

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

#### 1. Jenis Penelitian

Dari informasi dan data yang digunakan dalam penelitian, jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersifat infleksibel (*rigid*) dan berlandaskan pada *positivisme*. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Dan dalam prosesnya, penelitian kuantitatif menghasilkan penjelasan suatu masalah dan juga menghasilkan penjelasan suatu masalah dan juga menghasilkan generalisasi.<sup>1</sup>

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah studi kasus deskriptif dengan tujuan untuk membuat uraian secara berurutan dan valid terkait dengan fakta-fakta mengenai perilaku *impulse buying* dan *shopping lifestyle* dan *shopee paylater* pada mahasiswa/i dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian studi kasus dapat digunakan untuk memberikan pengetahuan mengenai sesuatu yang menarik perhatian dan proses sosial yang terjadi menjadi latar dari sebuah kasus. Dalam penelitian studi kasus memungkinkan peneliti untuk meneliti suatu peristiwa atau kondisi sosial tertentu dan untuk memberikan ilmu pengetahuan dalam proses yang menjelaskan bagaimana peristiwa tersebut dapat terjadi. Penelitian ini juga dibatasi oleh tempat, waktu dan masalah yang dipelajari berupa peristiwa, aktivitas dan individu.

#### 2. Sumber Data Penelitian

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan data sebagai berikut:

##### a. Sumber data primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survey ataupun observasi.<sup>2</sup> Data primer penelitian ini

---

<sup>1</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung: CV Alfabeta, 1999). 4

<sup>2</sup> Ajat Rukajat, Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Quantitative Research), (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 6.

diperoleh secara langsung dari mahasiswa/i pada lokasi penelitian yaitu kampus IAIN Kudus.

b. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Data sekunder diperoleh oleh peneliti dari jurnal, buku, artikel, penelitian terdahulu, maupun internet yang dapat mendukung atau menyempurnakan data primer yang diperlukan dan berkaitan dengan materi dan pembahasan yang dikaji oleh peneliti dalam penelitian ini.<sup>3</sup>

## B. Setting Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus yang merupakan perguruan tinggi keagamaan Islam negeri di Kudus provinsi Jawa Tengah, Indonesia. IAIN Kudus didirikan berdasarkan surat keputusan presiden Nomor 11 tanggal 21 maret 1997 bertepatan dengan tanggal 12 dzulqaidah 1417 H. Eksistensi IAIN Kudus tidak terlepas dari sejarah perguruan tinggi agama Islam negeri di Indonesia. Disamping itu, keberadaan IAIN sendiri tak terlepas dari pasang surutnya perjuangan Islam di Indonesia terutama dalam bidang dakwah.

Seiring berjalannya waktu, tahun 2016 juga STAIN Kudus semakin melebarkan sayapnya dengan menambahkan beberapa fasilitas penunjang perkuliahan dan membuka beberapa program studi baru. Pada tahun 2017 STAIN Kudus tercatat sudah memiliki program studi sebanyak 28 program studi. Program studi yang dimiliki STAIN Kudus saat ini yaitu:

- a. 26 program studi pada strata satu/ sarjana (S1), yang tersebar di empat jurusan:
  - 1) Jurusan tarbiyah ada 10 program studi
  - 2) Jurusan syariah dan ekonomi Islam terdapat 7 program studi
  - 3) Jurusan ushuluddin terdapat 4 program studi
  - 4) Dan jurusan dakwah dan komunikasi terdapat 5 program studi.
- b. 2 program studi pada sastra dua/ pascasarjana (S2), yang tersebar di dua jurusan yaitu jurusan tarbiyah dan jurusan

---

<sup>3</sup> Ajat Rukajat Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Quantitative Research), (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 7.

syariah dan ekonomi islam, masing-masing 1 program studi.

Dalam fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdapat 5 Program Studi yaitu S1 Ekonomi Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, Manajemen Zakat dan Wakaf, Perbankan Syariah, dan Akuntansi Syariah.<sup>4</sup>

## 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian adalah jangka waktu yang dibutuhkan dalam meneliti sebuah penelitian terhadap objek yang menjadi sasaran. Waktu yang dibutuhkan peneliti ini yaitu pada tanggal 17 Maret 2022 – 19 April 2022. Dalam mempermudah proses penelitian ini, peneliti menggunakan google formulir sebagai media penyebaran kuesioner dikarenakan pada saat itu, mahasiswa IAIN Kudus masih menggunakan proses pembelajaran secara daring.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan keseluruhan objek yang diteliti oleh peneliti.<sup>5</sup>

Jadi, populasi merupakan kumpulan dari keseluruhan elemen tertentu dimana peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi yaitu mahasiswa/i Institut Agama Islam Negeri Kudus yang pernah melakukan kegiatan berbelanja menggunakan metode pembayaran shopee *paylater* minimal satu kali penggunaan.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sebuah populasi yang berisikan beberapa anggota dalam populasi atau elemen dari populasi yang akan membentuk sebuah sampel.<sup>6</sup> Metode yang digunakan dalam penentuan sampel pada penelitian ini yaitu *non probability sampling*, dengan metode *sampling Purposive*.

---

<sup>4</sup> Profil IAIN Kudus, “*Sejarah Singkat IAIN KUDUS*”, <https://iainkudus.ac.id/profil/mobile/index.html7>, maret 02, 2022.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 1999), 72.

<sup>6</sup> Imam Ghozali, *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Semarang: Yoga Pratama, 2016), 133.

*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>7</sup>

Dalam suatu penelitian, jika populasi dalam penelitian itu besar, maka peneliti tidak perlu untuk meneliti semua individu dalam populasi karena akan memerlukan biaya yang banyak, tenaga dan waktu. Maka dari itu, penelitian dilakukan terhadap sampel dan kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 96 responden mahasiswa/i Institut Agama Islam Negeri Kudus jurusan Ekonomi Syariah angkatan tahun 2018 sampai dengan Angkatan 2021 pengguna shopee *paylater* dengan kriteria pernah melakukan belanja di *marketplace* shopee dengan menggunakan metode pembayaran shopee *paylater* minimal 1 kali. Dalam usia 18-24 tahun merupakan pelanggan yang dianggap dewasa dan mampu untuk mengambil sebuah keputusan pembelian atau paling tidak berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran shopee *paylater*. Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Paul Leedy dengan hasil 96 responden<sup>8</sup>, sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{z}{e}\right)^2 (p)(1 - p)$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

P = jumlah populasi

e = sampling error (10%)

Z = standar untuk kesalahan yang dipilih

Dalam penelitian ini menggunakan tingkat ketelitian sebesar 5% dan tingkat kepercayaan 95% sehingga diperoleh nilai Z = 1,96 kemudian pada tingkat kesalahan tidak lebih dari 10%. Karena jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, sehingga nilai (p)(1-P) maksimal 0,25. Berdasarkan pada rumus tersebut, maka jumlah sampel minimum yang diambil adalah:

$$\begin{aligned} N &= (1,96/0,1)^2 (0,25) \\ &= (384,16) (0,25) \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil diatas maka didapatkan jumlah sampel minimum yang diambil sebesar 96,04 namun peneliti akan membulatkan menjadi 96 sampel atau responden dengan kriteria

<sup>7</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung: CV Alfabeta), 1999, 78.

<sup>8</sup> Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta), 2006, 136.

pengguna metode pembayaran shopee *paylater* minimal 1 kali. Dalam setiap kategori agar jumlah sampel yang diambil memenuhi syarat yaitu setiap mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah di IAIN Kudus mulai dari Angkatan 2018-2021.

## D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

### 1. Desain Variabel

Variabel penelitian adalah sebuah gejala variabel yang bervariasi yaitu faktor yang dapat berubah ubah ataupun dapat diubah untuk tujuan sebuah penelitian. Variabel penelitian perlu ditentukan dan dijelaskan supaya alur hubungan dua lebih variabel dalam penelitian dapat dicari dan dianalisis.<sup>9</sup>

Variabel adalah suatu konsep yang memiliki lebih dari satu nilai, keadaan, kategori dan kondisi, dengan kata lain variabel adalah segala sesuatu yang dapat diberi berbagai penilaian. Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu *Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater dan Shopping Lifestyle pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus terhadap Perilaku Impulse buying dalam Perspektif Ekonomi Islam* maka penulis mengelompokkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi variabel independent (X) dan variabel dependen (Y). Adapun penjelasannya yaitu:

#### a. Variabel independent

Variabel independent yaitu variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen dan dapat berhubungan positif atau negative dengan variabel dependen. Bentuk hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen dapat berupa hubungan korelasi atau sebab-akibat. Hubungan keduanya dapat bersifat positif atau negative. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>10</sup>

Dalam penelitian ini variabel independent yang diteliti adalah metode pembayaran *paylater* pada *marketplace* shopee (X1) dan *shopping lifestyle* (X2).

#### b. Variabel dependen

---

<sup>9</sup> Burhan Buangin, *Metodologi Penelitian Kauntitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu ilmu Sosial Lainnya)*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group) 2005, 103.

<sup>10</sup> Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi, dan Anna Yuliana, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial (Teori, Konsep, dan Rencana Proposal)*, (Jakarta: Salemba Empat), 2017. 57.

Variabel dependen adalah variabel utama dalam sebuah penelitian. Variabel ini dipengaruhi oleh variabel independent atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini variabel independent yang diteliti adalah perilaku *impulse buying* (Y).

## 2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang menunjukkan bagaimana cara agar mendapatkan suatu data dan mengukur sebuah variabel penelitian. Definisi operasional berarti definisi yang diberikan kepada sebuah variabel dengan cara memberikan makna atau menspesifikasikan suatu kegiatan atau memberi suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel penelitian.<sup>12</sup> Operasionalisasi variabel diperlukan dalam penelitian untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat.

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Shopee <i>Paylater</i> (X1)	Salah satu metode pembayaran yang disediakan oleh aplikasi shopee dengan konsep beli sekarang bayar dikemudian hari.	a. Kepercayaan <sup>13</sup> b. Kemudahan <sup>14</sup> c. Pengaruh sosial <sup>15</sup>

<sup>11</sup> Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Trmizi dan Anna Yuliana, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial (Teori, Konsep dan Rencana Proposal)*, 57

<sup>12</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2017), 97.

<sup>13</sup> Andy Putra Mahkota, Imam Suyadi dan Riyadi, Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Pelanggan Website Ride Inc), *Jurnal Adminitrasi Bisnis (JAB) Vol. 8 No. 2. 2014. 17*

<sup>14</sup> Aditya Arie Hanggono, Siti Ragil Handayani, Heru Susilo, Analisis Atas Praktek TAM (Technology Acceptance Model) dalam Mendukung Bisnis Online dengan Memanfaatjan Jejaring Sosial Instagram, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 26 No. 1. 2015. 19*

<sup>15</sup> Haryono, Steven dan Karina, Rizky, *Pengaruh Shopping Orientation, Social Influence, dan System Terhadap Costumer Attitude Melalui Perceived Ease of Use* (Studi pada Apple Store), *Jurnal Manajemen Pemasaran Pertra*, Vol. 3 No. 1 (2016), 1-10.

2.	<i>Shopping lifestyle</i> (X2)	Dapat digambarkan dimana ketika seseorang memiliki banyak waktu luang dan uang, kemudian dengan adanya waktu tersebut mereka akan berbelanja dengan uang yang mereka miliki sebagai daya beli yang tinggi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Utilitarian purchase</i></li> <li>b. <i>Indulgences</i></li> <li>c. <i>Lifestyle luxuries</i></li> <li>d. <i>Aspirational luxuries</i><sup>16</sup></li> </ul>
3.	<i>Impulse buying</i> (Y)	Tindakan pembelian suatu barang atau jasa secara spontanitas tanpa adanya rencana diawal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Spontanitas</li> <li>b. Kekuatan, kompulsi, dan intensitas</li> <li>c. Kegairahan dan stimultan</li> <li>d. Ketidakpedulian akan akibat<sup>17</sup></li> </ul>

**E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument**

Sebelum angket atau kuesioner digunakan untuk penelitian harus diuji terlebih dahulu. Uji instrument dilakukan untuk mengetahui apakah instrument yang dirancang benar-benar merupakan hasil yang baik, karena baik buruknya instrument akan mempengaruhi benar atau tidaknya data dan akan menentukan berkualitas tidaknya hasil suatu penelitian. Dalam uji coba instrument penelitian bertujuan untuk mengetahui validitas dan reabilitas dari instrument penelitian, sehingga dapat diketahui layak atau tidaknya digunakan untuk penelitian. Dalam uji coba instrument dapat dilakukan dengan menguji beberapa pertanyaan kepada responden.

**1. Uji Validitas Instrumen**

Uji validitas digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data dalam penelitian. Sah atau tidaknya suatu kuesioner dalam penelitian harus diukur menggunakan uji validitas. Suatu kuesioner dapat dikatakn valid

<sup>16</sup> Bernand T. Widjaja, *Lifestyle Marketing: Paradigma Baru Pemasaran Bisnis Jasa*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama).

<sup>17</sup> Mei Vina, Faisal Marzuki dan Yuliniar, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus pada Generasi Z Pengguna E-Commerce)*, KORELASI (Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), Volume 2 (2021). 929-941.

jika pertanyaan didalamnya mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>18</sup>

Uji signifikansi dilakukan menggunakan cara perbandingan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* (df) =  $n - 2$ , dalam hal ini jumlah sampel dengan jumlah  $\alpha = 0,05$ . Dalam suatu pertanyaan atau indikator dapat dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan nilai positif, namun jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka suatu pertanyaan atau indikator dinyatakan tidak valid dan bernilai negatif.

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach alpha*  $> 0,60$ .<sup>19</sup> Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha* yang bertujuan untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrument dari variabel penelitian jika hasil uji reliabilitas menghasilkan nilai  $\alpha > 0,60$ .

## F. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan dari sebuah penelitian yaitu untuk mendapatkan sebuah data. Dalam mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

### 1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan yang bersifat tertutup dan terbuka kepada responden. Dimana kuesioner ini memungkinkan peneliti mempelajari sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa sampel yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.<sup>20</sup> Pertanyaan yang diberikan kepada responden berbentuk angket atau kuesioner secara online melalui google formulir, kemudian tautan atau link dari kuesioner tersebut dibagikan melalui akun media sosial whatsapp atau Instagram. Kuesioner yang digunakan merupakan

<sup>18</sup> Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS* (Jakarta: Kencana, 2013), 46.

<sup>19</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Universitas Diponegoro: Badan Penerbit), 2005, 41 42

<sup>20</sup> Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS* (Jakarta: Kencana, 2013), 21.

kuesioner tertutup, dimana pertanyaan yang diberikan telah disediakan jawabannya oleh peneliti dan responden tinggal memilih sesuai dengan situasi dan kondisi responden

Dalam metode kuesioner disusun dengan menggunakan pilihan dalam pertanyaan agar mendapatkan data yang bersifat subjektif dan diberikan skor sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

Sangat Setuju (SS)	Skor 5
Setuju (S)	Skor 4
Netral (N)	Skor 3
Tidak Setuju (TS)	Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	Skor 1

Skala Likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang mengenai suatu objek atau fenomena tertentu.

## 2. Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan cara mempelajari literatur dan sumber Pustaka yang berkaitan dengan masalah yang penulis teliti.

## G. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik yaitu pengujian pada variabel penelitian model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan. Dengan melakukan uji asumsi klasik, maka peneliti dapat menetapkan apakah penelitian ini menggunakan statistik parametris atau statistik non parametris.<sup>21</sup>

### 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas yaitu bertujuan untuk menguji model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independent). Dalam multi regresi yang baik seharusnya tidak terjadi adanya korelasi antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi maka variabel dalam penelitian ini tidak orthogonal (variabel bebas yang nilai korelasi antar sesamanya sama dengan nol).

Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat melalui nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF).

<sup>21</sup> Masrukhin, *Metedologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus) 2009, 180.

Tolerance yaitu untuk mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih dan tidak dijelaskan untuk variabel bebas lainnya. Jika nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi karena  $VIF = 1 / \text{Tolerance}$ . Nilai Cutoff yang sering dipakai untuk menjelaskan uji ini yaitu nilai tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF > 10$ .<sup>22</sup>

## 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelum). Jika terjadi autokorelasi, maka hal ini dinamakan adanya problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan antara satu dengan lainnya. Masalah ini timbul residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.<sup>23</sup>

## 3. Uji Heterokedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji dalam suatu model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap sama, maka dapat disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut dengan heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi adanya heteroskedastisitas atau terjadi homokedastisitas.

Cara untuk mengetahuinya yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan residualnya (SRESID) dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah distudentized.<sup>24</sup>

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu suatu proses penyelesaian data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan. Data dalam penelitian ini diolah menggunakan menggunakan teknik

<sup>22</sup> Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, (Universitas Diponegoro; Badan Penerbit), 2005, 91-92.

<sup>23</sup> Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, (Universitas Diponegoro; Badan Penerbit), 2005, 95.

<sup>24</sup> Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, (Universitas Diponegoro; Badan Penerbit, 2005), 139.

analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS versi 26,0.

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan analisis untuk memberikan dasar mengadakan prediksi. Penelitian yang mencoba melibatkan dua variabel atau dapat digunakan untuk memperkirakan variabel atau dapat digunakan untuk memperkirakan variabel yang satu atas variabel yang lain. Korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang erat. Setiap regresi pasti ada korelasinya, tetapi korelasi belum tentu dilanjutkan dengan regresi.<sup>25</sup> Model regresi merupakan model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen.

Rumus untuk regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = *Impulse buying*

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = *Shopee Paylater*

X<sub>2</sub> = *Shopping Lifestyle*

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi untuk variabel *Shopee Paylater*

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi untuk variabel *Shopping Lifestyle*

e = Error

### 2. Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing masing variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>26</sup>

### 3. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama (Uji F)

Pengujian stimultan bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel independent secara bersama sama dengan variabel dependen. Hipotesis uji F: H<sub>0</sub>= b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>= 0, variabel independent secara stimultan tidak signifikan berhubungan dengan variabel dependen. H<sub>a</sub>= b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> tidak sama dengan 0, variabel independent secara stimultan berhubungan signifikan dengan variabel dependen. Dengan kriteria pengambilan keputusan yang digunakan statistic F sebagai berikut:

<sup>25</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus), 2009, 204-205

<sup>26</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Universitas Diponegoro: Badan Penerbit, 2005), 127.

- a. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  dapat diterima sedangkan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.
- b. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, begitu juga sebaliknya jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

#### 4. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi  $R^2$  digunakan untuk mengetahui seberapa baik sampel menggunakan data.  $R^2$  yang digunakan adalah nilai adjusted R square yang meruokan  $R^2$  yang disesuaikan. *Adjusted R square* merupakan indicator untuk mengetahui pengaruh penambahan waktu suatu variabel kedalam persamaan.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu. Secara sistematis jika  $R^2 = 1$ , maka *adjusted R square* = 1 sedangkan jika  $R = 0$ , maka *adjusted R square* =  $(1 - k)/(n - k)$ . jika  $k > 1$ , maka *adjusted R square* akan berniali negative.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, (Universitas Diponegoro: Badan Penerbit, 2005), 83.