

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengadopsi jenis penelitian korelasional, yang digunakan untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel-variabel. Tujuan utamanya adalah untuk menentukan apakah ada hubungan antar variabel atau untuk membuat prediksi berdasarkan hubungan tersebut. Penelitian korelasional memusatkan perhatian pada penilaian tingkat hubungan antara variabel, dan dapat digunakan untuk memprediksi hubungan sebab-akibat di antara variabel tersebut. Pendekatan kuantitatif juga digunakan dalam penelitian ini, yang mengedepankan pengumpulan dan analisis data dengan metode pengukuran dan angka, serta menggunakan pendekatan deduktif.

Penelitian kuantitatif pada dasarnya adalah penyelidikan terhadap masalah sosial yang didasarkan pada pengujian teori yang terdiri dari variabel-variabel yang diukur secara numerik, dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menilai kebenaran generalisasi prediksi dari teori tersebut.¹ Penggunaan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel *flash sale* (X1) dan *price discount* (X2) terhadap *impulse buying* (Y) melalui *positive emotion* (Z) sebagai variabel *intervening*. Oleh karena itu peneliti berusaha mencari kebenaran yang berlaku umum untuk topik penelitian ini melalui pengembangan teori dan hipotesis yang relevan dengan tema penelitian yang dipilih.

B. Setting Penelitian

Responden dari penelitian ini mahasiswi muslimah generasi z yang melakukan pembelian pada saat penjualan kilat dan potongan harga di Shopee. Kuesioner disebarkan kepada mahasiswa berupa *link google form* melalui media sosial yang dimulai pada akhir bulan Januari 2024.

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

¹ Silalahi Ulber, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: Refika Aditama, 2012).

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

mahasiswi muslimah gen z yang pernah melakukan pembelian impulsif yang jumlahnya belum diketahui.

2. Sampel

Menurut Deri dan Dede Sampel merujuk pada cara atau prosedur sistematis yang digunakan oleh peneliti untuk memilih sejumlah individu dengan skala relatif lebih kecil dari populasi yang telah ditetapkan sebagai subjek atau sumber data untuk observasi sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan kata lain, sampel merupakan sebagian kecil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, dan penting untuk memastikan bahwa pemilihan sampel benar-benar mewakili atau bersifat representatif terhadap populasi yang ada.³

Peneliti memanfaatkan *non-probability sampling* sebagai teknik pengambilan sampel di mana anggota populasi tidak memiliki peluang yang diketahui atau sama untuk dipilih sebagai bagian dari sampel. Dengan menerapkan metode *purposive sampling*. Metode ini melibatkan pendekatan dalam pengambilan sampel di mana peneliti secara sengaja memilih individu atau kelompok dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau atribut tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.⁴ Adapun karakteristik sampel dipenelitian ini antara lain:

1. Mahasiswi muslimah generasi z dari 3 kampus yang memiliki fakultas/program studi beragam di Kabupaten Kudus yaitu: IAIN Kudus, UMK, dan UMKU.
2. Pernah melakukan pembelian impulsif di Shopee

Pedoman untuk menentukan ukuran sampel dalam SEM menurut Hair adalah sebagai berikut:

1. Jika menggunakan metode kemungkinan maksimum, disarankan ukuran sampel antara 100 hingga 200, dengan minimum 50.
2. Sebaiknya, ukuran sampel sekitar 5-10 kali jumlah parameter dalam model.
3. Ukuran sampel juga dapat ditentukan dengan mengambil 5-10 kali jumlah indikator dari total variabel.⁵

³ Deri Firmansyah and Dede, "Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1, no. 2 (August 30, 2022): 85–114, <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>.

⁴ Salim and Syahrums, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Ciptapusaka Media, 2012).

⁵ Ririn Widiyarsari And Mutiarani Mutiarani, "Penggunaan Metode Structural Equation Modelling Untuk Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Belajar

Dalam penelitian dengan 15 indikator, dengan merujuk pada poin ketiga, ukuran sampel adalah $10 \times 15 = 150$ sampel.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan karakteristik yang bervariasi pada objek, individu, atau kegiatan yang dipilih oleh peneliti untuk diselidiki, dengan tujuan memperoleh pemahaman dan kesimpulan yang mendalam.⁶ Terdapat beberapa jenis variabel penelitian berdasarkan hubungannya satu sama lain:

a. Variabel Independen (bebas)

Juga dikenal sebagai variabel stimulus, prediktor, atau *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia, disebut variabel bebas. Variabel ini mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *flash sale* (X1) dan *price discount* (X2).

b. Variabel Dependen (terikat)

Variabel yang terpengaruh atau menjadi hasil dari keberadaan variabel bebas, dengan demikian, variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen.⁷ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *impulse buying* (Y).

c. Variabel Intervening

Ini adalah variabel yang konseptualnya mempengaruhi keterkaitan antara variabel independen dan dependen, namun tidak dapat diobservasi atau diukur secara langsung. Variabel ini bertindak sebagai mediasi atau perantara antara variabel independen dan dependen, sehingga dampaknya tidak terlihat secara langsung pada perubahan atau timbulnya variabel dependen. Tujuan penggunaan variabel intervening tidak sebatas untuk memperkuat atau melemahkan hubungan antara variabel independen dan dependen secara langsung.

Sebaliknya, tujuannya adalah untuk menjelaskan mekanisme atau jalur yang menghubungkan variabel

Mahasiswa Fip Umj,” *Fibonacci: Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika* 3, No. 2 (December 31, 2017): 147, <https://doi.org/10.24853/Fbc.3.2.147-160>.

⁶ Nikmatur Ridha, “Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian” 14, No. 1 (2017).

⁷ Vivid Dekanawati Et Al., “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Diklat Kepabebean Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan,” *Jurnal Sains Dan Teknologi Maritim* 23, No. 2 (March 16, 2023): 159, <https://doi.org/10.33556/Jstm.V23i2.344>.

independen dan dependen, bahkan jika variabel intervening itu sendiri tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan kata lain, variabel intervening membantu dalam memahami proses yang terjadi di antara variabel independen dan dependen, sehingga memperdalam pemahaman kita tentang hubungan antara keduanya.⁸ Variabel intervening dalam penelitian ini adalah *positive emotion* (Z).

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah cara atau langkah konkret untuk mengukur atau mengamati suatu konsep atau variabel dalam konteks penelitian, sehingga dapat dioperasikan atau diukur secara obyektif. Ini membantu menghindari ambiguitas dan memberikan kerangka kerja yang jelas dalam proses pengumpulan data.⁹ Berikut uraian operasional variabel dalam penelitian ini:

- 1) *Flash Sale* adalah praktik menjual produk dalam jumlah terbatas dengan batas waktu tertentu. Pengukuran variabel ini menggunakan kuesioner yang disusun oleh Lamis dan rekan-rekan, terdiri dari lima pertanyaan dengan skala Likert 1-5, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.
- 2) *Price Discount* adalah penghematan harga normal produk yang ditawarkan kepada konsumen. Pengukuran variabel ini menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Nurul dan timnya, terdiri dari tiga pertanyaan dengan skala Likert 1-5, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.
- 3) *Impulse Buying* adalah pembelian yang dilakukan tanpa pertimbangan atau niat sebelumnya, seringkali dipicu oleh dorongan emosional yang tiba-tiba. Pengukuran variabel ini menggunakan kuesioner yang disusun oleh Haji dan Damayanti, terdiri dari tiga pertanyaan dengan

⁸ Nur Widiastuti, Selamat Riauwanto, And Christina Anik Harwati, "Pengaruh Gaya Kepemimpinan Melayani Dan Beban Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Di Kecamatan Magelang Utara Kota Magelang Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 2, No. 4 (December 31, 2022), <https://doi.org/10.32477/Jrabi.V2i4.620>.

⁹ Ilham Agustian, Harius Eko Saputra, And Antonio Imanda, "Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu," *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 6, No. 1 (July 31, 2019), <https://doi.org/10.37676/Professional.V6i1.837>.

skala Likert 1-5, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

- 4) *Positive Emotion* adalah perasaan positif yang mendorong pembelian impulsif, karena konsumen yang merasa positif cenderung mengambil keputusan dengan lebih cepat dan lebih sederhana. Pengukuran variabel ini menggunakan kuesioner yang disusun oleh Nasihah dan Fikriah, terdiri dari empat pertanyaan dengan skala Likert 1-5, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data melalui kuesioner online yang berbentuk pertanyaan, di mana kuesioner tersebut dirancang dengan memasukkan pertanyaan atau pernyataan berdasarkan indikator variabel penelitian yang kemudian disebarkan kepada responden. Kuesioner ini berbentuk link *Google Form* yang dapat diakses melalui internet, dan penyebarannya dilakukan kepada mahasiswi muslimah gen z sebagai sampel penelitian melalui platform sosial media seperti WhatsApp dan Instagram. Pendekatan ini dipilih untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data terkait faktor-faktor yang memiliki pengaruh pada variabel penelitian. Kuesioner difokuskan pada pengaruh *flash sale* dan *price discount* terhadap *impulse buying* melalui *positive emotion* sebagai variabel intervening.

Dalam penyusunan kuesioner untuk penelitian ini, peneliti mengadopsi skala *Likert*, sebuah metode *psikometrik* yang umum digunakan dalam merancang kuesioner dan merupakan salah satu skala survei yang paling umum. Skala *Likert* yang kami terapkan memiliki dua jenis pertanyaan, yakni pertanyaan positif untuk mengevaluasi minat positif dan pertanyaan negatif untuk mengevaluasi minat negatif. Pemberian skor pada pertanyaan positif menggunakan skala 5 hingga 1, sedangkan pada pertanyaan negatif, skor diberikan sebaliknya, dari 1 hingga 5. Jawaban dalam skala Likert mencakup kategori pilihan seperti sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.¹⁰

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2018).

Tabel 3. 1
Skala Likert

No	Jawaban Responden	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

Sumber: Sugiyono (2018)

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap penting dalam penelitian setelah pengumpulan data. Tujuannya adalah untuk memberikan solusi terhadap pertanyaan penelitian dan menginterpretasi hasilnya. Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan program AMOS 24.0. SEM adalah teknik statistik yang memungkinkan pengujian hubungan antara variabel secara simultan. Alasan penggunaan SEM dalam penelitian ini adalah kemampuannya dalam mengonfirmasi dimensi konsep atau faktor, serta kemampuannya dalam mengukur pengaruh variabel secara teoritis. Program AMOS dipilih karena kemampuannya dalam mengestimasi koefisien yang tidak diketahui, mengukur error, mengukur efek langsung dan tidak langsung, serta menggambarkan hubungan sebab-akibat yang kompleks. Teknik analisis data akan diuraikan lebih detail sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah proses mengukur sejauh mana indikator secara akurat mengukur apa yang sedang diukur. Instrumen yang valid menunjukkan bahwa meteran yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah valid. Pada penelitian ini uji validitas menggunakan Confirmation Factor Analysis (CFA). Analisis faktor konfirmatori digunakan untuk mengkonfirmasi faktor-faktor yang dibentuk untuk mendefinisikan sebuah konstruk agar dapat sesuai dengan alat analisis model persamaan struktural. Nilai batas yang digunakan yaitu *squared multiple correlation* > 0,05.¹¹

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah cara untuk menilai apakah suatu instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang

¹¹ Edi Supriyadi, *SPSS+AMOS Statistical Data Analysis* (Jakarta: In Media, 2014).

konsisten setiap kali digunakan. Instrumen yang handal akan memberikan data yang serupa ketika digunakan berulang kali untuk mengukur hal yang sama. Dalam penelitian ini, pengukuran yang handal dilakukan dengan mengukur sekali dan membandingkan hasilnya dengan pernyataan lain atau dengan mengukur korelasi antara tanggapan terhadap pernyataan tersebut..¹² Pada penelitian ini dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan program AMOS 24.0 dengan menggunakan *construct reliability*. Nilai *construct reliability* (CR) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$CR = \frac{(\sum_{i=1}^n \lambda_i)^2}{\sum_{i=1}^n \lambda_i^2 + \Sigma \epsilon}$$

$(\Sigma \lambda_i)$ = Jumlah *standard loading*

$\epsilon = error \quad \epsilon = 1 - (\Sigma \lambda_i)^2$

Construct Reliability yaitu 0,70 atau lebih menunjukkan reliabilitas yang baik.¹³

3. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah sehubungan dengan apa yang dibuat untuk menjelaskan penelitian. Secara statistik, hipotesis adalah suatu pernyataan tentang keadaan suatu populasi yang diuji untuk mengetahui kebenarannya berdasarkan informasi yang diperoleh dari suatu sampel penelitian

Untuk membuat sebuah pemodelan yang lengkap dengan menggunakan SEM, ada 7 langkah yang harus dilakukan yaitu sebagai berikut:

- Pengembangan model teoritis. Untuk mendukung model teoritis yang diajukan dalam analisis persamaan struktural (SEM), diperlukan rangkaian studi ilmiah yang memperkuat model tersebut.
- Pengembangan diagram jalur (*path diagram*). Model teoritis akan digambarkan melalui diagram jalur ini untuk mempermudah melihat hubungan sebab akibat yang akan diuji.

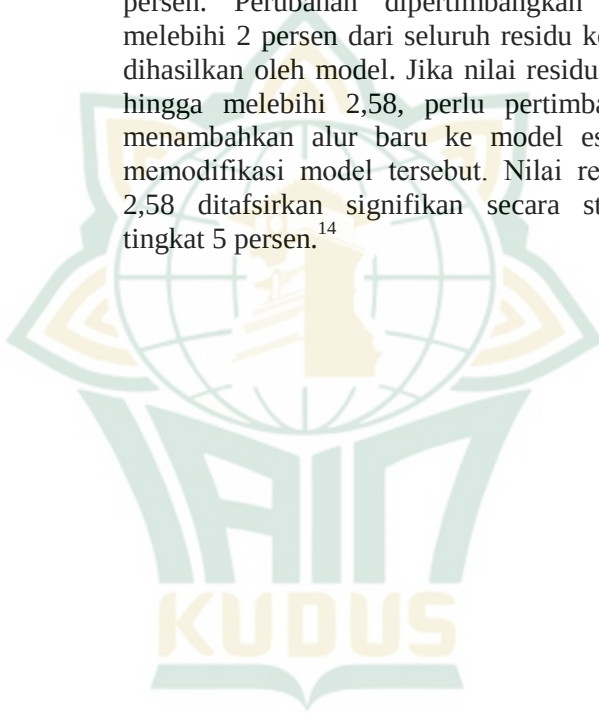
¹² Devi Sepianti, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Dalam Penggunaan E-Commerce Secara Berkelanjutan,” *Jurnal Pusdansi* 2, no. 2 (2022): 1–11.

¹³ Imam Ghozali, *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*, ed. Abadi Telokusumo, 7th ed. (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2017).

- c) Diagram alur dikonversi menjadi persamaan struktural dan model pengukuran dalam SEM. Persamaan ini menggambarkan hubungan sebab akibat dari berbagai konstruk. Persamaan yang dikembangkan adalah: Variabel endogen = variabel eksogen + variabel endogen + error.
- d) Memilih matriks input dan estimasi model. Matriks ini dipilih berdasarkan pola hubungan antar responden. Ukuran sampel tidak boleh terlalu besar karena akan menjadi sensitif dan sulit ditentukan. Setelah membangun model dan memilih data input, analisis model kausal dilakukan dengan metode estimasi model maksimum likelihood estimation. Teknik ini digunakan untuk sampel kecil, antara 100 hingga 200 responden.
- e) Menganalisa kemungkinan munculnya masalah identifikasi. Masalah identifikasi terjadi ketika model tidak mampu menghasilkan perkiraan yang unik. Jika masalah ini terjadi secara konsisten, model harus diperiksa ulang dengan memperkenalkan konstruk baru. Indikasi masalah identifikasi meliputi: koefisien dengan standar error besar, kesulitan menghasilkan matriks informasi yang benar, varians error negatif, dan korelasi tinggi antara koefisien estimasi (lebih besar dari 0,9).
- f) Evaluasi kriteria goodness of fit. Uji kecocokan model dilakukan dengan beberapa kriteria goodness of fit. Indeks kesesuaian dan nilai ambang batas yang digunakan antara lain:
 1. *Chi-square*: Menguji apakah estimasi kovarian populasi sama dengan kovarian sampel, diharapkan memiliki nilai *cut off* kecil.
 2. *Probability*: Uji signifikansi perbedaan antara matriks kovarian data dengan matriks kovarian yang diestimasi, nilai *cut off* lebih besar dari 0,05.
 3. NCP (*Non Centrality Parameter*): Respesifikasi dari chi-square dengan nilai *cut off* kecil.
 4. SNCP (*Scaled NCP*): Selisih rata-rata setiap observasi antar model, nilai *cut off* kecil.

5. GFI (Good of Fit Index): Menghitung proporsi varians matriks sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarian dari estimasi populasi, *cut off* 0,90.
6. RMR (*Root Mean Square Residual*): Rata-rata sisa antara matriks korelasi atau kovarian hasil estimasi, nilai *cut off* $\leq 0,05$.
7. RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*): Mengkompensasi kelemahan chi-square pada sampel besar, batas $\leq 0,08$ untuk *good fit* dan $\leq 0,05$ untuk *close fit*.
8. ECVI (*Expected Cross Validation Index*): Membandingkan dengan model tunggal, nilai *cut off* kecil.
9. TLI (*Tucker-Lewis Index*): Perbandingan model yang diuji dengan model dasar, *cut off* $> 0,95$.
10. AGFI (*Adjusted GFI*): GFI disesuaikan dengan DF, *cut off* $> 0,90$.
11. NFI (*Normed Fit Index*): Membandingkan model, *cut off* 0,90 dan 0,80-0,90 untuk *marginal fit*.
12. RFI (*Relative Fit Index*): Membandingkan model, *cut off* 0,90 dan 0,80-0,90 untuk *marginal fit*.
13. IFI (*Incremental Fit Index*): Membandingkan model, *cut off* 0,90 dan 0,80-0,90 untuk *marginal fit*.
14. CFI (*Comparative Fit Index*): Membandingkan model, *cut off* 0,90 dan 0,80-0,90 untuk *marginal fit*.
15. CMIND/DF: Kesesuaian data dan model, *cut off* < 2.00 .
16. PGFI (*Parsimony Good Fit*): Membandingkan model, nilai *cut off* besar.
17. NCS (*Normed Chi Square*): Rasio chi square dibagi *degree of freedom*, batas < 5.0 .
18. PNFI (*Parsimonious NFI*): Membandingkan model, nilai *cut off* besar.
19. AIC (*Akaike Information Criteria*): Membandingkan model tunggal, nilai batas kecil.

20. CAIC (*Consistent AIC*): Membandingkan model tunggal, nilai batas kecil.
 21. CN (*Critical N*): Ukuran sampel yang mencukupi untuk mengestimasi kecocokan model, nilai batas > 200 .
- g) Menafsirkan dan memodifikasi model. Petunjuk untuk menilai apakah model perlu dimodifikasi didasarkan pada jumlah residu yang dihasilkan oleh model. Batas keamanan untuk residu adalah 5 persen. Perubahan dipertimbangkan jika residu melebihi 2 persen dari seluruh residu kovarian yang dihasilkan oleh model. Jika nilai residu cukup besar hingga melebihi 2,58, perlu pertimbangan untuk menambahkan alur baru ke model estimasi guna memodifikasi model tersebut. Nilai residu yang $\geq 2,58$ ditafsirkan signifikan secara statistik pada tingkat 5 persen.¹⁴



¹⁴ Imam Ghozali, *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*, 7th ed. (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2016).