BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis metode penelitian yang spesifikasinya sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Penelitian kuantitatif banyak penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Pada tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik bila disertai dengan gambar, tabel, grafik, atau tampilan lainnya. Penelitian kuantitatif ini disajikan dengan angka-angka.

Menurut Sugiyono (2020) metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengambilan sampel umumnya dilakukan secara acak, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian yang terstruktur. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik kuantitatif atau statistik guna menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode kuantitatif juga dikenal sebagai metode tradisional, positivistik, ilmiah/*scientific* dan *metode discovery.*

Penelitian ini menerapkan pendekatan korelasi, yaitu metode penelitian yang melalui pengumpulan data untuk mengidentifikasi tingkat hubungan serta pengaruh antarvariabel. Berdasarkan landasan teori yang diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antar variabel

hedonic shopping value (X1), *lifestyle* (X2), *Fear of Missing Out* (X3) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y)

3.2 Lokasi dan Waktu

Tempat dan waktu penelitian merupakan sumber data dan dianggap sebagai suatu populasi sehingga dapat diambil sebagai sampelnya. Penentuan lokasi penelitian ini dianggap sangat penting karena berkaitan dengan jenis dan kelengkapan data yang akan dikumpulkan oleh peneliti sesuai dengan fokus yang telah ditetapkan. Penelitian ini berlokasi di Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur. Peneliti mengambil lokasi penelitian tersebut karena banyak masyarakat memiliki kebiasaan konsumtif dalam berbelanja terutama pada produk fashion. Periode penelitian adalah jangka waktu dilaksanakannya penelitian tersebut. Periode waktu yang dibutuhkan untuk penelitian dimulai dari bulan September 2025 sampai Januari 2026. Waktu yang digunakan untuk melaksanakan penelitian adalah selama 4 bulan. Jadwal penelitian dilaksanakan secara terarah dan tepat waktu seperti yang direncanakan pada waktu melakukan penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat melalui uraian tabel waktu penelitian berikut:

Tabel 3. 1 Waktu Kegiatan

No.	Kegiatan	Bulan				
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan
1.	Penyusunan Proposal					
2.	Review Proposal					
3.	Pengumpulan Data					
4.	Pengolahan Data					
5.	Analisis Data					

No.	Kegiatan	Bulan				
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan
6.	Ujian/Sidang Skripsi					
7.	Revisi					
8.	Penggandaan Laporan					

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini mengaju pada keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti, populasi tersebut dijadikan sebagai sasaran penelitian untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan studi, sehingga daat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang dilakukan. Populasi dalam penelitian ini yaitu pada penduduk Kabupaten Bojonegoro yang berjumlah 1,367,980 Jiwa. Dengan penjelasan sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Data Jumlah Penduduk

No.	Kecamatan	Laki-laki	Perempuan
1	Ngraho	24.319	24.101
2	Tambakrejo	28.773	28.227
3	Ngambon	6.064	5.951
4	Ngasem	32.072	31.060
5	Bubulan	7.829	7.827
6	Dander	44.264	43.762
7	Sugihwaras	24.113	23.849
8	Kedungadem	42.702	42.740
9	Kepohbaru	34.494	33.773
10	Baureno	43.241	42.205
11	Kanor	31.554	31.158

No.	Kecamatan	Laki-laki	Perempuan
12	Sumberrejo	37.044	36.773
13	Balen	34.598	34.338
14	Kapas	29.283	28.797
15	Bojonegoro	43.527	44.820
16	Kalitidu	26.271	26.110
17	Malo	16.350	16.327
18	Purwosari	15.696	15.415
19	Padangan	22.728	22.631
20	Kasiman	16.176	16.279
21	Temayang	19.079	18.921
22	Margomulyo	11.630	11.779
23	Trucuk	20.290	20.217
24	Sukosewu	22.530	22.198
25	Kedewan	6.890	6.997
26	Gondang	13.693	13.088
27	Sekar	14.681	14.280
28	Gayam	17.295	17.171
	Total	**687.186**	**680.794**

Sumber: bojonegorokab.go.id (2025)

3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2020) sampel adalah sebagain dari populasi yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, peneliti menerapkan teknik pengambilan sampel berupa purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu. Oleh karena itu, pemilihan sampel dilakukan dengan menetapkan karakteristik khusus pada populasi sasaran yang disesuaikan dengan tujuan dan permasalahan penelitian. Adapun kriteria yang ditetapkan untuk dijadikan sampel:

a. Generasi Z dengan usia rentang yaitu 13-28 tahun
b. Berdomisili di Kabupaten Bojonegoro
c. Pengguna aktif marketplace terutama pada aplikasi Shopee

Menurut Hair et al (2017) bahwa jumlah sampel yang baik berkisaran antara 100-200 responden. Penentuan jumlah tersebut juga dapat disesuaikan dengan banyaknya indikator yang digunakan dalam kuisioner, dengan ketentuan bahwa jumlah sampel ideal adalah sekitar 5-10 kali dari total indikator yang diteliti. Pada penelitian ini memiliki 14 indikator, maka dari itu penelitian ini menggunakan rumus hair :

Sampel = 10 x jumlah indikator

= 10 x 14

= 140 responden

Berdasarkan perhitungan diatas, peneliti menggunakan asumsi 10 kali jumlah indikator atau sebanyak 140 responden. Apabila menggunakan angka 5, maka sampel masih dibawah 100, sehingga bila menggunakan angka 10, maka sampel sudah melebihi 100 dan dapat memenuhi syarat minimal jumlah responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Peneliti

Penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data. Penelitian ini terdiri atas empat variabel, yaitu *Hedonic Shopping Value, Lifestyle,* dan

Fear of Missing Out (FoMO) sebagai variabel bebas (*independent*) dan Perilaku Konsumtif sebagai variabel terikat (*dependent*).

3.4.2 Sumber Data

Menurut sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka data dibagi menjadi dua, yaitu:

1) Data Primer

Menurut Sugiyono (2020) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui jawaban responden yang mengisi kuisioner penelitian.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, melainkan diperoleh dalam bentuk yang telah tersedia dan diolah sebelumnya. Data ini berfungsi untuk mendukung dan memperkuat data primer yang dibutuhkan dalam penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini berupa artikel-artikel dari *website*, internet, berita yang relevan dan beberapa literatur yang relevan.

Tabel 3. 3 Jumlah populasi Generasi Z Kabupaten Bojonegoro

No.	Kecamatan	Total
1	Ngraho	10.146
2	Tambakrejo	11.380
3	Ngambon	2.248
4	Ngasem	12.381
5	Bubulan	2.860
6	Dander	18.845
7	Sugihwaras	9.504

No.	Kecamatan	Total
8	Kedungadem	16.315
9	Kepohbaru	13.845
10	Baureno	18.574
11	Kanor	12.694
12	Sumberrejo	14.541
13	Balen	13.651
14	Kapas	12.508
15	Bojonegoro	20.733
16	Kalitidu	11.062
17	Malo	6.599
18	Purwosari	6.480
19	Padangan	10.156
20	Kasiman	6.901
21	Temayang	7.104
22	Margomulyo	4.863
23	Trucuk	8.484
24	Sukosewu	8.618
25	Kedewan	2.980
26	Gondang	5.115
27	Sekar	5.735
28	Gayam	6.865
Total		**281.187**

Sumber: bojonegorokab.go.id (2025)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara atau metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitiannya. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah survei dengan memanfaatkan kuisioner yang didistribusikan secara online. Menurut Mc Millan dan Schumarcher dalam *Fit*rotunnisa et al (2022) dalam penelitian survei, peneliti memilih sampel dari responden dan menggunakan kuisioner untuk mengumpulkan informasi terkait variabel yang menjadi fokus penelitian. Data

yang terkumpulkan kemudian dimanfaatkan untuk mendeskripsikan karakteristik dari populasi tertentu. Secara lebih rinci teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Menurut Hikmawati (2020) observasi merupakan kegiatan pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk memahami konteks data dalam suatu situasi sosial secara lebih mendalam. Melalui observasi, peneliti dapat mendeskripsikan kondisi nyata di lapangan sehingga memperoleh sudut pandang yang komprehensif dan menyeluruh. Pengamatan langsung ini membantu peneliti dalam memahami fenomena yang diteliti secara lebih jelas, sehingga mendapatkan gambaran utuh mengenai situasi sosial yang sedang diamati.

b. Kuisioner

Pengertian kuisioner menurut Sugiyono (2020) teknik pengumpulan data dengan cara memberikan sebuah pertanyaan atau pernyataan dalam bentuk tulisan. Dalam penelitian kuisioner digunakan untuk mengumpulkan data dari responden yang telah ditentukan. Kuisioner yang akan dalam penelitian menggunakan jenis kuisioner online dengan memanfaatkan situs Google Form. Kuisioner diberikan kepada responden dalam bentuk *link,* yang mengharuskan responden menggunakan koneksi internet untuk menginstal.

3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional merupakan penjabaran suatu konsep ke dalam bentuk yang bersifat terukur dan dapat diterapkan dalam penelitian. Tujuan penyusunan definisi operasional adalah untuk memberikan kejelasan makna terhadap variabel penelitian melalui pendapatan prosedur atau langkah-langkah yang harus dilakukan peneliti dalam proses pengukuran variabel. Selain itu, definisi operasional berfungsi sebagai batasan yang menjelaskan karakteristik variabel secara jelas, sehingga pengukuran dapat dilakukan secara sistematis dan konsisten (Sugiyono, 2020). Secara umum, tabel berikut menyajikan atribut, indikator serta definisi operasional dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 3. 4 Operasional Variabel

No	Nama Variabel	Definisi Para Ahli	Definisi Operasional Variabel	Indikator
1	*Hedonic shopping value* (X1)	Menurut Suryani et al (2021) *Hedonic shopping value* adalah nilai belanja yang berorientasi pada kesenangan, hiburan, serta pengalaman emosional.	*Hedonic shopping value* merupakan sejauh mana konsumen merasakan kesenangan, hiburan, dan kepuasan emosional ketik melakukan aktivitas belanja.	1. *Adventur/ explore shopping* 2. *Value Shopping* 3. *Idea shopping* 4. *Social shopping* 5. *Relaxtion shopping* (Ozen & Engizek, 2014)
2	*Lifestyle* (X2)	Menurut Jumiati et al (2024) *Lifstyle* merupakan gabungan dari kebiasaan, pandangan, dan	*Lifestyle* adalah pola aktivitas, minat, dan opini yang memengaruhi keputusan pembelian	1. *Aktivities* 2. *Interest* 3. *Opinion* Puranda & Madiawati (2017) dalam

No	Nama Variabel	Definisi Para Ahli	Definisi Operasional Variabel	Indikator
		cara seseorang berinteraksi dengan lingkungannya, mencakup aspek seperti cara berpakaian, pola konsumsi, dan pengisian waktu sehari-hari.	konsumen, khususnya produk fashion.	Nainggolan et al (2023)
3	*Fear of Missing Out* (FoMO) (X3)	Menurut Szawłoga et al (2024) *Fear of Missing Out* (FoMO) didefinisikan sebagai kecemasan yang diakibatkan oleh ketakutan akan kehilangan pengalaman atau informasi berharga yang sedang dialami oleh orang lain, yang semakin dipengaruhi oleh kebiasaan terus-menerus mengikuti media sosial.	*Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan tingkat kecemasan, kekhawatiran, dan ketakutan individu ketika merasa tertinggal tren atau informasi di media sosial.	1. Ketakutan 2. Kekhawatiran 3. Kecemasan Przybylski et al (2013)

3.7 Teknik Analisis Data (Statistik)

Partial Least Squares (PLS) adalah salah satu metode statistik yang banyak digunakan untuk menganalisis data, dan sering kali diterapkan dalam konteks penelitian yang melibatkan hubungan kompleks antara variabel-variabel independen dan dependen. PLS digunakan untuk menganalisis jawaban

responden. Tujuan dari PLS-SEM adalah untuk mengembangkan atau membangun teori (berorientasi pada prediksi). PLS digunakan untuk menjelaskan adanya atau tidaknya hubungan antara variabel laten (*prediction*). Selain itu, PLS memiliki sifat yang memungkinkan rumusan kesimpulan yang lebih tepat karena tidak mengasumsikan data dengan pengukuran skala tertentu. Proses analisis PLS-SEM terdiri dari dua bagian utama, yaitu *measurement model* dan *structural model* (Sugiyono, 2020).

1. Uji *Measurement model* (*Outer Model*)

Evaluasi terhadap model pengukuran atau *Outer Model* dilakukan untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas model yang digunkaan. Pada *Outer Model* dengan indikator reflektif, penilaian dilakukan melalui pengujian validitas konvergen dan validitas diskriminan terhadap indikator-indikator pembentuk konstruk laten, serta pengukuran reliabilitas menggunakan nilai *composite reliability* dan *Cronbach's alpha* pada setiap blok indikator. (Hardisman, 2021). Uji yang dilakukan pada *Outer Model* yaitu:

a. *Convergent validity*

Nilai *convergent validity* dapat dilihat dari korelasi antara *score item* atau indikator dengan konstruknya. Indikator dianggap reliabel jika memiliki nilai korelasi di atas 0,7, namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, nilai *loading* faktor 0,5 – 0,6 masih dapat diterima (Hardisman, 2021).

b. *Discriminant validity*

Nilai ini merupakan nilai *Cross Loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain. Dapat dikatakan *discriminal validity* jika akar AVE setiap kontruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya dengan nilai >0,50 (Hardisman, 2021).

c. *Reliability*

Pengukuran *reliabilitas* dilakukan melalui penilaian *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Konstruk dinyatakan *reliable* jika nilai *composite reliability* maupun *crombach alpha* di atas 0,70.

2. Analisis *Inner Model*

Pengujian *Inner Model* merupakan tahap pengembangan model yang didasarkan pada konsep teoritis dengan tujuna menganalisis keterkaitan antara variabel eksogen dan variabel endogen yang telah dirumuskan dalam kerangka konseptual penelitian (Arifin et al., 2023). Evaluasi *Inner Model* dapat dilakukan mellaui beberapa indikator tertentu. Analisis *Inner Model* sndiri dikenal sebagai analisis struktural yang bertujuan untuk memprediksi dan menjelaskan hubungan antar variebel laten dlam model penelitian (Hardisman, 2021). Evaluasi *Inner Model* dapat dilihat dari beberapa indikator meliputi:

a. *R-Square*

Perubahan nilai *R-Square* menjelaskan mengenai pengaruh variabel laten eksogen terhadap endogen. Rentang nilai *R-Square* 0,75 dikatakan baik, 0,50 dikatakan moderat, dan 0,25 dikatakan lemah.

b. *F-Square*

F-Square digunakan untuk menilai kinerja gabungan antara mode pengukuran dan model struktural, dengan rentang nilai antara 0 hingga 1. Interpretasi nilai tersebut diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu 0-0, 25 menunjukkan pengaruh kecil, 0, 25-0, 36 menunjukkan pengaruh moderat, dan nilai >0, 36 menunjukkan pengaruh besar.

c. *Path Coefficients*

Koefisien regresi standar yang menunjukkan pengaruh langsung dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model jalur tertentu.

3.8 Uji Hipotesis

Analisis yang diterapkan dalam pengujian hipotesis penelitian ini adalah uji beda atau uji T. Jenis uji T yang digunakan ialah *Independent Sample T-Test*. Uji *Independent Sample T-Test* merupakan teknik statistik untuk membandingkan rata-rata dua kelompok yang berasal dari sampel berbeda dan bersifat independen. Secara konseptual, uji *Independen Sample T-Test* bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan nilai rata-rata antara dua populasi dengan cara membandingkan mean dari masing-masing sampel.

Sebelum dilakukan analisis *Independent Sample T-Test*, terlebih dahulu data harus memenuhi syarat awal, syarat tersebut antara lain:

1) Data berbentuk interval atau rasio
2) Data sampel berasal dari populasi yang terdistribusi normal
3) Variansi antara dua sampel yang dibandingkan tidak berbeda secara signifikan (*homogen*)
4) Data berasal dari dua sampel yang berbeda

Uji t atau t-test digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji t, yaitu membandingkan antara t hitung dengan t table. Pengujian ini dilakukan dengan syarat sebagai berikut:

1) Jika t hitung < dari t tabel maka H0 diterima
2) Jika t hitung > dari t tabel maka H0 ditolak

Selain itu pengujian ini juga dapat dilakukan dengan melakukan pengamatan nilai signifikan t pada tingkat a (0,05). Analisis didasarkan pada perbandingan antara signifikan t dengan signifikan 0,05. Dasar keputusan yang diambil dalam uji t yaitu:

a. Jika signifikan t < 0,05, maka hipotesis H0 ditolak. Artinya bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
b. Jika signifikan t > 0,05, maka hipotesis H0 diterima. Artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.