

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Definisi lain menyebutkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.⁸⁰ Menurut Sugiyono menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.⁸¹

B. Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan judul yang ditulis yaitu “Pengaruh *Shopping Lifestyle*, Diskon dan Religiusitas Terhadap *Impulse Buying* pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah

⁸⁰ Witri Zuama Qomarania, “Pertemuan 8: Metode Penelitian,” *Modul Metodologi Penelitian* (n.d.).

⁸¹ Darmawati Andi Ibrahim, Asrul Haq Alang, Madi, Baharuddin, Muhammad Aswar Ahmad, “Metologi Penelitian” (n.d.).

Universitas Siliwangi)”. Berdasarkan uraian tersebut maka variabel dalam penelitian ini meliputi:

1. Variabel Independen/Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang menjadi penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain.⁸² Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Shopping Lifestyle* (X_1), Diskon (X_2), dan Religiusitas (X_3).

a. *Shopping Lifestyle* (X_1).

Shopping Lifestyle ialah sebuah metode yang dilaksanakan oleh seorang individu guna melakukan pengalokasian terhadap waktu serta uang yang dimiliki atas beragam layanan, produk, fashion, teknologi, pendidikan serta hiburan yang tersedia.⁸³ Adapun pengukuran dan operasional variabel ini dijabarkan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 3.1 Operasional Variabel Shopping Lifestyle (X_1).

Variabel	Indikator	Skala
<i>Shopping Lifestyle</i> (X_1) ⁸⁴	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menanggapi untuk setiap iklan mengenai suatu produk. 2. Membeli produk dengan model baru, 3. Berbelanja merek atau brand yang paling terkenal 4. Meyakini bahwa merek atau brand yang terkenal yang dibeli adalah dalam hal kualitas 5. Sering melakukan pembelian lebih dari satu merek 	Likert

⁸² Nfn Purwanto, “Variabel Dalam Penelitian Pendidikan,” *Jurnal Teknodik* 6115 (2019): 196–215.

⁸³ NATOIL NATOIL, “Analisis Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Serta Pengaruhnya Terhadap Impulse Buying Behavior,” *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)* 15, no. 1 (2023): 151–160.

⁸⁴ Rayyisa Nurul Haq1, Acep Samsudin2, “ANALISIS KETERLIBATAN FASHION DAN GAYA HIDUP BERBELANJA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA DISTRO PLATT MARS CABANG KOTA SUKABUMI.”

b. Diskon (X2)

Menurut Gitosudarmo diskon adalah harga yang lebih rendah dari harga yang seharusnya dibayarkan didasarkan pada beberapa hal diantaranya waktu pembayaran yang lebih awal, tingkat serta jumlah pembelian dan pembelian pada musim tertentu.⁸⁵ Adapun pengukuran dan operasional variabel ini dijabarkan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 1.2 Operasional Variabel Diskon (X2)

Variabel	Indikator	Skala
Diskon (X2) ⁸⁶	1. Besarnya potongan harga 2. Masa potongan harga 3. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga 4. Efektifitas diskon	likert

c. Religiusitas (X3)

Religiusitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang Muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam.⁸⁷ Adapun pengukuran dan operasional variabel ini dijabarkan dalam bentuk tabel berikut:

⁸⁵ E. Putra, S. Kumadji, and E. Yulianto, "PENGARUH DISKON TERHADAP MINAT BELI SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Study Pada Konsumen Yang Membeli Produk Diskon Di Matahari Department Store Pasar Besar Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 38, no. 2 (2016): 184–193.

⁸⁶ Siska Hastari Utami, "PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN BONUS PACK TERHADAP IMPULSE BUYING PADA PELANGGAN ALFAMART KOTA TENGAH KECAMATAN KEPENUHAN."

⁸⁷ Intan Ayu, "Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, Impulsif Buying, Hedonisme, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Store Media Sosial Dengan Self Control Sebagai Variabel Intervening," *Journal Of Sharia Economics* 3, no. 1 (2020): 23–37.

Tabel 3.3 Operasional Religiusitas (X3)

Variabel	Indikator	Skala
Religiusitas (X3) ⁸⁸	1. Keyakinan 2. Praktik agama 3. Penghayatan 4. Pengetahuan agama 5. Pengalaman konsekwensi	Likert

2. Variabel Dependen/Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Sehingga variabel ini merupakan variabel terikat yang besarnya tergantung dari besaran variabel independen ini, akan memberi peluang terhadap perubahan variabel dependen (terikat) sebesar koefisien (besaran) perubahan dalam variabel independen.⁸⁹

Menurut Solomon Pembelian impulsif ialah fenomena yang muncul saat seseorang memiliki emosi spontan. Pendapat lain mendefinisikan pembelian impulsif ialah kejadian dimana pengguna bertransaksi secara tiba-tiba dan pengguna memiliki keyakinan bahwa transaksi yang dilakukan merupakan tindakan yang normal, menurut D. Rook & Fisher.⁹⁰

Adapun pengukuran dan operasional variabel ini dijabarkan dalam bentuk tabel berikut:

⁸⁸ “DIMENSI RELIGIUSITAS DAN PENGARUHNYA TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOUR (Studi Pada Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto).”

⁸⁹ Purwanto, “Variabel Dalam Penelitian Pendidikan.”

⁹⁰ Uswatun Chasanah and Muhammad Mathori, “Impulsive Buying: Kajian Promosi Penjualan, Gaya Hidup, Dan Norma Subyektif Pada Marketplace Di Yogyakarta,” *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 12, no. 2 (2021): 231–255.

Tabel 3.4 Operasional Variabel Impluse Buying (Y)

Variabel	Indikator	Skala
<i>Impulse buying</i> (Y) ⁹¹	1. Pembelian spontan 2. Pembelian tanpa berpikir akibat 3. Pembelian terburu-buru 4. Pembelian dipengaruhi keadaan emosional 5. Ketika melihat sesuatu langsung membelinya	likert

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono memberikan pengertian bahwa, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan emudian ditarik kesimpulannya.⁹² Populasi pada penelitian ini yaitu Mahasiswa aktif Prodi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi yang berjumlah 642 Mahasiwa.

Tabel 3.5 Jumlah Mahasiswa Angkatan 2020, 2021, 2022 dan 2023

No	Angkatan	Jumlah Responden
1	2020	147
2	2021	115
3	2022	149
4	2023	179
Total		590

Dari jumlah mahasiwa aktif prodi ekonmi syraiah universitas siliwangi peneliti menggunakan populasi angkatan 2020, 2021, 2022 dan 2023.

2. Sampel

Menurut Somantri sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.⁹³ Teknik penentuan

⁹¹ Aprilia Eka Sari, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan," *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)* 13, no. 1 (2014): 55–73, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/13964>.

⁹² Dameria Sinaga, "BukuAjarStatistikaDasar" (2014): 282.

⁹³ *Ibid.*

sampel dalam penelitian ini yaitu Pengambilan Sampel Probabilitas (*Probability Sampling*) Probabilitas sampling berarti bahwa setiap item dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dimasukkan dalam sampel.⁹⁴ Dengan metode *Simple Random Sampling*. *Simple Random Sampling* banyak digunakan dalam penelitian ilmiah. Sederhana pengambilan sampel secara acak dipilih untuk populasi yang anggotanya sangat homogen penelitian dipilih secara acak untuk berpartisipasi dalam penelitian.⁹⁵

Penentuan jumlah anggota sampel dilakukan dengan cara pengambilan sampel acak sederhana terlebih dahulu untuk menentukan batas minimal sampel yang akan diambil dengan menggunakan rumus *Slovin*.

Rumus *Slovin* digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya yaitu sebanyak 411 Mahasiswa. Untuk tingkat presisi yang ditetapkan dalam penentuan sampel adalah 10%. Alasan peneliti menggunakan tingkat presisi 10% Karena jumlah populasi kurang dari 1000. *Rumus Slovin*:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Total populasi

e = Batas toleransi Kesalahan (*margin of error*)

⁹⁴ Deri Firmansyah and Dede, "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1, no. 2 (2022): 85–114.

⁹⁵ Graham Kalton, "Simple Random Sampling," *Introduction to Survey Sampling*, no. December (2011): 9–16.

Berdasarkan rumus *slovin* maka dapat diukur besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{642}{1+642 \cdot (0.1)^2} = 86,52$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi.

Peneliti mengambil sampel 25% dari total mahasiswa per angkatan dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.6 Jumlah Sampel

No	Angkatan	Jumlah Responden	Presentase
1	2020	37	25%
2	2021	29	25%
3	2022	38	25%
4	2023	45	25%
Total		149	100%

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah melalui kuesioner (angket). Angket merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi kesepakatan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner sebagai salah satu instrumen penelitian ilmiah banyak dipakai pada penelitian sosial. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data primer dengan metode survei untuk memperoleh opini responden.⁹⁶ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuesioner (angket) dengan media google form kepada 149

⁹⁶ Isti Pujihastuti, "Isti Pujihastuti Abstract," *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian 2*, no. 1 (2010): 43–56.

Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi yang menggunakan *e-commerce* Shopee.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Variasi jenis instrumen penelitian adalah, angket, checklist atau daftar centang, pedoman wawancara, pedoman pengamatan.⁹⁷ Pada penelitian ini peneliti menggunakan skala likert untuk pengukuran instrument. Skala Likert atau Likert Scale adalah skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Dengan skala likert ini, responden diminta untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan mereka untuk menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan. Pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini biasanya disebut dengan variabel penelitian dan ditetapkan secara spesifik oleh peneliti.⁹⁸

Tingkat persetujuan yang dimaksud dalam skala Likert ini terdiri dari 5 pilihan skala yang mempunyai gradasi dari Sangat Setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS). 5 pilihan tersebut diantaranya adalah:⁹⁹

1=Sangat Tidak Setuju (STS)

2=Tidak Setuju (TS)

⁹⁷ Ema Nurzainul Hakimah, "Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Khas Daerah Kediri Tahu Merek 'POO' Pada Pengunjung Toko Pusat Oleh-Oleh Kota Kediri," *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 1, no. 1 (2016): 13–21.

⁹⁸ CRP Dr. Hanafiah, Adang Suteja, S.Si., M.M, Iskandar Ahmaddien, SST., S.E., M.M., "Pengantar Statistika" (2020): Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.

⁹⁹ *Ibid.*

3=Ragu-ragu (RG)

4=Setuju (S)

5=Sangat Setuju (SS)

Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan matriks pengembangan instrument atau kisi-kisi instrument.

Tabel 3.7 Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	No Item	Jumlah Item
<i>Shopping Lifestyle (X₁)</i>	1. Menanggapi untuk setiap iklan mengenai suatu produk	1	5
	2. Membeli produk dengan model terbaru	1	
	3. Berbelanja merek atau brand yang paling terkenal	1	
	4. Meyakini bahwa merek atau brand terkenal yang dibeli adalah dalam hal kualitas	1	
	5. Sering melakukan pembelian lebih dari satu merek	1	
Diskon (X ₂)	1. Besarnya potongan harga	1	4
	2. Masa potongan harga	1	
	3. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga	1	
	4. Efektivitas diskon	1	
Religiusitas (X ₃)	1. Keyakinan	1	5
	2. Praktik agama	1	
	3. Penghayatan	1	
	4. Pengetahuan agama	1	
	5. Pengalaman dan konsekuensi	1	
<i>Impulse buying (Y)</i>	1. Pembelian spontan	1	5
	2. Pembelian tanpa berpikir	1	
	3. Pembelian terburu-buru	1	
	4. Pembelian dipengaruhi keadaan emosional	1	
	5. Ketika melihat suatu produk langsung membelinya	1	

Uji Validitas Instrumen dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Setelah kuesioner itu tersusun dan teruji validitasnya, dalam praktek belum tentu data yang terkumpul data yang valid.¹⁰⁰ Untuk menguji validitas alat ukur terlebih dahulu dicari korelasi antara bagian-bagian alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir.

Besaran nilai koefisien korelasi dapat diperoleh dengan rumus seperti di bawah ini:¹⁰¹

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i) (\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2]} \sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

r_{ix} = koefisien korelasi

i = skor item

x = skor total dari x

Nilai uji validitas akan dibuktikan dengan menggunakan program SPSS 26 *for window*.

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur suatu objek yang sama dan menghasilkan data yang sama maka

¹⁰⁰ M.M Ir. Syofian siregar, "Statistik Parametrik Untuk Penelitian," 2014. Hlm. 75.

¹⁰¹ Sujarweni dan Endrayanto, "Statistika Untuk Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif," *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (2006). hlm.185.

instrumen tersebut reliabel.¹⁰² Uji reabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbarch's alpha*. Untuk menguji apakah instrumen reliabel, digunakan batasan 0,60. Jika nilai *Cronbarch's Alpha* > 0,60 maka disebut reliabel. Disebut juga pada penelitian ini.

F. Uji Persyaratan Analisis

Uji prasyarat analisis meliputi uji asumsi dasar dan uji asumsi klasik yaitu:

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah syarat untuk menentukan uji statistik yang bertujuan untuk mengetahui bahwa data penelitian yang dianalisis berdistribusi normal atau tidak. Apabila data tidak berdistribusi normal maka tidak dapat menggunakan analisis parametrik melainkan menggunakan analisis non-parametrik.¹⁰³ Dalam penelitian ini uji normalitas data dihitung menggunakan metode *one sample kolmogorov-smirnov* karena responden >30. Dengan mengambil tingkat signifikansi sebesar 0,05, jika signifikansi > 0,05 maka variabel berdistribusi normal dan jika signifikansi < 0,05 maka variabel tidak berdistribusi normal.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

¹⁰² Sugiyono, "Buku Metode Penelitian Sugiyono," *Data Kualitatif*, 2012. hlm. 121.

¹⁰³ Kumba Digdowiseiso, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia*, vol. 1, 2017. hlm. 106.

Berguna untuk mengetahui apakah model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antar variabel independen. Jika korelasi kuat, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi.¹⁰⁴ Uji ini dilakukan dengan cara melihat koefisien korelasi antar variabel independen. Apabila Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10 dan toleran $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinieritas.¹⁰⁵

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Cara pengujiannya dengan Uji *Glejser*. Pengujian dilakukan dengan meregresikan variable-variabel bebas terhadap nilai *absolute residual*. *Residual* adalah selisih antara nilai variabel Y dengan nilai variabel Y yang diprediksi, dan absolut adalah nilai mutlaknya (nilai positif semua). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁰⁶

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dengan menggunakan software aplikasi SPSS 26. Tujuannya adalah untuk menginterpretasikan pendapat responden terhadap pilihan pernyataan dan distribusi frekuensi dan pernyataan responden berdasarkan data yang telah dikumpulkan.

¹⁰⁴ Ryan Anwari, "Ekonometrika I Uji Asumsi Klasik: Multikoleniaritas," *manuskrip (Banjarmasin: Disimpan oleh Yusuf Anshari, tth (n.d.))*. hlm. 80.

¹⁰⁵ A A Sagung Diah Istri Pramayani and I Gusti Ayu Dewi Adnyani, *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 2, no. 1 (2018): .

¹⁰⁶ Gun Mardiatmoko, "BAREKENG : Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan The Importance of the Classical Assumption Test in Multiple Linear Regression Analysis (A Case Study of the Preparation of the Allometr ... PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA (," no. January (2021).

1. Analisis Statistik Deskriptif

Sugiyono mengatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan obyek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.¹⁰⁷

2. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dengan kata lain, teknik ini dipergunakan jika kita ingin memprediksi perubahan satu variabel dependen berdasarkan perubahan satu variabel independen, dimana kedua variabel tersebut berskala interval atau rasio. Prediksi perubahan satu variabel independen tersebut adalah menggunakan persamaan umum regresi linear sederhana berikut:¹⁰⁸

$$Y' = \alpha + \beta X$$

Dimana :

Y = Subyek dalam variabel dependen yang di prediksi

α = Intercept, harga Y bila X = 0 (harga konstant)

β = Angka arah atau koefisien regresi (slope), yang menunjukka angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

Bila (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

¹⁰⁷ Sena Wahyu Purwanza dkk., *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi, News.Ge*, 2022.

¹⁰⁸ Mujiyanto Mujiyanto and Innovation Agency, "Menggunakan SPSS 15 Mujiyanto," no. March (2022).

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi ini memiliki satu variabel dependen (Y) dan dua atau lebih variabel independen (X).¹⁰⁹ Analisis ini digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) nilai dari variabel tergantung (kriteria), bila dua atau lebih variabel bebas (independen) sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikurunkan nilai). Berikut adalah rumus regresi linier berganda untuk 3 prediktor:¹¹⁰

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = *Impulse buying*

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi

X₁ = *Shopping Lifestyle*

X₂ = Diskon

X₃ = Religiusitas

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Koefisien Determinan (R²)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel tergantung R=0, maka tidak ada sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel tergantung

¹⁰⁹ Sujarweni dan Endrayanto, "Statistika Untuk Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif." hlm. 88.

¹¹⁰ Ir. Syofian siregar, "Statistik Parametrik Untuk Penelitian." hlm. 443.

atau variasi variabel bebas yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel tergantung. Sebaliknya $R^2 = 1$ maka persentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel tergantung adalah sempurna atau variasi variabel bebas yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel tergantung.

b. Uji Koefisien Regresi secara Simultan (uji f)

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah kedua variabel tak bebas secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel tak bebas.¹¹¹ Hasil uji f dapat dilihat pada output *ANOVA* dari hasil Analisis Linier Berganda. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$).

c. Uji Koefisien secara Parsial (uji t)

Digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung. Uji ini mengetahui kebenaran pernyataan atau dugaan yang dihipotesiskan oleh si peneliti.¹¹² Hasil uji t dapat dilihat pada output *coefficients* dari hasil analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$).

d. Uji Korelasi

Menurut Sugiyono (2018:231) menyatakan bahwa: “korelasi product moment digunakan untuk mencari pengaruh dan membuktikan hipotesis pengaruh dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau rasio. Dan sumber data dari dua variabel atau lebih adalah sama”. Setelah angka korelasi didapat, maka bagian kedua

¹¹¹ *Ibid.*

¹¹² *Ibid.*

adalah menguji apakah angka korelasi yang didapat benar-benar signifikan atau dapat digunakan untuk menjelaskan variable.¹¹³ Dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi, besar korelasi dan arah korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat. Pada penelitian ini uji korelasi ditunjukkan untuk mengetahui “Korelasi Pengaruh *Shopping Lifestyle*, Diskon, dan Religiusitas Terhadap *Impulse Buying* pada *E-Commerce* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi)”.

Tabel 3.8 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
1	0,000 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,200 – 0,399	Rendah
3	0,400 – 0,599	Sedang
4	0,600 – 0,799	Kuat
5	0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono

H. Tempat dan Jadwal Penelitian

1. Tempat Penelitian

Untuk penelitian data yang diperlukan dalam penelitian skripsi ini, peneliti akan melakukan penelitian dengan responden Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam yang menggunakan *e-commerce* Shopee.

¹¹³ Nauval Ghifari Rasyid, “Korelasi Konsentrasi Dengan Hasil Performa Memanah Jarak 30 Meter,” *Studi Korelasional ekstrakurikuler* (2022): 43–50.

2. Jadwal Penelitian

Tabel 3.9 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Periode									
		Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mrt	April	Mei
1.	Penyusunan Usulan										
2.	Seminar Proposal										
3.	Pelaksanaan Penelitian										
4.	Seminar Hasil										
5.	Sidang Skripsi										