

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu berupa angka, analisis statistik dan menguji hipotesis. Pada penelahan ini juga mendeskripsikan keterkaitan masing-masing faktor dan juga nilai populasi dan sampel, teknik dalam pengumpulan sampel, model dalam melaksanakan pengumpulan data, penelitian ini yaitu kuantitatif dengan menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penenelitian ini memiliki sifat replikasi pengembangan yang berarti sebuah penelitian yang dilakukan dengan melakukan pengadopsian variabel, penggunaan alat analisis yang sama dengan peneliti sebelumnya dan juga indikator dari penelitian yang sebelumnya ada sebagai data sekunder dalam penelaahan ini.

3.3 Lokasi dan periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Roempi Coffee Bcs Mall, Lantai 3 Kota Batam yang beralamat di Jalan Bunga Raya, Batu Selicin, Kecamatan Lubuk Baja, Batam. Dilakukannya penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui hubungan *Social media*, *Price discount* dan juga *E-money* terhadap *Impulse buying* di Roempi Coffee gerai BCS Mall Kota Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian yaitu waktu tertentu yang dipakai oleh peneliti pada awal penelitian hingga pada akhir masa kegiatan penelitian.

Jadwal penelitian akan dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 2.1 Periode Penelitian

Nama Kegiatan	Waktu Pelaksanaan					
	Sep 2021	Okt 2021	Nov 2021	Des 2021	Jan 2022	Feb 2022
Penentuan Judul						
Bimbingan Skripsi						
Perumusan Penelitian						
Studi Pustaka						
Metodologi Penelitian						
Rancangan Kuesioner						
Penyebaran Kuesioner						
Pengumpulan Data						
Penyusunan Laporan Akhir						
Penyelesaian Skripsi						

Sumber: Peneliti, 2021

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi pada penelitian ini yaitu populasi infinit, yang memiliki arti jumlah individu yang tidak dapat dihitung dan jumlahnya tidak terhingga (Hikmawati, 2017). Populasi pada penelitian ini merupakan para masyarakat/ konsumen gerai kopi yang dipengaruhi media sosial (*social media*) juga menggunakan uang elektronik (*e-money*) yang berada di Roempi coffee gerai BCS Mall Kota Batam.

3.8.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Dikarenakan tidak diketahui dengan pasti anggota dalam populasinya, maka sebuah sampel tidak mungkin didapatkan dengan adil dengan menyerahkan kesempatan yang sama kepada setiap anggota didapatkan untuk menjadi sampel. Dari hasil wawancara dengan pemilik gerai Roempi Coffee menyatakan bahwa perkiraan pengunjung pada hari Senin sampai dengan Jumat dapat mencapai 24 – 35 (dua puluh empat sampai tiga puluh lima), sedangkan pada hari Sabtu dan Minggu pengunjung dapat diperkirakan kurang lebih 35 – 40 (tiga puluh lima sampai dengan empat puluh) pengunjung. Peneliti melakukan penyebaran angket berupa *google form* pada waktu pertengahan November dengan meminta bantuan responden mengisi kuesioner dengan *scan code* untuk mengisi angket pada saat berada di Roempi Coffee BCS Mall Kota Batam.

3.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *non-probability sampling*, yang merupakan cara pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota untuk didapatkan menjadi sampel (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini jenis pengambilan sampel yang digunakan peneliti yaitu *convenience sampling*. Teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada para konsumen di Roempi Coffee gerai BCS Mall Kota Batam selama pertengahan bulan November selama seminggu dengan melakukan *scan QR* pada saat melakukan transaksi maupun tidak di Roempi coffee gerai BCS Mall Kota Batam.

Jumlah responden pada penelitian di Roempi Coffee yaitu sebanyak 133 orang konsumen Roempi Coffee gerai BCS Mall Kota Batam.

3.5 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data yang dibagi atas dua jenis yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode survei yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner/ atau angket kepada para konsumen yang sudah maupun belum pernah melakukan pembelian produk di Roempi Coffee gerai BCS Mall Kota Batam.
2. Data sekunder dalam penelitian ini dengan menggunakan sumber berupa data laporan dari sumber yang telah ada. Data yang diperoleh dari pihak lain baik yang telah diolah maupun belum diolah.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan pengumpulan data yang berkaitan yang akan digunakan pada penelitian ini dan menggunakan metode survei yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner/ atau angket kepada para konsumen yang sudah maupun belum pernah melakukan pembelian produk di Roempi Coffee gerai BCS Mall Kota Batam.

Teknik pengumpulan data dan juga instrumen dalam penelitian ini yaitu :

1. Wawancara
Yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pemberian pertanyaan kepada pihak narasumber.
2. Kuesioner

Metode pengumpulan data dengan melakukan pembagian angket kepada para responden untuk dijawab.

3. Tinjauan Pustaka

Yaitu salah satu alat penggalian informasi dari sumber tertulis seperti misalnya buku, jurnal dan juga literatur lainnya yang memiliki hubungan dengan proses penelitian sebagai instrumen pengumpulan data.

Dalam penelitian ini alat yang akan digunakan yaitu melakukan penyebaran kuesioner/angket kepada responden dan kemudian itu dilakukan pengujian dengan alat bantu SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 25. Skala yang digunakan dalam pengukuran yaitu skala likert menggunakan interval 1-5 (tidak setuju hingga sangat setuju). Skala likert penelitian digunakan untuk pengukuran jawaban responden dan untuk pengisian kuesioner jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert memiliki tingkat bertahap sangat positif hingga negatif dengan kategori sebagai berikut :

Tabel 3.2 Skala Likert

Keterangan	Skala
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel harus didefinisikan dengan operasional supaya lebih mudah dicari suatu hubungan antara satu variabel dengan yang lain dan dalam hal pengukurannya. Operasional variabel mempunyai manfaat dalam hal untuk mengidentifikasi kriteria diobservasi yang sedang didefinisikan, suatu konsep atau objek mungkin memiliki lebih dari satu definisi operasional, dan juga mengerti tentang definisi operasional memiliki sifat yang unik pada situasi dimana definisi itu perlu digunakan (Hikmawati, 2017). Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua jenis variabel yang ditinjau dengan aspek hubungan antar variabel yang digunakan sebagai bahan penelitian, yaitu merupakan variabel independen dan juga variabel dependen.

3.7.1 Variabel Independen

Variabel independen di mengerti sebagai suatu atribut atau karakteristik yang memiliki pengaruh terhadap variabel lainnya (Sudaryono, 2017). Dalam penelitian ini, variabel independen (X) adalah sebagai berikut :

3.7.1.1 *Social Media*

Indikator dari *Social Media* yaitu :

1. Kemudahan
2. Kepercayaan

3.7.1.2 *Price Discount*

Indikator *price discount* yaitu :

1. Besarnya potongan harga yang ditawarkan
2. Masa potongan harga

3. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga

3.7.1.3 E-Money

Indikator dari *e-money* yaitu :

1. Informasi resiko
2. Keamanan
3. Pemahaman
4. Penggunaan aplikasi
5. Minat

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan atribut atau juga karakteristik yang bergantung atau juga dipengaruhi oleh variabel lainnya atau variabel bebas (Sudaryono, 2017). Variabel dependen dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

3.7.2.1 *Impulse Buying*

Indikator dari *Impulse buying* sebagai berikut yaitu :

1. Spontanitas pembelian
2. Ketidakpedulian akan konsekuensi
3. Pembelian yang dipengaruhi oleh penawaran yang menarik
4. Pembelian yang dipengaruhi keadaan emosional

Tabel 3.3 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Social Media</i> (X1)	<i>Social media</i> merupakan sebuah media yang digunakan secara daring, yang memberikan revolusi pada media yang memberikan kekuatan	1. Kemudahan 2. Kepercayaan	Likert

	kepada konsumen untuk mendapatkan informasi juga menyampaikan informasi.		
<i>Price Discount</i> (X2)	<i>Price discount</i> merupakan nilai yang diberikan dalam bentuk pengurangan harga dalam suatu proses pembayaran.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Besarnya potongan harga yang ditawarkan 2. Masa potongan harga 3. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga 	Likert
<i>E-Money</i> (X3)	<i>E-Money</i> merupakan instrumen pembayaran non tunai.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi resiko 2. Keamanan 3. Pemahaman 4. Penggunaan aplikasi 5. Minat 	Likert
<i>Impulse Buying</i> (Y)	<i>Impulse buying</i> yaitu suatu kegiatan pembelian yang tidak terencana/terjadi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Spontanitas pembelian 2. Ketidakpedulian akan konsekuensi 3. Pembelian yang dipengaruhi penawaran yang menarik 4. Pembelian yang dipengaruhi keadaan emosional 	Likert

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Kegiatan pada analisis data yaitu mengklasifikasikan data menurut variabel dan jenis-jenis responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti. Analisis data yang disusun dengan sistematis ini bisa disimpulkan menjadi informasi

yang berguna bagi orang lain. Pada penelitian ini teknik analisis yang digunakan dengan menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan dalam hal untuk menerangkan secara rinci suatu hasil temuan terhadap data yang diolah seorang peneliti. Saat mengolah data yang sudah didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner, menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 25.

3.8.2 Uji Kualitas Data

Pada penelitian, uji yang sangat diperlukan merupakan kualitas data dalam hal untuk mengukur valid atau seberapa besar pengukuran suatu data tersebut bisa diandalkan. Sebelum maju ke tahap uji lainnya, data perlu diuji validitas dan juga keandalan datanya.

3.8.2.1 Uji Validitas

Validitas merupakan hal yang dilakukan untuk melakukan perbandingan antara nilai r hitung dengan r tabel dalam hal untuk mendapatkan *degree of freedom* (df) = $n-2$ hal ini merupakan jumlah sampelnya. Setelah itu membandingkan nilai *Correlated item – Total Correlation* dengan hasil dari perhitungan r tabel. Butir pertanyaan yang valid bisa dibuktikan dengan r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif. Valid mempunyai maksud instrumen yang dipakai/dimanfaatkan dalam penelitian dapat mengukur apa yang direncanakan diukur.

Besar nilai koefisien korelasi pearson product moment bisa didapatkan dengan rumus *Pearson Product Moment* :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[(n \sum X^2 - (\sum X)^2)][(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)]}}$$

Rumus 3.1 Rumus Pearson Product Moment

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi

$\sum XY$ = Jumlah Perkalian Variabel X dan Y

$\sum X$ = Jumlah Nilai Variabel X

$\sum Y$ = Jumlah Nilai Variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah pangkat Nilai Variabel X

$\sum Y^2$ = Jumlah Pangkat Nilai Variabel Y

n = Banyak Sampel

Kriteria dalam validitas (Sudaryono, 2017) yaitu jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka akan dinyatakan valid atau juga bisa dikatakan instrumen tersebut tepat mengukur variabel yang diuji, dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dikatakan tidak valid/gugur.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menunjuk sejauh apa suatu hasil pengukuran relatif konsisten bila pengukuran mengalami pengulangan lebih dari dua kali atau lebih (Sudaryono, 2017).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilaksanakan dalam hal untuk melihat keterikatan atau keterkaitan antar variabel x (bebas) terhadap variabel y (terikat).

3.8.3.1 Uji Normalitas Data

Alat ini digunakan dalam hal mengetahui apa dalam sebuah model regresi, nilai residu pada regresi tertentu memiliki distribusi normal. Apabila distribusi nilai residual dianggap tidak bisa berdistribusi normal, maka diketahui ada

masalah terhadap asumsi normalitas. Pengujian tersebut dilakukan dengan pembuatan grafik *normal probability plot*.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dibutuhkan dalam hal untuk mengetahui ada atau tidak variabel independen yang mempunyai kemiripan antar variabel independen yang mempunyai kemiripan dengan variabel independen pada suatu model tertentu (Sudaryono, 2017).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk melihat adanya perbedaan *variance residual* yang terjadi dalam suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain (Hikmawati, 2017). Pengujian ini bisa dilihat dengan grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen dan residualnya.

3.9 Uji Pengaruh

3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari media sosial, potongan harga dan uang elektronik terhadap pembelian impulsif. Setelah itu juga analisis regresi digunakan dalam pengujian kebenaran hipotesis yang diajukan dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2017).

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Rumus 3.2 Rumus Analisis Regresi
Linear Berganda

Keterangan :

$Y = Impulse\ Buying$

$a = Konstanta$

B1= Koefisien regresi berganda pada variabel bebas X1 terikat dengan Y, bila variabel bebas X₂ dianggap konstan

B2= Koefisien regresi berganda antara variabel bebas X2 terikat Y, bila variabel bebas X₁ dianggap konstan

X1= *Price Discount*

X2= *E-Money*

3.9.2 Analisis Determinasi (R²)

Menurut (Sugiyono, 2017) mengungkapkan bahwa analisis ini menggunakan dalam hubungan untuk mengetahui jumlah presentasi pemberian pengaruh variabel bebas dalam model regresi secara serentak atau bersamaan memberikan pengaruh kepada variabel yang tidak bebas atau terikat (dependen) (Sugiyono, 2017).

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji T

Pengujian koefisien regresi parsial dilakukan dalam hal untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen (X) secara parsial (individual) kepada variasi variabel dependen (Y) (Duli, 2019).

Rumus Uji Hipotesis sebagai berikut :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3.3 Rumus Uji t
Sumber : (Duli, 2019)

Keterangan :

T_{hitung} = Nilai Uji t yang dilanjutkan dengan konsultasi dengan t_{tabel}

r = Korelasi pasrial yang ditemukan

r^2 = Koefisien Determinasi

n = Jumlah Sampel

Dasar perhitungan keputusan dalam pengujian (Duli, 2019) yaitu, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.10.2 Uji F

Uji hipotesis dengan F tes dasarnya menunjukkan apa semua variabel independen atau bebas yang masuk dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau dependen (Sugiyono, 2017).