

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini termasuk penelitian eksplanatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana sebuah fenomena sosial terjadi. Penelitian eksplanatif menghubungkan pola-pola yang berbeda namun memiliki keterkaitan (Jannah, 2013).

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data survei, yaitu dengan melakukan penyebaran kuisisioner dengan teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dengan menggunakan skala pengukuran yaitu skala likert. Dan menggunakan software SPSS 26.

3.2 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

3.2.1 Definisi Operasional

1. Program Gratis Ongkir (X1)

Program gratis ongkir dalam penelitian ini merupakan penawaran bebas ongkir yakni wujud lain dari sales yang memakai beragam insentif guna menstimulasi pembelian produk secepat mungkin serta menaikkan kuantitas produk yang dibeli customer. Indikator program gratis ongkir mengacu pada Novita Sari (2020), Indikator-indikator gratis ongkos kirim terdiri atas:

- a. Perhatian, yaitu menimbulkan perhatian bagi pelanggan.
- b. Ketertarikan, konsumen memiliki ketertarikan terhadap sebuah produk.

- c. Keinginan, yaitu konsumen ingin memiliki suatu produk.
- d. Tindakan, yaitu melakukan pembelian produk yang ditawarkan

2. *Flash Sale (X2)*

Flash sale dalam penelitian ini merupakan strategi aplikasi Tiktok untuk menjual barang secara eksklusif dengan harga yang jauh lebih murah dari aslinya, dalam waktu yang sangat terbatas. Kotler dan Keller (Amanah & Pelawi: 2015) indikator-indikator *flash sale*, yaitu:

- a. Frekuensi promosi adalah persepsi pengguna saat melihat media promosi penjualan.
- b. Kualitas promosi adalah penilaian pengguna seberapa baik promosi penjualan dilakukan.
- c. Waktu promosi adalah penilaian jumlah promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.
- d. Ketepatan atau penulian pengguna mengenai sasaran promosi yang dilakukan perusahaan.

3. *Impulse Buying*

. Pembelian impulsif merupakan suatu pembelian yang terjadi ketika seseorang melihat suatu barang dan tiba-tiba ingin membeli barang tersebut, dan kemudian memutuskan untuk melakukan pembelian saat itu juga (Amanah dan Pelawi: 2015).

Menurut Yistian, dkk (2012), pembelian impulsif terdiri dari karakteristik yang dapat dijadikan sebagai indikator dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut

- a. Pembelian spontan
- b. Pembelian tanpa berpikir akibat
- c. Pembelian di pengaruhi keadaan emosional

3.2.2 Kisi-Kisi Instrumen

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Variabel (X1) Program Gratis Ongkir

Variabel	Indicator	Item pertanyaan
Gratis ongkir (Novita Sari, 2020)	1. Perhatian	1. Saya memiliki perhatian pada program gratis ongkir di TikTok Shop
	2. Ketertarikan	2. Saya tertarik dengan pada program gratis ongkir yang ditawarkan di TikTok Shop
	3. Keinginan	3. Saya ingin memiliki produk pada program gratis ongkir yang ditawarkan di TikTok Shop
	4. Tindakan	4. Saya membeli produk yang ditawarkan pada program gratis ongkir di TikTok Shop
<i>Flash sale</i> (Kotler dan Keller (Amanah & Pelawi: 2015)	5. Frekuensi promosi	5. Saya sangat sering melihat media promosi di TikTok Shop
	6. Kualitas promosi	6. Saya menganggap promosi penjualan dilakukan di Tiktok sangat baik
	7. Waktu promosi	7. Saya menganggap jumlah promosi penjualan yang dilakukan di TikTok Shop cukup lama

Lanjutan tabel 3.1.....

	8. Ketepatan	8. saya merasa program Flash sale membuat saya sering berbelanja di TikTok Shop
		9. <i>Flash sale</i> yang sering dilakukan oleh TikTok Shop membuat saya mengingat promosi tersebut
<i>Impulse buying</i> (Yistian, dkk (2012))	9. pembelian spontan	10. saya membeli produk tanpa melakukan pertimbangan
	10. pembelian tanpa berpikir akibat	11. saya merasa menyesal ketika sudah membeli barang yang tidak begitu di butuhkan
	11. pembelian di pengaruhi keadaan emosi	12. saya sering merasa ingin membeli barang ketika saya melihat-lihat di TikTok Shop

Sumber: data diolah peneliti, 2022

3.3 Penentuan Populasi Dan Sampel

Dalam penelitian data yang digunakan sebagai populasi atau sampel. Populasi merupakan total yang dari berdasarkan fenomena yang akan di periksa, sedangkan sampel merupakan bagian berdasarkan populasi penelitian menurut (Sugiyono,2012).

3.3.1 Populasi

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik khusus yang di tentukan oleh peneliti yang bersangkutan untuk dipahami dan untuk di tarik kesimpulan (Sugiyono, 2012). Yang memiliki karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh penenliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik sebuah kesimpulan menjelaskan bahwa populasi adalah objek. Populasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian

di TikTok Shop di STIE PGRI Dewantara Jombang, sehingga jumlah populasinya tidak di ketahui secara pasti.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah yang ada di karakteristik yang dimiliki populasi (Sugiyono, 2007). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu (Sugiyon, 2016). Alasan penulis memilih teknik *purposive sampling* karena menetapkan kriteris-kriteria tertentu yang harus di penuhi dan dijadikan sampel dalam penelitian ini. Yaitu Mahasiswa Stie PGRI Dewantara Jombang yang pernah melakukan pembelian produk di TikTok Shop. Menurut Ridwan (2013), rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z\alpha/2\sigma)^2}{e}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

$Z\alpha$ = nilai yang di dapatkan dari table normalitas tingkat keyakinan

e = kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95%, maka nilai $Z_{0,05}$ adalah 1,96 dan standar deviasi (σ) = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%. Maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$\begin{aligned}n &= \frac{(1,96 / 0,25).2}{0.05} \\ &= 96,04\end{aligned}$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel adalah sebesar 96,04 orang, yang dibulatkan menjadi 100 orang.

3.4 Jenis Dan Sumber Data

Dengan penyusunan laporan ini sumber data yang digunakan sebagai berikut :

3.4.1 Data Primer

Bentuk data primer adalah pengetahuan tentang analisis yang diperoleh dari sumber pertama atau langsung diperoleh dari sumber data selama melakukan penelitian dilapangan, survei atau kelompok individu dan observasi objek terkait. Selanjutnya, peneliti harus menjawab pertanyaan untuk mengumpulkan data atau pernyataan menggunakan metode survei dan metode observasi (Sugiyono, 2015). Yaitu mengenai program gratis ongkos kirim, *flash sale* dan *impulse buying* (pembelian impulsif).

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi analitis yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya atau melalui media buku, catatan, bukti yang ada file cetakan. Data sekunder diperoleh dari perpustakaan, atau membaca banyak referensi yang berkaitan dengan topik penelitian (Sugiyono, 2015).

3.5 Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2012). Teknik pengumpulan data ini bisa dilakukan dengan melalui kuesioner atau survei informasi lapangan dan observasi. Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yang bertujuan untuk menerima fakta yang terkait dengan penelitian, metode pengumpulan data yang dipakai pada penelitian ini merupakan sebagai berikut:

1. Kuisisioner

Kuesioner adalah pertemuan antara dua orang dengan serangkaian pertanyaan atau deklarasi yang diberikan kepada konsumen atau responden yang telah ditentukan. Pengumpulan data dibuat dengan mengirimkan pernyataan untuk diisi oleh konsumen sendiri, melalui kuesioner kuesioner yang berisi beberapa pernyataan, termasuk studi tentang pembelian impulsif yang di lakukan oleh pengguna aplikasi TikTok. (Sugiyono, 2012).

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan mencari data atau informasi melalui media cetak maupun elektronik. Teknik dokumentasi dalam penelitian ini hanya digunakan sebagai teknik pengumpulan data pelengkap. Dengan teknik dokumentasi, peneliti dapat memperoleh data gambaran umum tentang TikTok Shop.

3.6 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, penulis memanfaatkan kuisisioner/survey tertutup yang berarti pada kuisisioner /survey sudah ditentukan. Respons cara lain berdasarkan setiap titik masalah menggunakan alat, yaitu skala likert. Menurut (Sugiono, 2015),

skala likert ini digunakan untuk menghitung pendapat dan persepsi seseorang tentang kenyataan bisnis dan realitas sosial. Skala likert bisa menaruh penjelasan tambahan atau mengartikan variabel yang akan diukur pada indikator. Dengan indikator menjadi titik awal untuk kompilasi elemen instrument, sanggup di repotasi atau pertanyaan. Untuk keperluan analisis kuantitatif, jawabannya sanggup menandai yang sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Jawaban	Bobot Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Cukup setuju	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber: Sugiyono, 2012

3.7 Uji Validitas Dan Reliabilitas

3.7.1 Uji validitas

Uji Validitas menerangkan sejauh mana sebuah alat pengukur itu dapat mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas mengenakan Corrected Item Corelation. Peneliti ini menggunakan kuisisioner didalam pengumpulan informasi penelitian, maka survey yang dibuat harus mampu mengukurnya. Kuesioner mampu dikatakan valid apabila pernyataan atau pertanyaan survey mampu membicarakan satu hal yang bisa diukur beserta survey tersebut. tingkat validitas mampu diukur beserta menggunakan perbandingan anatara nilai r hitung (Korelasi item hubungan keseluruhan) beserta nilai r tabel asalkan derajat kebebasan (Df) =

n-k. (Sugiyono, 2012) maka n adalah jumlah sampel yang akan dipakai & k adalah keseluruhan variable independent.

Kondisi ini harus dipenuhi, termasuk kriteria berikut: apabila koefisien hubungan $R > 0,30$, elemen tadi dinyatakan valid dan tidak termasuk koefisien hubungan $R < 0,30$, elemen dinyatakan tidak valid. Jadi elemen instrumen dinyatakan tidak valid. pada uji validitas terhadap penelitian ini dikerjakan mengenakan aplikasi spss 26. (Sugiyono, 2012).

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Corected Item Total-Correlation

Variabel	Indikator	Corected Item Total-Correlation	r kritis	Keterangan
<i>impulse buying</i> (Y)	Y1	0.895	0.3	Valid
	Y2	0.845	0.3	Valid
	Y3	0.430	0.3	Valid
gratis ongkos kirim (X1)	X1.1	0.738	0.3	Valid
	X1.2	0.719	0.3	Valid
	X1.3	0.727	0.3	Valid
	X1.4	0.771	0.3	Valid
<i>flash sale</i> (X2)	X2.1	0.583	0.3	Valid
	X2.2	0.857	0.3	Valid
	X2.3	0.869	0.3	Valid
	X2.4	0.738	0.3	Valid
	X2.5	0.857	0.3	Valid

(Sumber : data diolah,2022)

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

Uji reliabilitas bisa jadi alat untuk mengukur sebuah kegiatan dengan menyebar kuesioner yang merupakan indikator berasal dari variabel penelitian.

Kuesioner bisa dinyatakan reliable dengan jawaban seseorang pada pernyataan adalah tetap, artinya jawaban tetap akan sama di lain waktu atau waktu yang akan datang. Butir pernyataan kuisisioner dikatakan reliable jika cronbach's alpha..> 0,60 dan cronbach's alpha .< 0,6 0 dapat dikatakan tidak reliabel. (Ghozali, 2016).

Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha* (Sugiyono, 2017).

Rumus :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

Keterangan :

α = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

Sj = varians responden untuk item I

Sx = jumlah varians skor total

Tabel 3.4 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Koefisien	Keterangan
<i>impulse buying</i> (Y)	0.829	0.6	Reliabel
gratis ongkos kirim (X1)	0.817	0.6	Reliabel
<i>flash sale</i> (X2)	0.811	0.6	Reliabel

(Sumber : data diolah,2022)

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

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing-masing item variabel pengukuran skor berdasarkan skala likert (Sugiyono, 2013), dengan satuan nilai satu sampai lima sehingga diperoleh interval nilai sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentang skor} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kategori}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

- a. 1,0 – 1,8 = Rendah sekali
- b. 1,81-2,6 = rendah
- c. 2,61 -3,4 = Cukup
- d. 3,41 – 4,2 = Baik
- e. 4,21 - 5,0 = Sangat Baik

3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Pengguna metode analisis regresi linier berganda ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu gratis ongkos kirim (X1) dan *Flash Sale* (X2) terhadap variabel dependen yaitu *Impulse Buying* (Y), rumus persamaan linier berganda ini menurut Sugiyono, 2014 adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

Y = pembelian impulsif/*impulse buying*

a = konstanta

b₁, b₂ = koefisien regresi.

X₁ = program gratis ongkir

X₂ = *Flash sale*

e = Standar error

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yaitu menguji dan menganalisis asumsi dasar harus dipenuhi dalam penggunaan regresi. Model regresi akan menghasilkan dugaan yang tidak biasa jika memenuhi asumsi klasik, antara lain normalitas data, bebas multikolinieritas, bebas autokorelasi, bebas heteroskedastisitas dan bebas linieritas.

1. Uji Normalitas

Menurut (Sugiyono, 2012) sebelum pengujian hipotesis, maka terlebih dahulu dijalankan pengujian normalitas data. Normalitas sebuah informasi signifikan dikarenakan data yang mendekati normal ataupun didistribusikan normal, data tersebut diakui dapat mewakili populasi. Uji normalitas dijalankan untuk analisis atau menguji variabel x dan variabel y, yang akan menentukan normal atau bukan variabel. Uji normalitas bertujuan untuk mendeteksi distribusi information di dalam satu variabel yang akan digunakan di dalam penelitian. Information yang baik dan sah untuk perlihatkan style analisis adalah berita distribusi statistik normalitas

yang digunakan adalah inspeksi Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan normal, apabila nilai berarti lebih besar berasal dari 0,05 terhadap ($P > 0,05$). Dan jika kalau informasi dinyatakan bukan normal apabila nilai vital lebih kecil berasal dari 0,05 terhadap ($P < 0,05$) maka data dikatakan tidak normal (Sugiyono, 2012).

2. Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2016) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas/

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini menggunakan dasar pengambilan sebuah keputusan, jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10 dan nilai Tolerance (TOL) lebih dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas (Ghozali, 2016)

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2016) Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varians dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. “Jika suatu varians dan residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka dapat disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut Heteroskedastisitas”. Model regresi yang baik yaitu Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas dijalankan dengan uji scatterplot, berarti uji scatterplot, penting penyebaran titik dan populasi terhadap bidang regresi bukan kontinu kenyataan ini dimunculkan berasal dari perubahan-perubahan suasana yang bukan tergambarkan di dalam suatu tipe regresi. Kalau variance dan residual satu pemantauan kepemantauan lain terus, maka dinamakan sebagai homoscedastisitas dan bila bertolak belakang disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2016)

4. Uji Autokorelasi.

Uji autokorelasi bermaksud memeriksa apakah pada contoh regresi linier sedia hubungan sela kekeliruan pengacau dalam periode t memperuntukkan kekeliruan pengacau dalam periode $t-1$ (sebelumnya). apabila terjadi asosiasi, maka dinamakan terdapat masalah autokorelasi (Ghozali, 2016)

Menurut (Ghozali, 2016) teknik untuk menguji autokorelasi bisa dicermati berdasarkan uji Durbin Waston (DW test) yang semata-mata dipakai demi autokorelasi taraf satu & mensyaratkan adanya intercept (konstanta) pada contoh regresi & tidak terdapat variable lagi pada antara variable independen buat memilih autokorelasi bisa dicermati dalam tabel Durbin Watson menjadi berikut:

Tabel 3. 3 Pengambilan Keputusan Adanya Korelasi



Sumber : (Ghozali, 2016)

Berikut ini tabel bisa diuraikan secara terperinci, lebih jelas sebagai berikut :

1. Apabila nilai Durbin-Watson yg didapat berdasarkan output pengujian merupakan $0 < d < d_1$, maka terjadi perkara autokorelasi yg positif & memerlukan pembaruan.
2. Apabila nilai Durbin-Watson yang didapat berdasarkan output pengujian merupakan $d_1 \leq d \leq d_u$, maka terdapat masalah autokorelasi positif namun lemah & adanya pembaruan lebih baik.
3. Apabila nilai Durbin-Watson yg didapat berdasarkan output pengujian merupakan $4-d_1 < d < 4$, maka terjadi masalah hubungan yang berfokus & memerlukan pembaruan.
4. Apabila nilai Durbin-Watson yg didapat berdasarkan output pengujian merupakan $4-d_u \leq d \leq 4-d_1$, maka terjadi masalah autokorelasi lemah & adanya pembaruan lebih baik.
5. Apabila nilai Durbin-Watson yg didapat berdasar kan output pengujian merupakan $d_u < d < 4-d_u$, maka tidak terjadi masalah autokorelasi.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (uji t)

Menurut (Ghozali, 2016) uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variable independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variable dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut :

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

3.2.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan type di dalam menjelaskan variasi variabel dependen. nilai konstanta determinasi yaitu konstanta nol determinasi (R^2) semakin mendekati angka satu, atau dalam matematik dapat dituliskan $0 < R^2 < 1$. , maka jenis regresi diperhitungkan semakin tinggi sebab variabel yang digunakan didalam penelitian ini sanggup menjelaskan besaran variabel. Menurut (Sugiyono, 2012).