

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode *explanatory research* yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Sugiyono, 2016). Data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder serta untuk populasi yaitu pengguna aplikasi Shopee di Jombang dengan sampel yang berjumlah 96 responden. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Skala pengukuran menggunakan skala Likert, pengumpulan data menggunakan angket dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dan diolah menggunakan SPSS versi 21.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini dilakukan pada pengguna aplikasi Shopee di Jombang. Sedangkan objek yang diambil dalam penelitian ini adalah pengaruh diskon harga dan motivasi hedonis terhadap pembelian impulsif.

3.3 Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Variabel

1. Variabel Dependen

Variabel dependen disebut juga sebagai variabel terikat, variabel terikat dipengaruhi atau yang menjadi akibat oleh adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pembelian impulsif.

2. Variabel Independen

Variabel Independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau penyebab perubahan pada variabel dependen atau variabel terikat (Sugiyono, 2016). Variabel Independen dalam penelitian ini adalah diskon harga dan motivasi hedonis.

3.3.2 Definisi Oprasioal Variabel

1. Diskon Harga (X1)

Menurut Kotler (2012), diskon harga merupakan penghematan harga yang diberikan oleh penjual kepada konsumen dari harga normal yang biasa ditawarkan akan suatu produk. Mengacu pada Astuti (2011) indikator diskon harga yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Ketertarikan pelanggan terhadap program diskon harga.
- b. Ketepatan program diskon harga dalam mempengaruhi kuantitas pembelian.
- c. Frekuensi program diskon harga.

2. Motivasi Hedonis (X2)

Menurut Utami (2017), motivasi hedonis merupakan motivasi belanja oleh konsumen untuk mendapatkan kesenangan. Mengacu pada Alviani (2018) indikator motivasi hedonis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Petualangan berbelanja.

- b. Berbelanja untuk menghilangkan kejenuhan.
- c. Alasan seseorang berbelanja *online*.
- d. Penawaran spesial
- e. Mengikuti mode baru.

3. Pembelian Impulsif (Y)

Menurut Herabadi, dkk (2011), pembelian impulsif (*impulse buying*) adalah suatu tindakan membeli barang atau produk yang dilakukan tanpa memiliki permasalahan sebelumnya atau belum adanya niat membeli yang terbentuk sebelum memasuki toko. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel pembelian impulsif yang dikembangkan oleh Rook (dalam Wilujeng, 2017) meliputi:

- a. Spontanitas pembelian.
- b. Tidak mempertimbangkan konsekuensi.
- c. Keinginan membeli tiba-tiba diikuti dengan emosi.
- d. Tidak dapat menolak keinginan.

Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Item
Diskon Harga (X1) (Astuti, 2011)	1. Kemenarikan program potongan harga	1. Program <i>flash sale</i> yang dilakukan Shopee sangat menarik..
	2. Ketepatan program potongan harga dalam mempengaruhi pembelian	2. Saya akan lebih memilih produk Shopee yang sedang didiskon dibandingkan dengan produk yang biasa saya beli.
	3. Frekuensi program potongan harga	3. Shopee memberikan sering potongan harga.

Lanjutan Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Item
Motivasi Hedonis (X2) (Alviani, 2018)	4. Petualangan berbelanja	4. Berbelanja di Shopee memberikan sensasi tersendiri bagi saya.
	5. Berbelanja untuk menghilangkan kejenuhan.	5. Berbelanja di Shopee cara untuk menghilangkan stres.
	6. Alasan seseorang berbelanja <i>online</i> .	6. Berbelanja di Shopee memiliki banyak pilihan
	7. Penawaran spesial	7. Saya berburu harga yang paling murah ketika berbelanja produk di Shopee.
	8. Mengikuti mode baru	8. Saya berbelanja di Shopee untuk mengikuti tren terbaru.
Pembelian Impulsif (Y) (Wilujeng, 2017)	9. Spontanitas pembelian.	9. Saya tidak berfikir panjang untuk membeli suatu produk di Shopee.
	10. Tidak mempertimbangkan konsekuensi.	10. Saya sering menyesal setelah berbelanja di Shopee.
	11. Keinginan membeli tiba-tiba diikuti dengan emosi.	11. Saya selalu ingin membeli produk Shopee saat membuka aplikasinya.
	12. Tidak dapat menolak keinginan.	12. Saya tidak dapat menekan keinginan untuk membeli produk di Shopee ketika melihat produk yang ditawarkan.

Sumber : Olahan Peneliti

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee di Jombang, sehingga jumlah dari populasi tidak diketahui secara pasti.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016). Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan memiliki kriteria yang sesuai maka akan dijadikan sebagai sampel (Sugiyono, 2016). Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee di Jombang dengan kriteria berpenghasilan diatas Rp 3.000.000,- dimana nominal ini ditentukan untuk memperoleh responden yang memiliki penghasilan diatas UMR Kabupaten Jombang dan belum menikah sehingga kecenderungan memiliki motivasi hedonis lebih besar.

Pada penelitian ini untuk menghitung sampel digunakan rumus Cochran sebagai berikut (Sugiyono, 2016):

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel yang diperlukan

z = nilai dalam kurv normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = tingkat kesalahan sampel (sampling error), 10% = 0,1

Maka perhitungan dalam menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Hasil dari perhitungan $n = 96,04$ responden. Namun, untuk mempermudah peneliti maka hasil perhitungannya dibulatkan menjadi 96 responden.

3.5 Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini 2 jenis sumber data yaitu:

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian yaitu pada pengguna aplikasi Shopee di Jombang.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data pendukung data primer yang diperoleh dari jurnal, media internet, majalah dan media sosial lainnya.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Angket merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016). Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan lembaran angket yang berisi daftar pernyataan kepada responden atau konsumen pada pengguna aplikasi Shopee di Jombang tentang pengaruh diskon harga dan motivasi hedonis dalam mempengaruhi pembelian impulsif.

3.6 Skala pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2016)s.

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Keterangan	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

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk menguji apakah instrumen yang digunakan, dalam hal ini angket memenuhi persyaratan validitas, pada dasarnya digunakan korelasi *Pearson Product Moment* cara analisisnya dengan cara menghitung koefisien korelasi antara masing-masing nilai pada nomor pertanyaan dengan nilai total dari nomor pertanyaan tersebut. Selanjutnya koefisien korelasi yang diperoleh r masih harus di uji signifikannya.

Rumus:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = korelasi

x = variabel independen

y = variabel dependen

Uji validitas akan dilakukan pada 30 orang diluar sampel menggunakan program SPSS. Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil *output* SPSS pada tabel dengan judul *Corrected Item-Total Statistic*. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari *Corrected item-Total Correlation* > 0,30 (Sugiyono, 2016).

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas

No.	Variabel	Corrected Item-Total Correlation	r kritis	Keterangan
1	Diskon Harga	0.762	0.3	Valid
2		0.690	0.3	Valid
3		0.686	0.3	Valid
4	Motivasi Hedonis	0.468	0.3	Valid
5		0.692	0.3	Valid
6		0.466	0.3	Valid
7		0.666	0.3	Valid
8		0.368	0.3	Valid
9	Pembelian Impulsif	0.836	0.3	Valid
10		0.702	0.3	Valid
11		0.715	0.3	Valid
12		0.789	0.3	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari tabel 3.3 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa r hitung $> 0,3$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ferdinand (2014), reliabilitas merupakan sebuah *scale* atau instrumen suatu pengukuran data dan apabila data yang dihasilkan benar disebut reliabel atau terpercaya, apabila hal tersebut secara konsisten menghasilkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran.

Rumus:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum a_b^2}{a_1^2} \right]$$

Keterangan: r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

Σa^a = varian total

a^2 = jumlah varian butir atau item

Pengujian realibilitas dapat dilaksanakan dengan memakai uji *Alpha Cronbach* dengan kriteria hasil pengujian yaitu:

1. Apabila nilai *Alpha Cronbach* > 0,6 maka dapat dimaksud bahwa variabel penelitian reliabel.
2. Apabila nilai *Alpha Cronbach* < 0,6 maka dapat dimaksud bahwa variabel penelitian tidak reliabel (Ghozali, 2018).

Tabel 3 4 Hasil Pengujian Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Koefisien	Keterangan
1	Diskon Harga	0.734	0.6	Reliabel
2	Motivasi Hedonis	0.631	0.6	Reliabel
3	Pembelian Impulsif	0.838	0.6	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari tabel 3.4 menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas terhadap semua variabel mempunyai nilai diatas 0,6 sehingga dinyatakan semua variabel adalah reliabel, dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur dan selanjutnya angket dapat disebar.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang

telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis deskriptif presentase digunakan untuk menganalisis variabel penelitian yaitu diskon harga dan motivasi hedonis. Dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentang Skor} &= \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah Kategori}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

1,0 – 1,8 = Sangat buruk

1,81 – 2,6 = Buruk

2,61 – 3,4 = Cukup

3,41 – 4,2 = Baik

4,21 – 5,0 = Sangat baik

Keterangan:

Skor tertinggi : 5

Skor terendah : 1

3.8.2 Teknik Analisis Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Persamaan yang akan digunakan adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Pembelian Impulsif

β_0 = Konstanta dari keputusan regresi

β_1, β_2 = Koefisien regresi Variabel (X_1 dan X_2)

X_1 = Diskon Harga

X_2 = Motivasi Hedonis

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastis, Uji Autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah langkah awal yang harus dilakukan untuk analisis multivariate jika tujuannya adalah inferensi. Bila terdapat normalitas maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen atau terdapat perbedaan antara nilai prediksi dengan skor sesungguhnya atau error akan terdistribusi secara simetris disekitar nilai means sama dengan nol. Cara lainnya adalah dengan melihat distribusi dari variabel-variabel yang akan diteliti (Ghozali, 2018).

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi

normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Pengujian dengan menggunakan uji statistik One Sample Kolmogorov-Smirnov Test (K-S). “Jika nilai probabilitas signifikansi K-S lebih besar dari 0.05, maka data berdistribusi normal” (Ghozali, 2018).

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013). Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen) didalam model regresi. Model regresi yang baik tidak memiliki korelasi antar variabel independen atau ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang memiliki nilai korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2018).

Ada beberapa metode untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, diantaranya :

- a) Dengan menggunakan antar variabel independen. Misalnya ada empat variabel yang diuji dikorelasikan, hasilnya korelasi antara X1 dan X2 sangat tinggi, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi multikolinearitas antara X1 dan X2.
- b) Disamping itu untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat juga dilihat dari *Varian Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai tolerance value $< 0,01$ atau $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila *tolerance value* $> 0,01$ atau $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. (Simamora, 2009)

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Homokedastisitas terjadi bila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap dan jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas (Ghozali, 2018).

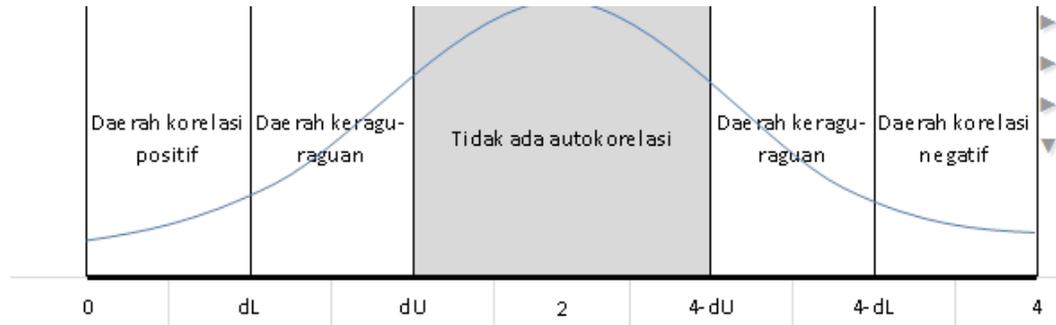
Salah satu cara untuk menguji adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPERD dengan residual yaitu SRESID. Deteksi ini bisa dilihat dengan terdapat ataupun tidak pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID serta ZPRED dimana sumbu Y merupakan Y yang sudah diprediksi serta

sumbu X merupakan residual yang sudah di-studentized. Dasar analisa pengujian adalah sebagai berikut (Ghozali, 2018):

- a. Apabila terbentuk pola dan titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), berarti mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).
- b. Apabila tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, berarti tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) dalam model regresi linier. Autokorelasi timbul disebabkan oleh observasi yang berentetan serta berkaitan satu sama lain. Permasalahan ini dapat timbul karena terdapat residual tidak leluasa dari satu observasi ke observasi yang lain. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah Uji Durbin – Watson (DW Test) (Ghozali, 2013).



Gambar 3.1. Uji Autokorelasi Durbin Watson

Secara umum, kriteria yang digunakan adalah:

- a. Jika $d < dL$ atau $d > 4-dL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- b. Jika $dU < d < 4-dU$ maka H_0 nol diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- c. Jika $dL < d < dU$ atau $4-dU < d < 4-dL$ artinya tidak ada kesimpulan.

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji t (Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara parsial (individual) terhadap variasi variabel dependen. Kriteria Pengujiannya adalah:

1. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.

3.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika Koefisien Determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y dimana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka akan dapat dikatakan bahwa variabel bebas adalah kecil terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.