat dengan tanpa	a. Pembelian spontan b. Melakukan pembelian tanpa mempertimbangan akibatnya c. Emosi ¹⁸ d.	Likert

¹³ Cahyono, "Pengaruh Hedonic Value Dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying Di Mediasi Oleh Shopping Life Style Pada Industri Kulit Sidoarjo."

¹⁴ Hidayat dan Tryanti, "PENGARUH FASHION INVOLVEMENT DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSIVE BUYING MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI BATAM."

¹⁵ Lestari, "Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta."

¹⁶ Warnerin, "PENGARUH DISKON DAN IN-STORE DISPLAY TERHADAP IMPULSE BUYING KONSUMEN MATAHARI DEPARTMENT STORE GRESS MALL GRESIK."

		terlebih dahulu membuat niat atau keputusan sebelumnya untuk melakukannya. ¹⁷		
--	--	--	--	--

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat ketelitian antara data subyek suatu penelitian dengan kekuatan yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Validitas suatu alat ukur ditentukan oleh ketelitian dan ketelitiannya dalam mengukur objek yang diukur. Alat pengukur harus tepat, terutama dengan asumsi alat tersebut akan digunakan sehingga legitimasi akan memberi para ahli lebih banyak bobot pada kebenaran data. Agar suatu instrumen penelitian dianggap valid, maka alat ukur yang digunakannya harus memiliki tingkat validitas yang tinggi. Dalam pengujian validitas dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.¹⁹

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur angket yang merupakan bagian dari indeks variabilitas. Angket diutarakan reliabel atau cakup, apabila tanggapan seseorang kepada fakta tidak berubah dari masa ke masa. Tolak ukur diutarakan reliabel, apabila skor yang ditentukan pada tahap penilaian melalui uji statistik *Cronbach Alpha* > 0,60. Sebaiknya apabila *Cronbach Alpha* < 0,60 disebut tidak reliabel.²⁰

¹⁸ Rahma dan Septrizola, "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap E-Impulse Buying Mahasiswi Universitas Negeri Padang pada Lazada.co.id."

¹⁷ Ratu, Soegoto, dan Samadi, "PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT, DAN HEDONIC SHOPPING MOTIVATION TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOUR (SURVEY PADA KONSUMEN PT.MATAHARI DEPARTEMEN STORE MEGA MALL MANADO)."

¹⁹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Kencana, 2006), 98.

²⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011).

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Kuisisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang menyajikan serangkaian catatan pertanyaan untuk responden guna diberikan jawaban. Angket juga bisa berbentuk pertanyaan atau pertanyaan tertutup atau terbuka, bisa diserahkan secara spontan untuk responden atau didistribusikan lewat internet (*google form*).²¹ Kuesioner ini menggunakan pertanyaan yang nantinya akan membantu responden dalam menjawab setiap pertanyaan lebih serius dan cepat. Jenis skala yang dipergunakan peneliti yaitu skala likert, dengan diberi skor antara lain :

- a. Sangat Setuju (SS) skor 5
- b. Setuju (S) skor 4
- c. Netral (N) skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara memperoleh pengetahuan dan informasi berupa buku, arsip, dokumen, gambar dan gambar tertulis dalam bentuk laporan dan informasi untuk mendukung penelitian.²² Dokumentasi yang dalam penelitian ini yaitu gambar berupa hasil SPSS, data dari website dan lainnya.

H. Teknik Analisis Data

Analisis kuantitatif berfokus pada pengujian teori dengan mengukur variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan menggunakan metode statistik.²³ Analisis kuantitatif terdiri dari uji kualitas data, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

1. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data bertujuan untuk mengetahui sejauh mana konsistensi dan keakuratan informasi yang dikumpulkan dalam kuesioner tentang penggunaan instrumen penelitian. Kualitas data penelitian ini dapat diperiksa melalui uji validitas dan reliabilitas. Tujuan dari uji validitas ini adalah untuk mengetahui seberapa akurat dan tepat meter tersebut menjalankan fungsinya. Alat ukur yang valid artinya benda yang diukur dapat

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 142.

²² Sugiyono, 329.

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 52.

diukur oleh alat ukur tersebut. Validitas tinggi atau rendah ditentukan oleh angka yang disebut koefisien validitas. Validitas dilakukan dengan cara membandingkan r -hitung dan r -tabel dengan ketentuan:

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka data valid
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka data tidak valid

Sedangkan uji reliabilitas dilakukan menggunakan nilai

Crobanch Alpha.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk menguji hipotesis yang disajikan dalam penelitian ini dan untuk memenuhi asumsi regresi linier berganda yang digunakan.²⁴ Uji asumsi klasik untuk studi ini meliputi: Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas. Uji autokorelasi tidak dilakukan dalam penelitian ini karena data yang dikumpulkan dan diolah bersifat *cross-sectional* (data antar individu) dan bukan *time-series* (data dari waktu ke waktu).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas model regresi menguji apakah residual yang diperoleh dari regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model dengan residual yang berdistribusi normal. Beberapa metode pengujian normalitas adalah distribusi data sumber diagonal dengan melihat residual standar atau plot *skewness* dan *kurtosis* dari plot probabilitas normal regresi. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *standardized residual normal probability plot*. Distribusi normal membentuk garis diagonal lurus, dan plot data residual dibandingkan dengan garis diagonal. Menurut Ghozali, dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kurva probabilitas adalah sebagai berikut:²⁵

- 1) Jika data terdistribusi di sekitar diagonal dan mengikuti arah diagonal, atau histogram menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar menjauhi garis diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal, atau histogram tidak

²⁴ Imam Ghozali, 52.

²⁵ Imam Ghozali, 163.

menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk memeriksa apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika korelasi ditemukan antara variabel independen, maka ada masalah multikolinearitas.²⁶ Metode pengujian yang paling umum digunakan adalah dengan menguji nilai-nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dalam model regresi. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai *Tolerance* variabel > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Apabila nilai *Tolerance* variabel < 0,10 dan nilai VIF > 10, maka terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada ketimpangan varian ketika varian dari data residual bervariasi dari satu pengamat ke pengamat lainnya. Jika varian residu dipertahankan dari satu pengamatan ke pengamatan lain, dikatakan homoskedastis, dan jika berbeda, dikatakan heteroskedastis. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak heteroskedastisitas.²⁷

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Peneliti melakukan analisis regresi berganda untuk memprediksi keadaan variabel dependen jika dua atau lebih variabel independen dimanipulasi (naik atau turun) sebagai prediktor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas *Hedonic Shopping Motivation* (X1), *Shopping Lifestyle* (X2), *Price Discount* (X3) terhadap variabel terikat *Impulsive Buying* (Y). Analisis linier berganda menggunakan persamaan sebagai berikut:²⁸

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

²⁶ Imam Ghozali, 105.

²⁷ Imam Ghozali, 125–26.

²⁸ Yaya Jakaria, *Mengelola Data Penelitian Kuantitatif Dengan SPSS*, hlm. 74

Keterangan:

Y = *Impulsive Buying*

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel *Hedonic Shopping Motivation*

β_2 = Koefisien regresi variabel *Shopping Lifestyle*

β_3 = Koefisien regresi variabel *Price Discount*

X_1 = *Hedonic Shopping Motivation*

X_2 = *Shopping Lifestyle*

X_3 = *Price Discount*

e = Standart Error

b. Koefisien Determinasi

Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.²⁹ Jika $R^2 = 100\%$, berarti variabel bebas mempunyai pengaruh penuh terhadap variabel terikat, dan sebaliknya apabila $R^2 = 0$ berarti variabel bebas tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik variabel independen menjelaskan variabel dependen. Semakin rendah nilai R^2 , semakin sedikit variabel independen yang dapat menjelaskan variabel dependen. Perhatikan hal berikut tentang koefisien determinasi:

- 1) Nilai R^2 antara 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$)
- 2) Apabila $R^2 = 1$ berarti variabel independen cocok dengan sempurna, yang menjelaskan variabel dependen
- 3) Apabila $R^2 = 0$ sama sekali tidak ada hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

c. Uji F (Uji Simultan)

Uji F (uji simultan) digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen bertindak secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi terhadap variabel dependen. Penelitian ini menguji apakah *Hedonic Shopping Motivation* (X_1), *Shopping Lifestyle* (X_2), *Price Discount* (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen *Impulsive Buying* (Y) pada mahasiswa MBS IAIN Kudus melalui TikTok Shop.

Pengambilan keputusan uji F adalah:

²⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 97.

- 1) Tingkat signifikansi (α) adalah 5% atau 0,05 untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak.
- 2) Apabila kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis jika $P \text{ value} > 0,05 = \text{terima } H_0 \text{ dan tolak } H_a$. Jika nilai- $P < 0,05 = \text{tolak } H_0 \text{ dan terima } H_a$.

d. Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah signifikansi pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara parsial atau individual. Tes tersebut meliputi hal-hal berikut:

- 1) Tingkat signifikansi (α) sebesar 5% atau 0,05 untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak.
- 2) Apabila kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis;
Apabila $P\text{- Value} > 0,05 = \text{terima } H_0 \text{ dan tolak } H_a$
Apabila $P\text{- Value} < 0,05 = \text{tolak } H_0 \text{ dan terima}$

