

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam sebuah penelitian karena objek penelitian merupakan sasaran yang hendak dicapai untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah mahasiswa/i Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Angkatan 2020-2023. Penelitian ini akan dilakukan dengan mengisi kuesioner di *Google Form* yang akan diisi oleh mahasiswa/i Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Angkatan 2020-2023.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Dalam Penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel. Teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015). Kemudian pendekatan deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik itu satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara satu variabel dengan variabel yang lain.

### 3.2.1 Operasioanalisis Variabel

Operasional variabel adalah proses penguraian variabel penelitian menjadi sub variabel, dimensi, indikator dan pengukuran variabel. Sesuai judul yang saya teliti yaitu “Pengaruh *Live Shopping Flash Sale, Electronic Word of Mouth* terhadap *Impulsive Buying* pada Aplikasi Shopee”

#### 1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel dependen (Sugiyono, 2013).

#### 2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau yang menjadi akibat, sering disebut sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuen (Sugiyono, 2013).

**Tabel 3.1**

#### Operasionalisasi Variabel

| Variabel                    | Deifinisi Variabel   | Dimensi | Indikator  | Skala   |
|-----------------------------|--|---------|--|---------|
| (1)                         | (2)  | (3)     | (4)  | (5)     |
| <i>Impulsive Buying</i> (Y) | Pembelian <i>impulsive</i> adalah ketika sesuatu dibeli dengan cepat dan tidak masuk akal, tanpa persiapan, dan dengan pikiran konflik dan dorongan emosional. |         | 1. Spontanitas Pembelian<br>2. Kekuatan, Kompulsif dan intensitas<br>3. Kegairahan dan Stimulasi<br>4. Ketidakpedulian akan akibat | Ordinal |

| (1)   | (2)  | (3)  | (4)   | (5)     |
|---|--|--|---|---------|
| <i>Live Shopping</i> (X <sub>1</sub> )            | <i>Live Shopping</i> merupakan kegiatan penjual dalam siaran langsung untuk berkomunikasi tentang produk yang mereka jual  |  | 1. Persepsi kualitas produk<br>2. Kredibilitas <i>host</i><br>3. Diskon   | Ordinal |
| <i>Flash Sale</i> (X <sub>2</sub> )               | <i>Flash sale</i> adalah promosi dalam waktu singkat yang menawarkan diskon eksklusif kepada pelanggan untuk produk tertentu dengan jumlah yang terbatas.          | -  | 1. Frekuensi promosi<br>2. Kualitas promosi<br>3. Waktu promosi<br>4. Ketepatan<br>5. Kesesuaian  | Ordinal |
| <i>Electronic Word of Mouth</i> (X <sub>3</sub> ) | yaitu pemasaran yang memanfaatkan internet untuk mendapatkan informasi dari mulut ke mulut yang menghasilkan efek guna untuk mendukung usaha dan tujuan pemasaran. | 1. Intensitas<br>2. Valensi opini<br>3. Konten | 1. Frekuensi mengakses informasi dari jejaring sosial<br>2. Frekuensi interaksi dengan pengguna situs jejaring sosial<br>3. Banyak ulasan yang ditulis di jejaring sosial<br>4. Terpengaruh saat ada pendapat positif<br>5. Pendapat konsumen baik positif maupun negatif<br>6. Informasi variasi produk, kualitas produk dan harga | Ordinal |

### 3.2.2 Skala Pengukuran Variabel

Dalam operasional variabel ini semua diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala *Likert*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Menurut (Sugiyono, 2013:93) skala *Likert* digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Skala penelitian ini menggunakan nilai dari 1 sampai 5, seperti yang ditampilkan pada tabel 3.2 sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Skala Likert**

| <b>Skala <i>Likert</i></b> | <b>Jawaban Responden</b> |
|----------------------------|--------------------------|
| 1                          | Sangat Tidak setuju      |
| 2                          | Tidak Setuju             |
| 3                          | Kurang Setuju            |
| 4                          | Setuju                   |
| 5                          | Sangat Setuju            |

Mengacu pada metode sebelumnya, bahwa penelitian ini menggunakan skala *Likert*, dengan nilai bobot untuk setiap pertanyaan. Nilai-nilai ini akan dihitung menggunakan perhitungan statistika untuk mengetahui hubungan antara variabel yang diteliti dan tingkat pengaruh masing-masing variabel. Selanjutnya nilai-nilai ini akan disajikan dalam tabel untuk menunjukkan rata-rata yang akan diperoleh dari masing-masing variabel. Rumus dari Nilai Jenjang Interval adalah sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terkecil}}{\text{Jenjang Ordinal}}$$

Untuk menghitung nilai/skor terbesar:

= jumlah responden  $\times$  jenjang ordinal terbesar  $\times$  jumlah indikator

Untuk menghitung nilai/skor terkecil:

= Jumlah responden  $\times$  jenjang ordinal terkecil  $\times$  jumlah indikator

### 3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan peneliti untuk mengungkap atau mengumpulkan informasi kuantitatif dari responden sesuai dengan ruang lingkup penelitian. Untuk memperoleh data dan informasi diperlukan adanya metode pengambilan data. Metode pengambilan data dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Kuesioner

Kuesioner adalah alat penelitian yang terdiri dari serangkaian pertanyaan yang diberikan secara langsung atau tidak langsung kepada *responden*. Dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner melalui *Google Form* kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Angkatan 2020-2023 dan Bisnis Universitas Siliwangi.

#### 2. Observasi

Metode pengambilan data dengan observasi digunakan jika penelitian berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, atau gejala alam, dan responden yang diamati tidak terlalu besar. Metode observasi ini digunakan menggunakan observasi nonpartisipan yaitu peneliti hanya bertindak sebagai pengamat independen.

### 3.2.4 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data yang diperoleh dari sumber asli (tidak melalui perantara) berdasarkan penelitian langsung di lapangan Sugiyono (2017). Sumber data dalam penelitian diperoleh dari hasil wawancara dan kuesioner kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2020-2023 Universitas Siliwangi.

#### 3.2.4.1 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel merupakan bagian dari total dan karakteristik populasi. Dengan populasi yang besar, peneliti tidak dapat mempelajari semua aspeknya. Oleh karena itu sampel, yang diambil dari populasi harus benar-benar *representatif* (mewakili). Teknik pengambilan sampel yang akan penulis gunakan adalah *purposive sampling*. Berdasarkan uraian data yang ada untuk mengetahui besarnya jumlah sampel yang diambil penulis memakai rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

$n$  : Ukuran sampel

$N$  : Ukuran populasi

$e$  : Nilai kritis ketidaktekelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir atau diujikan, untuk penelitian ini digunakan 10% berikut merupakan perhitungan sampel usaha mahasiswa dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{990}{1 + 990(0.1)^2}$$

$$n = \frac{990}{1 + 990(0,01)}$$

$$n = \frac{990}{1 + 9,9}$$

$$n = \frac{990}{10,9} = 90,82$$

Berdasarkan metode Slovin di atas maka akan menghasilkan jumlah 91 orang, lalu penulis memutuskan untuk meneliti 100 orang mahasiswa aktif di Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

**Tabel 3.2 Data Jumlah Populasi dan Sampel**

| No. | Jurusan-Angkatan         | N   | Jumlah Perhitungan        | Jumlah |
|-----|--------------------------|-----|---------------------------|--------|
| 1.  | Ekonomi Pembangunan 2020 | 175 | $175 \times 100 \div 990$ | 18     |
| 2.  | Ekonomi Pembangunan 2021 | 203 | $203 \times 100 \div 990$ | 20     |

|               |                                |            |                           |            |
|---------------|--------------------------------|------------|---------------------------|------------|
| 3.            | Ekonomi<br>Pembangunan<br>2022 | 290        | $290 \times 100 \div 990$ | 29         |
| 2.            | Ekonomi<br>Pembangunan<br>2023 | 322        | $322 \times 100 \div 990$ | 33         |
| <b>Jumlah</b> |                                | <b>990</b> |                           | <b>100</b> |

### 3.3 Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linear berganda. Uji regresi linear ini digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variabel *live shopping* ( $X_1$ ), *flash sale* ( $X_2$ ), dan *electronic word of mouth* ( $X_3$ ) terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Angkatan 2020-2023. Dalam penelitian ini akan dibantu dengan menggunakan *Software E-views 10 for Windows*. Untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil (*OLS*). Model yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel *Impulsive Buying*

$X_1$  = Variabel *Live Shopping*

$X_2$  = Variabel *Flash Sale*

$X_3$  = Variabel *E-WOM*

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_i$  = Koefisien Regresi,  $i = 1,2,3$

e = Variable Pengganggu

### 3.4 Teknik Analisis Data

#### 3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataannya. Menurut Sugiyono (2013) Uji validitas dilakukan untuk menentukan seberapa valid instrumen kuesioner dalam pengumpulan data dan apakah item-item dalam kuesioner benar-benar dapat menjelaskan dengan tepat apa yang akan diteliti. Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mencari kualitas kuesioner. Sebuah kuesioner yang baik adalah kuesioner yang efektif dalam mengukur variabel yang dimaksud. Hasil korelasi tersebut dibandingkan dengan nilai kritis pada tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai validitas tinggi atau rendah, hal ini akan menunjukkan bahwa data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud.

Kriteria pengujian:

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dinyatakan valid

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka dinyatakan tidak valid

##### 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013) menyatakan bahwa uji reliabilitas menentukan seberapa konsisten hasil pengukuran dengan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga. Alat ukur atau pertanyaan apa pun dari dalam suatu kuesioner tergolong handal (andal) jika alat ukur yang digunakan dapat konsisten meskipun pertanyaan ditanyakan pada waktu yang berbeda. Untuk uji reliabilitas digunakan metode *cronbachs alpha*, hasilnya bisa dilihat dari nilai *Correlation Between*

*Forms*. Apabila nilai  $\alpha >$  nilai  $r_{\text{tabel}}$  yaitu 0,7 maka dapat dikatakan *reliable*. Jika  $\alpha >$  0,9 maka reliabilitas sempurna. Jika  $\alpha$  antara 0,7-0,9, maka reliabilitas tinggi. Jika  $\alpha$  0,5-0,7 maka reliabilitas moderat. Jika  $\alpha <$  0,5 maka reliabilitas rendah. Jika  $\alpha$  rendah, kemungkinan satu atau beberapa data tidak reliabel.

### 3.4.2 *Method of Successive Interval (MSI)*

Menurut Gunarto (2017) dalam analisis statistik parametrik diperlukan skala pengukuran yaitu interval. Di sisi lain, data dari lapangan seringkali mempunyai variasi skala ordinal. Agar analisis statistik dapat dilakukan, data yang berskala ordinal harus diubah menjadi skala interval. Langkah-langkah transformasi data dari ordinal ke interval dengan *Method of Successive Interval* adalah sebagai berikut:

- a. Perhatikan setiap butir
- b. Untuk setiap butir tersebut tentukan berapa orang yang menjawab skor 1, 2, 3, 4, 5 Yang disebut dengan frekuensi.
- c. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi.
- d. Tentukan proporsi kumulatif
- e. Dengan menggunakan tabel distribusi normal, hitung nilai  $z$  untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.
- f. Tentukan nilai densitas untuk setiap nilai  $z$  yang diperoleh (dengan menggunakan tabel densitas)
- g. Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus berikut:

$$NS = \frac{(\text{densitas kelas sebelumnya}) - (\text{density kelas})}{(\text{peluang kumulatif kelas}) - (\text{peluang kumulatif kelas sebelumnya})}$$

h. Tentukan nilai transformasi dengan menggunakan rumus berikut:

$$Y = NS + [1 + |NS_{\min}|]$$

### 3.4.3 Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi harus dipenuhi syarat-syarat bahwa data berdistribusi normal, memiliki hubungan yang linear, tidak terjadi multikolinearitas dan heteroskedasitas jika tidak ditemukan permasalahan, maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi. Dalam regresi linear, untuk memastikan agar model tersebut BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) dilakukan pengujian sebagai berikut:

#### 3.4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini dimaksudkan untuk menentukan apakah residu terstandarisasi yang teliti berdistribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah distribusi data berbentuk distribusi normal atau tidak Ismanto & Pebruary (2021).

Adapun dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *probabilitas Jarque Bera* (JB) < 0,05 maka residualnya berdistribusi tidak normal.
2. Jika nilai *probabilitas Jarque Bera* (JB) > 0,05 maka residualnya berdistribusi normal.

#### 3.4.3.2 Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan linier yang signifikan atau tidak. Data idealnya memiliki hubungan linier

antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Uji linearitas digunakan untuk memastikan apakah sifat linear antara dua variabel sesuai dengan teori atau tidak dengan hasil observasi yang telah dilakukan. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.

### 3.4.3.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk menentukan apakah ada dua atau tidaknya korelasi antar variabel independen jika nilai korelasi antar variabel di bawah 0,90 maka model tidak terjadi multikolinearitas. Ada dua cara pendekatan uji multikolinearitas yaitu melihat matriks korelasi antar variabel atau menghitung *variabel inflasi factor* (VIF) (Ismanto & Pebruary, 2021). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan sangat tinggi (lebih dari 95%) dan secara individu variabel-variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
2. Jika antar variabel bebas mempunyai korelasi yang sangat kuat
3. Dilihat dari *tolerance value* (TOL), *eigen value*, dan yang paling umum digunakan adalah *varians inflation factor* (VIF) dimana:
  - a. *Tolerance* untuk mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.
  - b.  $VIF = 1/tolerance$
  - c. Jika nilai *tolerance*  $< 0,1$  atau *VIF*  $> 10$  maka disimpulkan adanya multikolinearitas.

- d. Klein (1962) menunjukkan bahwa jika VIF lebih besar dari  $1/(1-R^2)$  atau nilai toleransi kurang dari  $(1-R^2)$ , maka multikolinearitas dianggap signifikan secara statistik.

#### 3.4.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan lain pada model regresi. Heteroskedastisitas terjadi ketika distribusi probabilitas tetap sama dalam semua observasi  $X$  dan varians setiap residual adalah sama untuk semua nilai variabel penjelas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Breusch Pagan Godfrey* (BPG). Kriteria *Breusch Godfrey* (BPG) yang digunakan, yaitu:

1. Jika nilai *Prob. Chi Square*  $< 0,05$ , maka disimpulkan bahwa terdapat indikasi masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai *Prob. Chi Square*  $> 0,05$ , maka disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

#### 3.4.4 Uji Hipotesis

##### 1. Uji t (Parsial)

Menurut Sugiyono (2014) Uji signifikansi parameter (uji-t) digunakan untuk menentukan seberapa signifikan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara individual. Parameter Ini juga dilakukan untuk memperhitungkan variabel konstan lainnya. Untuk melakukan penilaian ini,  $t$  hitung dan  $t$  tabel dibandingkan pada derajat kebebasan atau *degree of freedom* (df) pada tingkat keyakinan 95%. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i \leq 0$ , secara parsial *Live Shopping*, *Flash Sale*, dan *E-WOM* tidak berpengaruh positif terhadap *Impulsive Buying*.

$H_1 : \beta_i > 0$ , secara parsial *Live Shopping*, *Flash Sale*, dan *E-WOM* berpengaruh positif terhadap *Impulsive Buying*.

## 2. Uji F (Simultan)

Menurut (Sugiyono, 2014) Uji simultan ini dilakukan untuk mengetahui apakah kedua variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama. Uji statistik F digunakan untuk menilai signifikansi keseluruhan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i = 0$ , artinya secara bersama-sama variabel *Live Shopping*, *Flash Sale*, dan *E-WOM* tidak berpengaruh terhadap *Impulsive Buying*.

$H_1 : \beta_i > 0$ , artinya secara bersama-sama variabel *Live Shopping*, *Flash Sale*, dan *E-WOM* berpengaruh terhadap *Impulsive Buying*.

### 3.4.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi menjelaskan mengenai seberapa varian dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Untuk lebih akuratnya prediksi pengaruh juga dapat berpatokan pada nilai Adjusted R Square yaitu:

- a. Jika nilai adjusted R square mendekati 0 (nol), maka kemampuan suatu variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas atau tidak ada keterkaitan.
- b. Jika nilai adjusted R square mendekati satu, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terdapat keterkaitan.