

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi lapangan (*field research*) yaitu melakukan penelitian dilapangan, dan metode penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini mengamati pengaruh *hedonic lifestyle, trend*, dan keragaman produk terhadap *impulse buying* di *e-commerce* pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2020.

Menurut Sugiyono, penelitian kuantitatif adalah pendekatan positivis yang melibatkan studi terhadap populasi atau sampel tertentu, menggunakan alat penelitian untuk mengumpulkan data, serta menjelaskan dan menguji hipotesis yang diajukan. Digunakan untuk melakukan analisis data kuantitatif/ statistik yang ditargetkan.¹ Disebut kuantitatif karena data diolah dalam bentuk data dan teknik analisis yang digunakan adalah statistik.

B. Setting Penelitian

Sesuai dengan judul diatas maka peneliti melakukan penelitian yang dipaparkan kepada mahasiswa FEBI IAIN Kudus yang melakukan pembelian produk melalui *e-commerce*. Waktu penelitian diperkirakan akan dilakukan pada Januari 2024. Kuesioner akan disebarakan kepada subjek penelitian yaitu mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2020, setelah itu data yang terkumpul akan dianalisis dan disusun temuan penelitiannya.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono, mendefinisikan populasi sebagai suatu bidang yang digeneralisasikan sebanyak obyek/subjek yang mempunyai jumlah dan ciri- ciri tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.² Populasi penelitian ini adalah mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2020 yang berjumlah 561 mahasiswa.

¹ Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)," in *Bandung: Alfabeta*, 2018, 23.

² Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)," in *Bandung: Alfabeta*, 2018, 136.

2. Sampel

Sugiyono menunjukkan pengertian bahwa sampel merupakan bagian dari suatu populasi dan karakteristiknya. Apabila populasinya besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari keseluruhan populasi, misalnya disebabkan adanya keterbatasan sumber daya, tenaga, atau waktu terbatas, maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi yang ada. Oleh karena itu, sampel dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili).³

Untuk mencari ukuran sampel minimum yang mewakili populasi dari mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2020, dapat menggunakan rumus Slovin untuk menghitung besaran sampel yang dihasilkan:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : sampel

N : populasi

e : derajat kebebasan 0,05 atau 0,01

Berdasarkan rumus slovin diperoleh besaran sampel dalam penelitian ini yaitu:

$$\begin{aligned} n &= \frac{561}{1 + 561(e)^2} \\ &= \frac{561}{1 + 561(0,01)} = \frac{561}{6,61} = 84,87 \end{aligned}$$

Jika dibulatkan maka jumlah sampelnya adalah 85 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memilih sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu.⁴ Adapun kriteria dalam pengambilan sampel antara lain:

- a. Mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2020.
- b. Pengguna *E-Commerce*.
- c. Pernah melakukan pembelian di *E-Commerce*.

³ Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)," in *Bandung : Alfabeta*, 2018, 137.

⁴ Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)." in *Bandung : Alfabeta*, 2018, 144

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau nilai seseorang, objek organisasi, atau aktivitas dengan variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk mempelajarinya dan dipahami kemudian diambil kesimpulan.⁵ Variabel- variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat).

- a. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Penelitian ini memiliki tiga variabel independen yaitu *Hedonic Lifestyle* (X1), *Trend* (X2) dan Keragaman Produk (X3).
- b. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Terdapat variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *Impulse buying* (Y).

2. Variabel Operasional

Penelitian ini menjelaskan pengertian variabel-variabel penelitian, khususnya pengertian seluruh variabel dan cara mengukur variabel-variabel tersebut. Seperti pada tabel berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	<i>Hedonic Lifestyle</i> (X1)	Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitas untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian. ⁶	1. Aktivitas. Mengejar aktivitas/ kegiatan fisik seperti menghabiskan waktu diluar rumah, pergi ke <i>Mall</i> dan <i>caffé</i> untuk menghabiskan uang yang dimiliki. 2. Minat. Memuaskan berbagai keinginan spontan yang	Likert (1-5)

⁵ Sugiyono, “Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D),” in *Bandung : Alfabeta*, 2018, 68.

⁶ Nurazijah, Fitriani, and Rustini, “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa.” *Journal On Education* 5, no. 2 (2023): 2347

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
			<p>muncul dan memandang hidup sebagai sesuatu yang instan dengan mewujudkan kesenangan tersebut.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Opini. 2. Memiliki opini/ anggapan bahwa relativitas kenikmatan di atas rata-rata serta timbulah perilaku konsumtif. 	
2	<i>Trend</i> (X2)	<p>Trend adalah suatu opini, ide, konsep, atau mode yang sedang diminati oleh masyarakat luas, baik anak-anak, remaja, dewasa, maupun lanjut usia. Trend secara umum dipahami sebagai objek yang selalu menjadi sorotan publik pada waktu tertentu.⁷</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Trendy Mengikuti <i>trend</i> yang terkini/ perkembangan zaman. 4. Model berbeda Model produk yang dipilih berbeda dengan model lainnya. 5. Menunjukkan karakteristik Pengekspresian diri pengguna terkait produk yang dikenakan. 6. Mendukung aktivitas. Produk yang 	Likert (1-5)

⁷ Anggraeni, “Analisis Trend Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pembeli Produk Di Toko Melstore Jkt Lampung).”

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
			sedang dikenakan mendukung aktivitas dalam kegiatan sehari-hari.	
3	Keragaman Produk (X3)	Keanekaragaman produk merupakan kumpulan dari beberapa produk, termasuk banyaknya item dan bermacam kategori yang ditawarkan untuk pembeli dan dimaksudkan untuk memberikan beragam pilihan berbeda untuk memperluas segmentasi pasar. ⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variasi brand/citra dari produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. 2. Variasi kelengkapan produk yang berkaitan dengan ketersediaan dari keragaman produk yang ditawarkan. 3. Variasi ukuran produk yang mencakup model, bentuk, dan luas dari struktur fisik produk. 4. Variasi kualitas produk yang mencakup kemasan, pelabelan, ketahanan suatu produk, dan manfaat dari suatu 	Likert (1-5)

⁸ Rina, Meutia, and Ardiyanti, “Pengaruh Keragaman Produk, Price Discount, Dan Display Produk Terhadap Impulse Buying Konsumen Saqina Swalayan Di Kota Langsa.”

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
4	<i>Impulse Buying (Y)</i>	<i>Impulse buying</i> /pembelian impulsif adalah pembelian suatu produk yang tidak terencana tanpa adanya niat untuk membeli produk serta kecenderungan untuk membeli secara spontan, penuh pertimbangan, dan tanpa banyak melibatkan pikiran. ⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian spontan. Yaitu pembelian suatu produk tanpa memikirkan terlebih dahulu. 2. Pembelian tanpa berpikir akibat. Yaitu pembelian secara tiba-tiba yang menggerakkan emosi dalam mengambil keputusan pembelian. 3. Pembelian terburu-buru. Yaitu pembelian suatu produk dengan cepat tanpa memikirkan terlebih dahulu. 4. Pembelian emosional. Yaitu pembelian yang dipengaruhi suasana hati/keadaan emosional. 	Likert (1-5)

Sumber: Penggabungan Teori yang Dikembangkan, 2023

⁹ Harahap Dedy Ansari, “Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen.”

E. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang digunakan untuk menunjukkan tingkat valid suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen dikatakan valid jika dapat digunakan untuk mengukur apa yang diukur.¹⁰

Kriteria dari uji validitas adalah:

- a. Apabila instrumen penelitian dianggap valid, maka r hitung $>$ r tabel.
- b. Apabila instrumen penelitian dikatakan tidak valid, maka r hitung $>$ r tabel.¹¹

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas, adalah derajat konsistensi dan kestabilan data/ hasil.¹² Pengujian reliabilitas dirancang untuk memahami stabilitas alat yang mengukur hal-hal yang biasa digunakan dalam survei dan kuesioner. Hal ini mengacu pada konsistensi hasil ketika alat ukur digunakan berulang kali. Untuk dapat menentukan apakah hasil instrumen reliabel ataupun tidak digunakan nilai batas 0,6. Reliabilitas $<$ 0,6 adalah tidak baik, 0,7 dapat diterima dan $>$ 0,6 adalah baik.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data, merupakan proses dimana peneliti mengumpulkan dan memeriksa data yang digunakan untuk penelitian ini. Meliputi alat- alat sebagai berikut:

1. Angket (Kuesioner)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang menyajikan serangkaian pertanyaan yang diajukan untuk responden lalu dijawabnya.¹³ Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa FEBI angkatan 2020 IAIN Kudus dengan memberikan beberapa

¹⁰ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, "Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen," in (*Yogyakarta: CV Budi Utama*), 2020, 63.

¹¹ Budi Darma, "Statistika Penelitian Menggunakan SPSS," in (*Jakarta: Guepedia*), 2021, 8.

¹² Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)," in *Bandung: Alfabeta*, 2018, 268.

¹³ Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)," in *Bandung: Alfabeta*, 2018, 225.

pertanyaan mengenai *hedonic lifestyle, trend*, keragaman produk dan *impulse buying*.

Model skala yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah model Likert. Terdiri dari pernyataan positif dan negatif dengan bobot penilaian ditunjukkan dibawah.¹⁴

- a. Skor 5 = sangat setuju
- b. Skor 4 = setuju
- c. Skor 3 = ragu-ragu
- d. Skor 2 = tidak setuju
- e. Skor 1 = sangat tidak setuju.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang berkaitan dengan judul penelitian adalah:

1. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam model regresi untuk menguji apakah variabel terikat dan bebas mempunyai distribusi normal. Jika sebaran data berada di sekitar garis diagonal dan searah dengan garis diagonal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas. Namun datanya tidak terdistribusi normal karena penyebarannya jauh dari garis diagonalnya dan tidak searah dengan garis diagonal.¹⁵

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan pengujian multikolinearitas, untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel bebas dalam model regresi linier berganda. Korelasi yang tinggi antar variabel bebas mengganggu hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian multikolinearitas ditentukan oleh nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*), besarnya hubungan antar variabel bebas. Suatu model regresi, dikatakan bebas multikolinearitas jika nilai VIF kurang dari atau sama dengan 10 dan toleransinya tidak kurang dari 0,10.¹⁶

¹⁴ Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D," in *Bandung : Alfabeta*, 2018, 159.

¹⁵ Mitha Christina Ginting and Ivo Maelina Silitonga, "Pengaruh Pendanaan Dari Luar Perusahaan Dan Modal Sendiri Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Perusahaan Property And Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Manajemen* 5, no. 2 (2019): 195–204.

¹⁶ Setiawati, "Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di BEI," *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 8 (2021): 1581–1590.

c. Uji Heterokedastisitas

Tujuan pengujian heteroskedastisitas untuk menguji apakah terdapat ketimpangan variance dan residual dari satu observasi ke observasi lainnya dalam suatu model regresi. Apabila *variance* dari residual tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Disebut bebas dari heteroskedastisitas kalau signifikan $> 0,05$, tetapi kalau $< 0,05$ itu telah mengandung masalah heteroskedastisitas.¹⁷

Terdapat metode untuk menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat plot grafik antara, nilai prediksi variabel yang relevan (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi heteroskedastisitas dengan mencari pola tertentu pada scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Disini, sumbu Y adalah Y yang sudah diperkirakan, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di studentized.

2. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu bila terdapat lebih dari satu variabel bebas. Penelitian ini mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen yang terdiri dari *Hedonic Lifestyle* (X1), *Trend* (X2), Keragaman Produk (X3) terhadap variabel dependen penelitian ini yaitu *Impulse Buying*.¹⁸ Persamaan linear berganda penelitian ini adalah:

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

Keterangan:

Y : *Impulse Buying*

X1 : Gaya Hidup Hedonis

X2 : *Trend*

X3 : Keragaman Produk

a : Konstanta

b1 : Koefisien regresi Gaya Hidup Hedonis dengan *Impulse Buying*

¹⁷ Fristi Zakia Indri and Gerry Hamdani Putra, "Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020," *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan* 2, no. 2 (2022): 01–17.

¹⁸ Satria Artha and Rita Intan, "Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur Dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor Pt. Dua Kuda Indonesia," *Jurnal Ilmiah M-Progress* 11, no. 1 (2021): 38–47.

- b₂ : Koefisien regresi Trend dengan *Impulse Buying*
 b₃ : Koefisien regresi Keragaman Produk dengan *Impulse Buying*
 e : Residual atau eror

b. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tujuan uji koefisien determinasi adalah untuk mengukur seberapa baik suatu model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi mempunyai nilai antara nol sampai satu (0-1).¹⁹ Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menginterpretasikan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen membagikan informasi yang diperlukan guna memperkirakan variasi variabel terikat.

c. Uji t (Parsial)

Tujuan uji t adalah digunakan untuk menguji besarnya signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.²⁰ Dalam Penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Adapun dasar dalam pengujian ini adalah:

- 1) Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H₀ diterima dan H₁ ditolak. Artinya variabel independen (*hedonic lifestyle, trend, keragaman produk*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (*impulse buying*).
- 2) Apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Artinya variabel independen (*gaya hidup hedonis, trend, keragaman produk*) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (*impulse buying*).

¹⁹ Ardiyan Natoen et al., “Faktor-Faktor Demografi Yang Berdampak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan (UMKM) Di Kota Palembang,” *Jurnal Riset Terapan Akuntansi* 2, no. 2 (2018): 101–115.

²⁰ Jihan Suci Lestari, Umi Farida, and Siti Chamidah, “Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru,” *Asset: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2, no. 2 (2020): 38–55.