

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian *explanatory research*, menurut Zulganef *explanatory research* adalah penelitian yang memiliki tujuan untuk mengkaji sebab dan akibat dari antar variabel yang menjelaskan mengenai fenomena tertentu. Sedangkan metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) metode penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data yang menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini merupakan salah satu jenis metode yang lebih terencana, sistematis, dan terstruktur dengan jelas sejak awal penelitian hingga pembuatan desain penelitiannya. (Sinambela, 2019)

1.2 Lokasi dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkungan Universitas Ngudi Waluyo pada program studi bisnis digital dengan *marketplace* Shopee sebagai medianya. Mahasiswa dari program studi ini dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka memiliki karakteristik yang relevan dalam konteks penggunaan platform digital dan perilaku konsumen *online*. Sebagai bagian dari generasi yang terbiasa dengan perkembangan teknologi digital, mahasiswa Program Studi Bisnis Digital memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang berbagai aspek teknologi, bisnis digital, dan *e-commerce*.

Marketplace Shopee dipilih sebagai fokus penelitian karena popularitasnya yang sangat tinggi di Indonesia, terutama di kalangan anak muda dan mahasiswa. Shopee menyediakan berbagai macam produk dengan harga yang bersaing serta menawarkan kemudahan dalam proses pembelian, pembayaran, dan pengiriman, yang membuat platform ini menarik bagi konsumen muda yang paham teknologi. Selain itu, Shopee sering mengadakan promosi dan diskon menarik, yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa.

Periode penelitian ini akan dilakukan selama rentang waktu enam bulan, dimulai pada bulan September 2024 hingga Januari 2025. Waktu ini dipilih untuk memberikan peneliti cukup waktu dalam mengumpulkan data yang valid dan representatif, terutama terkait dengan perilaku pembelian mahasiswa yang bervariasi sepanjang tahun akademik. Periode ini juga memungkinkan peneliti untuk mengamati perilaku pembelian selama berbagai kampanye promosi besar yang sering diadakan oleh Shopee, seperti kampanye diskon yang dapat mempengaruhi tren belanja bagi mahasiswa. Dalam kurun waktu ini, pengumpulan data akan dilakukan melalui pengisian kuisioner dan observasi kepada mahasiswa program studi bisnis digital pada Universitas Ngudi Waluyo.

1.3 Populasi dan Sampel

1.3.1 Populasi

Sugiyono (2013) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah yang generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk mempelajari dan untuk selanjutnya ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan teori tersebut maka peneliti memilih mahasiswa program studi bisnis digital pada Universitas Ngudi Waluyo sebagai populasinya. (Suryani et al., 2023) Berdasarkan PDDikti program studi bisnis digital per semester genap 2022/2023 terdapat 240 mahasiswa.

1.3.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *simple random sampling* dengan pemilihan dilakukan secara acak, dimana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Tujuannya adalah untuk memperoleh sampel yang representatif atau dapat mewakili dari populasi. (Firmansyah & Dede, 2022)

1.3.3 Teknik *Sampling*

Dalam penelitian ini pengambilan sampel yang dilakukan yaitu benar-benar yang dapat merepresentasikan atau mewakili seluruh populasi. Penelitian ini menggunakan teknik Slovin dalam pengambilan sampel, dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Sample

N = Populasi

E = Margin *error* yang ditoleransi atau presentase kelonggaran ketidaktelitian.

Margin *error* adalah ukuran ketidakpastian yang melibatkan variabilitas hasil survei dari hasil sebenarnya populasi. Dalam rumus Sloin yang digunakan dalam

penelitian ini kriteria kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir yaitu 10%, sehingga :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{240}{1 + 240 \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{411}{1 + 240 \times 0,01}$$

$$n = \frac{240}{1 + 2,4}$$

$$n = \frac{240}{3,4}$$

$n = 70,58$ (dibulatkan menjadi 71 responden)

Keputusan penggunaan *margin of error* sebesar 10% didasari oleh sejauh mana peneliti dapat mentolerir kelonggaran dari kesalahan dalam pengambilan sampel. Pada umumnya *margin of error* dari rumus Slovin yang dapat ditolerir yaitu 1%, 5% dan 10% karena dianggap masih *representative* dalam penentuan sampel. Dari hasil pengolahan dari populasi diatas, maka penelitian ini membutuhkan sebanyak 71 responden untuk mendukung dan mempermudah dalam pengolahan data dan hasil pengujian yang baik.

1.4 Sumber Data

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan sebelumnya, maka sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu :

1. Sumber Data Primer

Menurut Sugiyono (2018), data primer adalah data yang diperoleh dari tangan pertama untuk analisis berikutnya dan selanjutnya untuk menemukan solusi atau masalah yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban responden melalui kuisioner penelitian.

2. Sumber Data Sekunder

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2018), data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Data penelitian ini perlu adanya pelengkap yang diperoleh dari literatur-literatur, jurnal terdahulu, dan dokumen milik Universitas Ngudi Waluyo yang berhubungan dengan penelitian.

1.5 Metode Pengumpulan Data

1. Kuisioner

Teknik pengambilan data yang diambil dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuisioner. Menurut (Sugiyono, 2013) kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden untuk dijawab. Data kuisioner ini berisi tentang berbagai pertanyaan yang akan dijawab oleh responden.

2. Observasi

Observasi merupakan pengamatan secara langsung oleh peneliti agar lebih mampu memahami konteks data dan situasi keseluruhan sehingga dapat memperoleh pandangan yang menyeluruh. Observasi ini dilakukan dengan cara mengamati kegiatan

yang dilakukan oleh mahasiswa program studi bisnis digital Universitas Ngudi Waluyo yang berkaitan dengan dorongan pembelian impulsif pada aplikasi Shopee.

1.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil beberapa variabel yang digunakan untuk memperoleh pemahaman terhadap masalah yang diteliti. Variabel tersebut yaitu:

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
1	Perilaku Psikologis (X1)	Menurut Feshbein dan Ajzen (1975) perilaku psikologis adalah suatu tindakan yang berdasarkan pada sikap, intensi untuk bertindak dan norma sosial.	a. Sikap. b. Intensi perilaku. c. Norma sosial.	Feshbein dan Ajzen (1975)
2	Harga (X2)	Menurut Koler dan Armstrong (2008) harga adalah sejumlah uang atau nilai yang harus dibayarkan untuk memperoleh sesuatu berdasarkan keterjangkauan, daya saing, kesesuaian kualitas dan manfaat.	a. Keterjangkauan harga. b. Kesesuaian harga dengan kualitas. c. Daya saing harga. d. Kesesuaian harga dengan manfaat	Koler dan Armstrong (2008)

3	Tampilan Produk (X3)	Menurut Kotler dan Keller (2016) tampilan produk yaitu cara produk disajikan menggunakan visual untuk menarik perhatian konsumen dengan memperhatikan desain, kemasan dan <i>labelling</i> .	<ul style="list-style-type: none"> a. Desain produk. b. Kemasan. c. <i>Labeling</i> (informasi produk). 	Kotler dan Keller (2016)
4	Tren (M)	Menurut Schiffman dan Kanuk (2010) mengartikan tren sebagai pola perilaku, preferensi atau minat konsumen dalam jangka waktu tertentu yang dipengaruhi oleh keinginan sosial, budaya dan tekanan pada kelompok tertentu	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Social desires</i> (keinginan sosial). b. <i>Popular culture</i> (budaya populer). c. <i>Peer Influence</i> (tekanan kelompok). 	Schiffman dan Kanuk (2010)
5	<i>Implusive Buying</i> (Y)	Menurut Dholakia (2000) <i>Implusive Buying</i> adalah pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa adanya perencanaan sebelumnya, hal ini dipicu oleh emosi, minimnya perencanaan, kepuasan	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Emotional influence</i> (pengaruh emosi). b. <i>Lack of pre-purchase</i> (kurangnya perencanaan). c. <i>Desire for immediate satisfaction</i> (kepuasan langsung). 	Dholakia (2000)

		langsung dan pembelian tanpa evaluasi.	d. <i>Purchase without evaluation</i> (pembelian tanpa evaluasi).	
--	--	--	--	--

Sumber : Data Sekunder, 2025

1.7 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019), analisis data adalah pengelompokan data berdasarkan jenis variabel responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari semua responden, menyajikan data untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah.

Analisis yang diterapkan ada penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2018)

Metode analisa yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018), uji validitas adalah pengujian yang dilakukan dengan menggunakan alat ukur (kuisioner) untuk membuktikan bahwa instrumen, teknik atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksud. (Nur Fauziah et al., 2018) Jawaban atau respon dari responden

kemudian diolah kedalam Microsoft Exel untuk selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan alat bantu *SPSS*. Perhitungan ini dapat dilakukan dengan mengkorelasikan skor masing-masing item dengan skor total yang menggunakan korelasi *person product moment*.

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara r hitung dengan r tabel yang menyatakan bahwa suatu item dapat dinyatakan valid jika *Corrected Item Corellation* (r hitung) lebih besar dari pada r tabel. Dan sebaliknya jika r hitung $< r$ tabel maka angket dinyatakan tidak *valid*. Berikut kriteria yang harus dipenuhi :

Jika $r > 0,30$ maka item-item pertanyaan dari kuisisioner adalah valid.

Jika $r < 0,30$ maka item-item pernyataan dari kuisisioner adalah tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018), reabilitas adalah suatu alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang menunjukkan sejauh mana alat pengukuran tersebut dilakukan tanpa bias (bebas kesalahan – *error free*). Jika jawaban dari seseorang terhadap pertanyaan konssiten atau stabil dari waktu ke waktu, kuisisioner akan dianggap reliabel atau handal. (Nur Fauziah et al., 2018)

Ukuran reliabilitas dapat dikatakan jika nilai *Cronbarch's Alpha* (r/a) $> 0,60$ maka nilai ini dapat dikatakan reliabel. Namun, jika nilai $r < 0,60$ maka dinyatakan tidak dapat diandalkan (*non-reliable*) dimana pengujian reliabilitas ini menggunakan program *SPSS*. (Saluy et al., 2019)

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Agar semakin memperkuat dan menyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh yaitu linier dan dapat digunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka dilakukan pengujian sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Manurut Ghozali (2018), uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, kedua variabel yang diuji (bebas maupun terikat) mempunyai distribusi normal atau setidaknya mendekati normal. Jika hasil data berdistribusi normal, maka uji hipotesis dapat menggunakan statistic parametik. Sedangkan jika hasil data tidak normal, maka digunakan uji hipotesis statistik non parametik. (Helen, H & Rusdi, 2018)

Terdapat dua cara yang dapat digunakan untuk menganalisis apakah residu berdistribusi normal atau tidak dengan cara analisa grafik dan uji statistik. Dasar dari pengambilan kesimpulan dari uji ini yaitu jika sumbu menyebar sekitar garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, namun sebaliknya jika data menyebar jauh dari garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Menurut *Kolmogorov-Smirnov* nilai p signifikansi pada suatu model regresi dianggap normal jika lebih besar dari 0,05, dan begitupun sebaliknya dikatakan tidak normal jika lebih kecil dari 0,05.

b. Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik ditandai dengan tidak adanya korelasi antara variabel independen (variabel bebas). Ghazali (2018) menyatakan bahwa uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubunganyang signifikan antar variabel bebas. Ia juga mengungkapkan bahwa untuk mendeteksi gejala multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *VIF* (*Variance Inflation Faktor*), yaitu :

- a) Jika nilai Tolerance $> 0,1$ dari nilai *VIF* < 10 maka tidak ditemukan adanya multikolinieritas.
- b) Jika nilai Tolerance $< 0,1$ dari nilai *VIF* > 10 maka ditemukan adanya multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan sebagai bahan pengujian apakah dalam model regresi adanya ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain hasilnya tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan sebaliknya jika hasilnya berbeda maka disebut Heteroskedastisitas. Dalam uji ini, model regresi dinyatakan baik jika homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali, 2018)

Salah satu pengujian yang dapat dilakukan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan metode uji glejser, dimana tidak terjadi heteroskedastisitas yang apabila nilai probabilitas $>$ dari 0,05 maka dapat dipastikan model tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas dan begitu pula sebaliknya.

3.7.4 Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah model peramalan atau prediksi data interval atau rasio dan memiliki lebih dari satu prediktor. Uji ini digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara variabel bebas atau independen (X) terhadap variabel terkait atau dependen (Y). Rumus dari regresi linier berganda dituliskan dengan persamaan berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_n X_n + e$$

Keterangan :

Y : variabel terkait atau variabel response

X : variabel bebas atau variabel predictor

α : konstanta

β : slope atau koefisien estimate

e : stansart *error* (tingkat kesalahan)

3.8 Uji Hipotesis

Menurut Ghozali (2011), hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai hal yang digunakan untuk menjelaskan hal tersebut dan dapat juga menuntun atau mengarahkan penyelidikan selanjutnya. Pada penelitian ini, penulis menggunakan uji hipotesis berganda (*multiple regression*) dikarenakan penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen. Permasalahan berganda yang dimaksud tersebut adalah:

1. Uji Koefisien Determinan

Koefisien ini digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai dari koefisien determinasi yaitu antara nol dan 1. Nilai koefisien determinan yang mendekati angka 1 berarti bahwa variabel-variabel independen dapat memberikan semua informasi yang dibutuhkan dalam penelitian untuk memprediksi variabel-variabel lainnya. (Ghozali, 2011) Uji koefisien determinan dalam penelitian ini diukur dengan bantuan program aplikasi *SPSS*.

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikansi simultan atau disebut juga dengan uji statistik F pada dasarnya memiliki makna untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Hipotesis alternatif akan diterima jika nilai $F >$ dari 4 pada derajat kepercayaan 0,05. Hal ini memiliki arti bahwa semua variabel independen secara bersamaan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

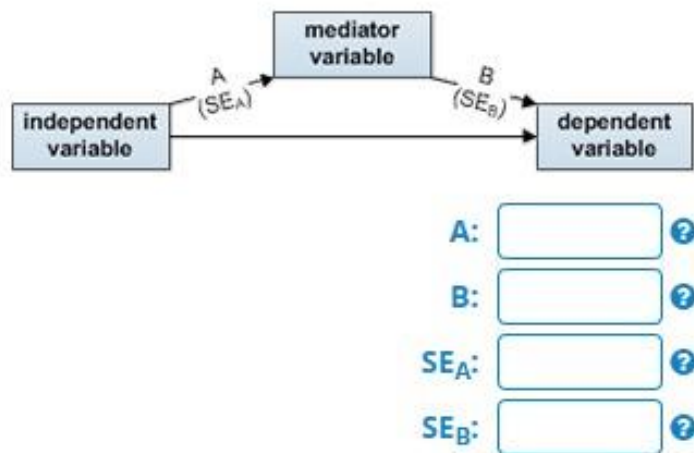
3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)

Uji statistik T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh dari variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai dari uji statistik T ini memiliki nilai signifikansi $\alpha : 5\%$. Kriteria dari pengujian ini adalah jika nilai signifikansi t ($p\text{-value}$) $< 0,05$, maka hipotesis alternatif dapat diterima dan menyatakan bahwa satu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. (Ghozali, 2011)

4. Uji Pengaruh Mediasi dengan Uji Sobel

Uji sobel merupakan alat uji yang digunakan untuk mengukur pengaruh langsung atau tidaknya variabel bebas terhadap variabel terikat melalui variabel intervening. Apabila nilai pada nilai *one tailed* dan *two tailed* harus lebih kecil dari $<0,05$ maka dapat dikatakan signifikan dengan dipengaruhi secara positif dari hasil pengujian variabel *intervening* $>1,96$, yang artinya variabel intervening dapat memediasi secara positif variabel bebas terhadap variabel terikat, dan berlaku untuk sebaliknya (Setyowati & Suryoko, 2020).

Perhitungan pengujian ini menggunakan kalkulator *online* yang diciptakan oleh Daniel Soper yaitu, *sobel test calculator*. Berikut merupakan gambar kalkulator *online* tes sobel:



Gambar 3 Sobel Test Calculator

Sumber : Daniel Soper, 2025