

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian pendekatan yang akan digunakan mengenai arah dan metode pelaksanaan cara melaksanakan penelitian meliputi jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel dan indikator juga teknis analisis data.

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif atau statistik yang memiliki landasan filsafat *positivism*. Dengan demikian penelitian ini apakah menekankan pada hubungan antar variabel dan dengan bertujuan untuk menguji hipotesis yang diajukan.

3.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini data primer dan data sekunder yang digunakan :

3.2.1 Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam suatu penelitian, data primer dikumpulkan langsung dari sumbernya dengan menggunakan pengukuran, perhitungan, observasi, wawancara, dan metode lainnya (Priadana, 2021). Kuesioner survei digunakan untuk menggali variabel penting seperti Promosi Penjualan dan E-Word of Mouth dalam konteks Pembelian Impulsif. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data utama dari penelitian ini.

3.2.2 Data Sekunder

Sumber data skunder merupakan data Informasi tambahan yang digunakan dalam penelitian dikenal sebagai data sekunder. Informasi ini dapat diperoleh dari sumber yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan dan dapat diperoleh melalui tinjauan literatur, artikel ilmiah, dan catatan-catatan yang berkaitan dengan topik penelitian.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dengan menanyakan terlebih dahulu dengan menanyai sebelum diberikan angket atau kuesioner pertanyaan tentang variabel penelitian. Kuesioner merupakan merupakan teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah yang sudah ditentukan peneliti untuk dipelajari sehingga dapat kemudian bisa ditarik suatu hasil kesimpulan. Elemen keseluruhan dalam penelitian yang terkandung didalamnya berupa objek dan subjek dengan karakteristik dan ciri-ciri tertentu (Amin, Garancang dan Abunawas, 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah generasi z konsumen shopee food yang ada di Ungaran.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari semua karakter sebuah populasi yang diambil untuk dianalisis dapat diartikan sampel adalah perwakilan dari seluruh populasi (Amin, Garancang dan Abunawas, 2023). Teknik pengambilan sampel penelitian ini memiliki kegunaan untuk memberikan bantuan peneliti dalam generalisasi terhadap populasi yang akan diwakili. Pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* yang memiliki dasar pada setiap elemen dalam populasi untuk dipilih sebagai bagian sampel. *Probability sampling* digunakan peneliti dengan dasar teknik ini bisa menghasilkan statistik yang kuat untuk dapat menarik kesimpulan hasil sampel dari populasi yang besar. Metode pengambilan sampel yaitu dengan cara acak sederhana, dimana pada populasi akan diambil anggotanya dipilih secara acak (Firmansyah dan Dede, 2022). Penelitian ini cara penarikan sampel berdasarkan spesifik yang telah peneliti tentukan berdasarkan tujuan peneliti yaitu dengan kriteria, adalah generasi z konsumen

pengguna Shopee Food yang pernah melakukan pembelian sebagai syarat pemilihan sampel.

Populasi penelitian ini masih pada ukuran perkiraan dan jumlahnya besar tidak diketahui yang belum pasti, maka untuk menentukan sampel digunakan dengan rumus Cochran sebagai berikut.

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

Keterangan :

n= Sampel

z^2 = Tingkat kepercayaan (misalkan 1,96 untuk kepercayaan 95%)

p= Perkiraan proporsi populasi yang berkarakteristik yang diinginkan (perkiraan sari sampel atau asumsi yang masuk akal)

e^2 = Margin error (batas kesalahan yang diizinkan)

Dalam penelitian ini, tingkat keyakinan akan menggunakan 95%, dengan demikian nilai z^2 ialah 1,96 dengan margin of error dan perkiran proporsi populasinya dengan nilai konservatif 40%=0,4. Jumlah sampel dapat diperoleh dalam penelitian sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 0,4(1-0,4)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,4(0,6)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,921984}{0,01}$$

$$n = 92,1984$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Cochran untuk mendapatkan tingkat kepercayaan 95% dengan margin of error 10% adalah 92 meskipun jumlah total populasi tidak diketahui secara pasti. Maka dalam penelitian ini sampel yang

diperlukan adalah 100 responden dengan pembulatan keatas untuk memperlengkap sampel.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel adalah hal yang akan dipergunakan juga dipelajari dalam penelitian serta dicari informasinya dan disimpulkan untuk tujuan studi.

Penelitian ini menggunakan variabel sebagai berikut:

a) Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (terikat) dan variabel independen biasanya disimbolkan sebagai (X). Dalam penelitian ini, variabel independennya adalah Promosi Penjualan X1, *Electronic Word of Mouth* X2.

b) Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (bebas) penyimpulannya ialah (Y). Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Pembelian Impulsif.

3.6 Variabel dan Indikator

Variabel dalam penelitian ini Promosi Penjualan, *Elektronik Word of Mouth* terhadap Pembelian Impulsif.

Tabel 3.1
Definisi Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1.	Promosi Penjualan	Bentuk cara perusahaan dalam memasarkan dengan menggunakan alat promosi seperti diskon, voucher, dan sebagainya.	1. Pelanggan mendapat potongan harga berbelanja. 2. Adanya diskon dalam produk. 3. Ada pemberian voucher.

		<p>Promosi penjualan merupakan suatu bentuk kegiatan yang dilakukan menggunakan variabel promosi sebagai alat dengan maksud menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen agar membeli produknya sehingga tujuan meningkatkan penjualan tercapai.</p> <p>(Hanifah, 2023)</p>	<p>4. Banyaknya penawaran promosi.</p> <p>5. Emosional pembeli.</p>
2.	<i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	<p>Informasi tentang suatu produk antar pelanggan, secara positif maupun negatif yang dirasakan konsumen melalui media sosial internet.</p> <p>(Ihsan, Abidin dan Kuleh, 2022)</p>	<p>1. Intensitas banyaknya pendapat atau komentar yang ditulis oleh konsumen dalam media sosial.</p> <p>2. Pendapat positif rekomendasi positif mengenai produk atau brand.</p> <p>3. Isi informasi dari komentar berkaitan dengan produk.</p> <p>4. Ketersediaan tempat atau kolom komentar.</p>

			5. Ulasan atau komentar pada situs.
3.	Pembelian Impulsif	Adalah pembelian yang rasional dan spontan terjadinya dengan dorongan kuat terhadap suatu produk dengan emosional yang kuat sehingga pembelian impulsif terjadi ketika konsumen mengalami dorongan mendadak untuk membeli barang produk dan tidak dapat ditolaknya. (Atmaja dan Edison, 2022)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dorongan keinginan yang mendadak, spontan dan kuat untuk membeli produk. 2. Psikologis seseorang yang tidak seimbang yang perilakunya tidak terkontrol. 3. Konflik psikologi. 4. Memutuskan pembelian di langsung. 5. Mengabaikan konsekuensi.

Pengukuran variabel didalam penelitian yang dilakukan dengan skala likert, yaitu pengukuran yang mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang responden. Besaran skala likert dalam penelitian ini adalah skala 1-5 dengan nilainya dari 1 untuk pernyataan negatif dan 5 untuk nilai pernyataan positif dari responden, sebagai berikut:

1. Tidak setuju = 1
2. Kurang setuju = 2
3. Ragu-ragu = 3
4. Setuju = 4
5. Sangat setuju = 5

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk meringkas atau menggambarkan data secara sistematis, supaya karakteristik dasar data mudah dipahami. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data yang terkumpul dengan pengukuran penghitungan rata-rata (mean), *modus*, *median*, dan standar deviasi suatu data.

3.7.2 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah penelitian yang dilakukan apabila variabel independennya lebih dari satu minimal berjumlah dua dengan maksud bagaimana prediksi keadaan naik turunnya variabel dependen jika dua variabel independen faktor prediktor dinaik turunkan. Metode regresi berganda pada penelitian adalah sebagai berikut :

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = variabel terikat

a = koefisien konstan

b₁, b₂ = koefisien regresi variabel (besaran kenaikan atau penurunan)

X₁, X₂ = variabel bebas

e = standar error

3.7.3 Uji Instrumen

1. Uji Validasi

Uji validitas atau ketepatan, kecermatan instrumen pengukuran didalam fungsinya, kuesioner bisa dikatakan sesuai/valid bila pertanyaan di kuesioner mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner penelitian. Dari total skor setiap pertanyaan akan dihitung ukurannya dengan uji validasi ini dan penghitungan akan dilakukan dengan program SPSS. Dengan membandingkan r hitungan dengan r tabel data validitas data dapat diukur :

- a) Bila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (pada taraf signifikan 5%), sehingga dapat diartikan kuesioner valid.
- b) Bila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (pada taraf signifikan 5%), sehingga dapat diartikan kuesioner tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk menguji kuesioner dalam pengukuran stabilitas kuesioner apakah konsisten dalam rentang waktu yang lama. Untuk dapat mengetahui pengujian reliabel atau tidak pada variabel maka pernyataan dalam penelitian ini digunakan rumusan koefisien cronbach alpha sehingga dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Nilai cronbach alpha yang akan digunakan pada penelitian ini adalah :

- a) Apabila nilai $\alpha > 0,60$ pertanyaan yang diuji dapat dinyatakan reabel sebagai pengukur variabel di penelitian ini.
- b) Apabila nilai $\alpha < 0,6$ pertanyaan yang diuji dapat dinyatakan tidak reliabel sebagai pengukur variabel di penelitian ini.

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

Uji ini wajib dikarenakan pada analisis regresi linier berganda, beberapa ujinya antaranya uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan sebagai ukuran apakah pada model regresi, apakah normal atau tidaknya distribusi variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini. Uji Kolmogorov Smirnov, Dalam uji kolmogorov smirnov yaitu data-data ditunjukkan dengan nilai signifikansi $< 0,05$ dapat diartikan data tidak berdistribusi dengan normal, dan bila nilai signifikansi $> 0,05$ berarti data terdistribusi dengan normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas sebagai penguji apakah variabel regresi terdapat adanya korelasi antar variabel independen dan memastikan bahwa korelasi yang ada tidak menyebabkan masalah serius pada analisis regresi, sebaiknya dalam regresi tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Tindakan multikolinieritas bisa dilihat dari besarnya nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Vif berkaitan seberapa banyak varian dari suatu koefisien regresi yang meningkat karena korelasi antara variabel. Tolerance sebagai pengukur variabilitas variabel independen yang tidak bisa dijelaskan dari variabel independen lain. Dalam pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut :

- a) Nilai vif di atas ambang batas 10 ($VIF > 10$) menandakan ada multikolinieritas yang signifikan, contoh dengan variabel X1 dan X2 dihitung untuk melakukan regresi dan memperoleh nilai R-Squared, vif selanjutnya dihitung dengan cara $1 / (1 - R-Squared)$.
- b) Nilai tolerance rendah, kurang dari 0,1 ($VIF < 0,1$) menandakan ada multikolinieritas yang signifikan, nilai tolerance didapat dari menghitung $1 - R-Squared$ dari regresi variabel tertentu terhadap variabel lainnya.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan variance dari residual pada model regresi. Dalam uji ini menggunakan uji Gleser, jika probabilitas dengan signifikansi $> 5\%$. Bila variabel independen memberikan hasil

signifikan secara statistik yaitu memberikan pengaruh terhadap variabel terikat, sehingga dapat disimpulkan bebas masalah heteroskedastisitas.

3.7.5 Uji Kelayakan Model

1. Uji f (Simultan)

Uji simultan f digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas X_1 , X_2 dan variabel terikat Y dalam model regresi. Dengan pengujian yaitu:

- a) $H_0: b_1, b_2 = 0$ berarti variabel independen tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- b) $H_a: b_1, b_2 \neq 0$ berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

2. Koefisien Determinasi R^2

Dalam uji determinasi dilakukan untuk mengukur sebaik apa model regresi sudah sesuai atau cocok dengan data yang diamati. Dalam analisis ini koefisien determinasi diinterpretasikan untuk presentasi variasi dari variabel dependen yang bisa dijelaskan oleh variabel independen. Nilai koefisien determinasi R^2 yaitu antara 0 hingga 1 berikut :

- a) $R^2 = 0$ berarti variabel X tidak menjelaskan variasi dalam variabel Y
- b) $R^2 = 1$ berarti variabel X sepenuhnya menjelaskan variasi dalam variabel Y

Nilai R^2 tinggi menunjukkan regresi lebih baik dalam menjalankan variasi dalam data, namun penelitian terhadap model juga harus mempertimbangkan aspek lain berupa kecocokan model, asumsi dasar.

3.7.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk memutuskan suatu pernyataan yang diajukan terkait tolak ukur berdasarkan informasi dari data. Hipotesis adalah salah satu aspek kunci dari analisis statistik yang membantu dalam membuat kesimpulan tentang

pernyataan dari bukti dalam data, namun sebagai catatan hasil uji hipotesis tidak menjamin kebenaran mutlak melainkan memberi bukti pada kontak tertentu.

Uji t Dilakukannya uji ini berapa besar ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen :

1. $T_{hitung} < t_{tabel}$ = H_0 diterima dan H_1 ditolak

Variabel independen tidak dapat menerangkan variabel dependen , atau tidak ada pengaruh signifikan antara dua variabel yang diuji.

2. $T_{hitung} > t_{tabel}$ = H_0 ditolak dan H_1 diterima

Variabel independen dapat menerangkan variabel dependen, atau ada pengaruh signifikan antara dua variabel yang diuji.