

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan oleh penulis ialah penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2013) metode penelitian kuantitatif adalah metode yang didasarkan pada ideologi positivisme, digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel umumnya dilakukan secara acak dan pengumpulan data menggunakan alat penelitian, serta analisis data statistik dan kuantitatif, tujuannya untuk memverifikasi teori yang diajukan. Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengkaji bagaimana promosi, life style, dan kualitas produk berpengaruh pada impulse buying shopee di Kota Batam.

3.2 Sifat Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan sifat penelitian replikasi. Replikasi merupakan metode penelitian dengan meniru penelitian terdahulu namun menggunakan variabel, objek, dan periode yang tidak sama dengan penelitian terdahulu dan indikator dari penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan data sekunder dalam penelitian ini.

3.3 Lokasi dan Periode penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi untuk melakukan penelitian ini adalah daerah kecamatan sungai beduk Kota Batam dan akan menyebarkan kuesioner tentang promosi, life style, dan kualitas produk terhadap impulse buying di Kota Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian ini dilaksanakan dalam waktu kurang lebih 6 bulan, dimulai dari bulan Agustus 2022 sampai berakhirnya penyusunan skripsi ini. Periode penelitian adalah:

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

Keterangan	Bulan				
	Sept 2022	Okt 2022	Nov 2022	Des 2022	Jan 2023
Pengajuan judul					
BAB I					
BAB II					
BAB III					
Penyebaran kuesioner					
Pengolahan data					
BAB IV					
BAB V					
Penyerahan hasil					

Sumber: Peneliti, 2022

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah generalisasi wilayah yang mengacu pada objek/subyek yang memiliki ciri dan karakteristik yang sudah ditentukan dan digunakan peneliti untuk diteliti sebelum ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan populasi yaitu masyarakat yang memakai jasa E-commerce Shopee di Kecamatan Sungai Beduk Kota Batam.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel merupakan anggota dari ukuran dan susunan populasi Sugiyono, (2013:81). Dalam penelitian ini sampelnya adalah pengguna shopee yang melakukan pembelian di shopee. Pendekatan yang digunakan ialah Nonprobability

Sampling dengan Purposive Sampling. Purposive sampling adalah teknik pemilihan sampel dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu. Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan terhadap pengguna aplikasi shopee di Kecamatan Sei. Beduk Kota Batam, dengan mengkaji sumber data dari website Disdukcapil.batam.go.id, jumlah populasi pada tahun 2022 adalah 93.754. Didalam penelitian ini ada beberapa kriteria, antara lain:

1. Responden merupakan pengguna aplikasi shopee
2. Responden berusia 17 ke atas

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk mengidentifikasi sampel yang harus dikumpulkan karena jumlahnya yang banyak. Rumus Slovin sebagai berikut:

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

Rumus 3. 1 Rumus Slovin

Sumber: Sudaryono, 2019

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas toleransi kesalahan (5%)

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, besar sampel yang didapatkan yaitu:

$$n = \frac{93754}{1+93754 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{93754}{1+93754 (0,0025)}$$

$$n = \frac{93754}{1+234,385}$$

$$n = \frac{96193}{235,385}$$

$$n = 398,3006563715$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas jumlah sampel yang harus diperoleh adalah sebanyak 398 responden, peneliti membulatkan menjadi 400 responden dengan alasan untuk mengantisipasi data yang tidak valid pada penelitian ini.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini yaitu Nonprobability Sampling dengan Purposive Sampling. Menurut Fenti Hikmawati M.Si., (2018:68) Purposive sampling adalah strategi pemilihan sampel yang memperhitungkan sejumlah faktor tertentu, yaitu:

1. Pengambilan sampel harus dilakukan berdasarkan kualitas, karakteristik, atau atribut tertentu yang dimiliki oleh masyarakat.
2. Orang-orang yang dipilih sebagai sampel benar-benar paling mencerminkan populasi dalam hal sifat.
3. Dalam penyelidikan pendahuluan, karakteristik populasi ditentukan secara menyeluruh.

3.5 Sumber Data

Sumber data dibedakan menjadi dua kategori yaitu data primer dan data sekunder yang berasal dari sumbernya. Data primer adalah data yang langsung diterima dari objek yang menjadi sumber data dengan mengisi kuesioner dan menjawab pertanyaan langsung. Data sekunder adalah data yang secara tidak langsung diberikan kepada peneliti namun berasal dari individu lain, catatan, atau dalam bentuk dokumen lain.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu tahap yang paling penting dalam sebuah penelitian, oleh karena itu target utamanya yaitu memperoleh data (Sugiyono, 2013:137). Dalam penelitian ini Teknik yang dipakai untuk mengumpulkan data adalah kuesioner, yaitu data yang didapat dengan memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis terhadap responden buat diisi (Sugiyono, 2013:142). Sedangkan untuk pengukurannya menggunakan skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur pendapat dari seseorang yang telah mengisi kuesioner. terdapat 5 pilihan dalam skala tersebut antara lain:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Skala Likert	Kode	Nilai
Sangat setuju	SS	5
Setuju	ST	4
Netral	N	3
Tidak setuju	TS	2
Sangat tidak setuju	STS	1

Sumber: (Sudaryono, 2019:200)

Tabel 3. 3 Skala Likert Variabel

Variabel	Indikator	Skala Likert
Promosi	Iklan	Sangat tidak setuju sampai sangat setuju (1-5)
	Personal selling	Sangat tidak setuju sampai sangat setuju (1-5)
	Publisitas	Sangat tidak setuju sampai sangat setuju (1-5)
	Sales promotion	Sangat tidak setuju sampai sangat setuju (1-5)
<i>Life style</i>	Aktivitas	Sangat tidak setuju sampai sangat setuju (1-5)
	Minat	Sangat tidak setuju sampai sangat setuju (1-5)
	Pendapat	Sangat tidak setuju sampai sangat setuju (1-5)
Kualitas Produk	Spesifikasi produk	Sangat tidak setuju sampai sangat setuju (1-5)
	Kinerja produk	Sangat tidak setuju sampai sangat setuju (1-5)
	Tampilan produk	Sangat tidak setuju sampai sangat setuju (1-5)
	Kepuasan pelanggan	Sangat tidak setuju sampai sangat setuju (1-5)
<i>Impulse</i>	Pembelian	Sangat tidak setuju sampai sangat setuju (1-5)

<i>buying</i>	spontanitas	
	Pembelian terjadi karna adanya kekuatan dan paksaan dari dalam diri	Sangat tidak setuju sampai sangat setuju (1-5)
	Perasaan yang menggembirakan	Sangat tidak setuju sampai sangat setuju (1-5)
	Tidak peduli terhadap akibat	Sangat tidak setuju sampai sangat setuju (1-5)

Sumber: data diolah penulis, 2022

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Promosi (X1)	Promosi adalah komunikasi pemasaran, yang mengacu pada tindakan pemasaran yang dimaksudkan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk perusahaan dan sasaran sehingga mereka mau menerima, membeli, dan tetap setia kepada perusahaan (Solihin & Wibawanto, 2020)	1. Iklan 2. Personal selling 3. Publisitas 4. Sales Promotion	Likert
<i>Life style</i> (X2)	Gaya hidup adalah cara hidup yang ditunjukkan bagaimana individu menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka hargai di sekitar mereka (minat), dan apa yang mereka ketahui tentang diri mereka sendiri dan dunia tempat mereka tinggal (opini) (Mongisidi et al., 2019)	1. Aktivitas 2. Minat 3. Pendapat	Likert
Kualitas Produk (X3)	Kualitas produk adalah kinerja produk yang mencakup fitur-fitur seperti akurasi, kemudahan penggunaan, dan kemampuan untuk diperbaiki (Ristanto & Aditya, 2021)	1. Spesifikasi Produk 2. Kinerja Produk 3. Tampilan Produk 4. Kepuasan Pelanggan	Likert

<i>Impulse buying</i> (Y)	Impulse buying adalah ketika seseorang membeli sesuatu secara mendadak atau tanpa pemikiran sebelumnya, mereka dikatakan bertindak berdasarkan dorongan hati mereka (Alinda Mahdiyan, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian spontanitas 2. Pembelian terjadi karna adanya kekuatan dan paksaan dari dalam diri 3. Perasaan yang menggembirakan 4. Tidak peduli terhadap akibat 	Likert
---------------------------	---	--	--------

Sumber: Penulis, 2022

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Jaya, (2020:17) Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk memastikan nilai dari setiap variabel, baik itu satu atau beberapa variabel. Penelitian deskriptif kemudian digunakan secara independen untuk mendapatkan pemahaman umum tentang variabel-variabel tersebut. Pengolahan data yang digunakan adalah menggunakan nilai mean, median, modus, standar deviasi, nilai minimum, nilai maksimum, frekuensi, dan persentase.

Menurut Sudaryono, (2019:362) analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk mengevaluasi data dengan meringkas atau mengkarakterisasi data yang telah diperoleh apa adanya tanpa berusaha menarik generalisasi atau kesimpulan yang berlaku untuk populasi yang lebih luas.

Untuk mendapatkan gambaran mengenai data yang telah diperoleh mengenai jumlah dan hasil kuesioner responden dibutuhkan pengolahan data. Alat yang digunakan untuk membantu dalam memperoleh gambaran atau hasil deskripsi jawaban responden terhadap variabel penelitian ini yaitu alat bantu SPSS (*Statistic*

Package for the Social Science).

3.8.2 Uji Kualitas Data

Berdasarkan prosedur pengujian data yang meliputi seleksi, pengumpulan data, dan analisis, maka terbentuklah kesimpulan penelitian berupa solusi atau pemecahan masalah penelitian. Itu tergantung pada alat yang digunakan untuk mengumpulkan data studi serta kualitas data yang dievaluasi. Validitas dan reliabilitas adalah dua pengertian yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas data. Artinya jika data tidak valid atau tidak reliabel, sebuah penelitian akan menarik temuan yang bias.

3.8.2.1 Uji Validitas

Menurut Indriantoro & Supomo, (2013:181) Teknik pengukuran yang akurat menentukan kebenaran data secara akurasi adalah dasar dari validitas. Ketika alat pengukur mengukur kuantitas yang dimaksudkan itu dikatakan valid. Diharapkan dengan menggunakan alat yang berbeda, konstruk dapat diukur sesuai dengan pekerjaan peneliti. Uji Validitas dievaluasi menggunakan uji validasi yaitu jika data yang dikumpulkan dan data aktual yang ada dalam item yang diselidiki serupa, maka hipotesis dianggap benar, Sugiyono dalam (Rahmadani, 2021).

Validitas yaitu sebuah ukuran yang memperlihatkan tingkat kebenaran sebuah instrument penelitian Priyatno (2010:90). Kebenaran suatu kuesioner seringkali dinilai dengan menggunakan uji validitas. Jika pertanyaan-pertanyaan survei tersebut mampu memberikan gambaran tentang masalah yang sedang diukur, maka pertanyaan tersebut dianggap sah. Tingkat signifikan 0,05 diperlukan untuk menilai validitas menurut kriteria berikut:

1. Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan pada skor total (tidak valid).
2. Bila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan pada skor total (valid).

3.8.2.2 Uji Reabilitas

Menurut Sanusi, (2014:80) Ketika alat ukur digunakan berulang kali oleh orang yang sama atau oleh beberapa individu secara bersamaan, ketergantungannya menunjukkan konsistensi temuan pengukuran. Mengingat bahwa identitas pengukur tidak berpengaruh pada temuan pengukuran, ketergantungan ini secara implisit mencakup ketidakberpihakan. Dalam Sudaryono, (2019:336) jika temuan pengukuran yang secara umum konsisten dihasilkan pada beberapa pengukuran pada subjek yang sama, dengan aspek yang diukur dalam subjek tetap sama maka hasil pengukuran dapat dipercaya.

Menurut Sugiyono dalam (Rahmadani, 2021) Karena instrumen sudah baik, maka dilakukan uji reliabilitas untuk mendukung dan menunjukkan bahwa data instrumen tersebut dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data. Jika hasil kuesioner tetap konsisten sepanjang waktu, itu dianggap dapat diandalkan.

Menurut Priyatno, (2010:97) pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, serta kehandalan dan kapasitasnya untuk menjaga konsistensi melalui beberapa kali pengukuran. Metode *Cronbach'' Alpha* digunakan dalam penelitian ini untuk menilai reliabilitas. Proses pengambilan keputusan yang digunakan untuk uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut:

1. *Cronbach''s alpha* 0,8 = reliabilitas baik.
2. *Cronbach''s alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach''s alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Diyakini bahwa model regresi yang dapat dipercaya, tidak memihak, dan andal akan dihasilkan dari pengujian asumsi klasik karena dimaksudkan untuk memverifikasi apakah asumsi klasik memiliki gejala atau tidak. Dalam menilai model regresi yang digunakan pada penelitian ada permasalahan asumsi klasik, maka wajib melakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.8.3.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas mempunyai tujuan menguji dalam model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya terdapat distribusi yang normal (Ghozali, 2013:160). Menurut Maslakhah & Sutopo dalam (Cipta & Wdiyawati, 2021) normalitas sebaran data diperiksa dengan menggunakan uji normalitas ini. Uji ini merupakan salah satu tes untuk kebutuhan analisis data. Dalam penelitian ini peneliti memakai uji K-S (Kolmogorov-Smirnov) untuk menguji normalitas. Hasil oleh uji K-S bisa diinterpretasikan yaitu:

1. Apabila nilai $\text{sig} > 0.05$ maka data terdistribusi secara normal.
2. Apabila nilai $\text{sig} < 0.05$ maka data tidak terdistribusi secara normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali dalam (Cipta & Wdiyawati, 2021) bahwa variabel independen diperiksa korelasinya menggunakan uji multikolinearitas ini. Selain itu, ia menyatakan bahwa ketika tidak ada hubungan antara variabel independen dapat dikatakan hasilnya baik.

- 1) Apabila nilai standar error ≤ 1 maka nilai standar error rendah
- 2) Apabila nilai koefisien beta ≤ 1 maka multikolinearitas tidak terdeteksi

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menentukan apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi (Ghozali, 2013:139). Model regresi yang bagus yaitu yang heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini digunakan uji glejser dalam mendeteksi terdapat atau tidaknya heteroskedastisitas. Menurut (Ghozali, 2013:142) dasar diambilnya keputusan sebagai berikut:

1. Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai probabilitas $> 0,05$.
2. Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai probabilitas $< 0,05$.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sanusi, (2014:134) regresi linear berganda merupakan generalisasi dari regresi linear sederhana, regresi linear berganda melibatkan peningkatan jumlah variabel bebas dari satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Bentuk

regresi linear berganda ini dipakai dalam mendeteksi besarnya pengaruh variabel bebas yaitu promosi, life style, dan kualitas produk terhadap variabel terikat yaitu impulse buying. Bentuk persamaan regresi yang diuji untuk penelitian ini yaitu:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Rumus 3. 2 Regresi Linear Berganda

Sumber: Sanusi, (2014:135)

Keterangan:

Y	= Impulse buying
X1	= Promosi
X2	= Life style
X3	= Kualitas Produk
a	= Konstanta
b1, b2, b3	= Koefisien regresi
e	= Variabel Pengganggu

3.8.4.2 Uji Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono dalam (Rahmadani, 2021) koefisien determinasi mempengaruhi apakah ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat, maka digunakanlah rumus dengan mengkuadratkan koefisien yang diperoleh. koefisien determinasi sering disebut sebagai koefisien determinasi berganda yang menjelaskan proporsi variasi variabel dependen (y) yang dijelaskan oleh variabel independen (x) secara bersama-sama (Sanusi, 2014:136). Nilai koefisien determinasi R^2 dihitung dengan rumus berikut:

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Rumus 3. 3 Koefisien Determinasi

Sumber: Sanusi, (2014:136)

Keterangan:

SSR = Keragaman regresi (SS total-SSE)

SST = Keragaman total

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T

Menurut Sugiyono dalam (Rahmadani, 2021:46) uji t dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Uji t digunakan untuk menguji setiap koefisien regresi secara terpisah dengan menentukan apakah masing-masing variabel independen memiliki dampak yang substansial terhadap variabel dependen atau tidak. Nilai t-hitung diperoleh terlebih dahulu, kemudian dibandingkan dengan t-tabel. Digunakan rumus tersebut untuk menguji signifikan hubungan yaitu:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3. 4 Uji t

Sumber: Sugiyono dalam (Rahmadani, 2021:47)

Keterangan:

t = Nilai t hitung

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah anggota sampel

Kriteria berikut harus digunakan untuk menilai hipotesis yang disarankan menggunakan uji-t:

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, menunjukkan bahwa interaksi antara variabel independen dan dependen adalah berpengaruh signifikan.
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, menunjukkan bahwa interaksi antara variabel independen dan dependen adalah tidak ada pengaruh signifikan.

3.9.2 Uji F

Menurut Sugiyono dalam (Rahmadani, 2021:47) uji signifikan simultan atau uji f digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik variabel bebas (X) dapat menghasilkan (Y) secara umum. Uji f digunakan untuk memeriksa apakah koefisien regresi untuk setiap variabel sama dengan nol. Untuk mengetahui nilai f digunakan rumus sebagai berikut:

$$F - \text{hitung} = \frac{R^2 / (k-1)}{(1-R^2)/(n-k)} \quad \text{Rumus 3. 5 Uji F}$$

Sumber: Sugiyono dalam (Rahmadani, 2021:48)

Tujuan utama uji F adalah untuk menentukan apakah variabel bebas secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel terikat dan apakah jenis regresi yang digunakan cocok (fit) atau tidak (Ghozali, 2013:98). Kriteria yang digunakan dalam pengujian F yaitu:

1. Bila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya memiliki model regresi yang good to fit menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara bersamaan.
2. Bila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya hal ini menunjukkan bahwa terdapat model

regresi yang tidak tepat karena tidak ada pengaruh simultan dari semua variabel independen terhadap variabel target.