

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>50</sup>

Adapun rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian penulis menggunakan rumusan masalah asosiatif. Rumusan masalah asosiatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Adapun hubungan antar variabel yang digunakan adalah hubungan kausal. Hubungan kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat.<sup>51</sup>

Sehingga penulis akan mengelola data secara statistik dan disajikan secara sistematis. Selanjutnya hasil penelitian akan lebih mudah disimpulkan dan dideskripsikan bagaimana hasil dari pengolahan data tersebut. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Price discount* terhadap perilaku *impulse buying* pada pengguna Tiktok.

---

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2022), hlm 15.

<sup>51</sup> Ibid. hlm 51.

## 3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>52</sup> Menurut hubungan antara suatu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:<sup>53</sup>

### 3.2.1 Variabel Independent

Variabel Idenpenden sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Variabel ini dinyatakan dalam tanda X. Variabel idependen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Electronic Word of Mouth

*Electronic word of mouth* adalah suatu pernyataan yang berisikan opini terkait suatu produk maupun jasa yang diberikan oleh konsumen setelah memakai produk maupun jasa di internet. Pada variabel *Electronic word of mouth* pengukuran dan operasional variabel dapat dijabarkan dalam tabel sebagai berikut:

---

<sup>52</sup> Ibid. hlm. 55

<sup>53</sup> Ibid. hlm. 57

**Tabel 3. 1 Variabel Operasional *Electronic Word of Mouth***

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Electronic word of mouth</i>	<i>Intensity</i>	1. Frekuensi mengakses informasi dari situs jejaring sosial 2. Frekuensi interaksi dengan pengguna situs jejaring sosial 3. Banyaknya Ulasan yang ditulis oleh pengguna situs jejaring sosial.	<i>Likert</i>
	<i>Content</i>	4. Informasi Variasi produk 5. Informasi kualitas produk 6. Informasi mengenai harga yang ditawarkan.	<i>Likert</i>
	<i>Valence of opinion</i>	7. Komentar positif dari pengguna situs jejaring sosial 8. Rekomendasi dari pengguna situs jejaring sosial	<i>Likert</i>

b. Price Discount

*Price discount* adalah potongan harga produk dari harga normal yang diberikan oleh penjual kepada pembeli dalam periode tertentu. Pada variabel *price discount* pengukuran dan operasional variabel dapat dijabarkan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Variabel Operasional *Price Discount***

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Price discount</i>	Besar potongan harga	1. Besarnya ukuran potongan harga yang diberikan pada saat produk di diskon.	<i>Likert</i>
	Masa potongan harga	2. Jangka waktu yang diberikan pada saat terjadinya diskon	<i>Likert</i>
	Jenis Produk	3. Keanekaragaman pilihan pada produk yang di diskon.	<i>Likert</i>

### 3.2.2 Variabel Dependent

Variabel dependent sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel ini dinyatakan dalam tanda Y. Variabel dependent dalam penelitian ini adalah *impulse buying*

*impulse buying* dikenal dengan keputusan pembelian spontan dan tidak terencana, karena konsumen tidak membutuhkan banyak pertimbangan untuk melakukan pembelian. Proses keputusan dapat dilakukan dengan cepat, tanpa harus menunggu pencarian informasi dan judgement tertentu untuk memilih produk.

**Tabel 3. 3 Variabel Operasional *Impulse Buying***

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Impulse Buying</i>	Spontanitas	1. Membeli suatu barang secara spontan dan merespon stimulus yang ada.	<i>Likert</i>
	Ketidakpedulian akan akibat	2. Terdesakan untuk membeli begitu sulit ditolak sehingga akibat mungkin negatif diabaikan	<i>Likert</i>
	Emosional	3. Terdesak secara mendadak yang disertai emosi	<i>Likert</i>
	Penawaran	4. Membeli suatu barang yang di tawarkan oleh pemasar lewat iklan dan potongan harga.	<i>Likert</i>

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>54</sup>

Pada penelitian ini objek yang digunakan sebagai populasi adalah pengguna Tiktok baik laki-laki maupun perempuan untuk mengetahui perilaku *impulse buying* di Tiktok.

---

<sup>54</sup> Ibid. hlm.130.

Ukuran populasi pada penelitian ini tidak dipastikan secara definitif jumlahnya karena tidak ada sumber data yang pasti.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>55</sup> Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Dalam penelitian ini karena populasi tidak diketahui secara pasti, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, dengan menggunakan metode pengambilan sampel *Sampling Insidental*, Dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>56</sup> Dalam penelitian ini diambil dengan pendekatan rumus Wibisono, rumus menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya adalah sebagai berikut :<sup>57</sup>

$$n = \left( \frac{Z\alpha/2\sigma}{e} \right)^2 = \left( \frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

---

<sup>55</sup> Ibid. hlm.131.

<sup>56</sup> Ibid. hlm.138.

<sup>57</sup> Ridwan dan Akdon, *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistik Cet-6*, (Bandung, Alfabeta,2015), hlm.256

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (Angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini peneliti akan menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada para pengguna Tiktok yang pernah melakukan *impulse buying*.

### 3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial dan alam.<sup>58</sup> Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.<sup>59</sup>

Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan yaitu berupa angket atau kuesioner yang disebarkan kepada pengguna *Tiktok*. Kuesioner disusun dalam bentuk angket dan disediakan lima opsi pilihan dengan teknik skala penilaian keseluruhan angket disusun dengan teknik *self report* yaitu dengan meminta responden untuk memberikan penilaian sesuai dengan tanggapan mereka.

---

<sup>58</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. hlm.166.

<sup>59</sup> Ibid. hlm. 152.

### 3.5.1 Uji validitas

Uji validitas berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang akan diukur. Peneliti menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data, maka kuesioner yang disusun harus dapat mengukur apa yang akan diukur, dan untuk memastikan itu sebelum instrumen penelitian itu digunakan perlu lebih dahulu diuji validitasnya.<sup>60</sup> Data item yang dianalisis dalam uji validitas menggunakan SPSS. Dengan statistik uji yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi *product moment*.<sup>61</sup>

Teknik uji validitas item dengan korelasi pearson yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada satu variabel. Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji dua sisi. Jika nilai positif dan r hitung > r tabel maka item dapat dinyatakan valid, jika r hitung < r tabel maka item dinyatakan tidak valid.<sup>62</sup>

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk

---

<sup>60</sup> Ibid. hlm.192.

<sup>61</sup> Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*, (Bandung:PT.Refika Aditama,2017), hlm. 478 .

<sup>62</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: WADE Grup, 2016), hlm. 65.



mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja.

Dalam penelitian ini, teknik pengukuran reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach Alpha* yakni mengetahui konsistensi alat ukur instrumen. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak, menggunakan batasan 0,6.<sup>63</sup>

### **3.6 Uji Persyaratan Analisis**

#### **3.6.1 Uji Asumsi Dasar**

##### 3.6.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan uji distribusi yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik. Apabila data tidak berdistribusi normal, maka kita tidak dapat menggunakan analisis parametrik melainkan menggunakan analisis non-parametrik. Jika data tidak berdistribusi normal, yaitu dengan menambah lebih banyak jumlah sampel. Maka digunakan pendekatan untuk menguji normalitas data, yaitu menggunakan uji kolmogrof smirnov. Penggunaan uji kolmogrof smirnov atau uji K-S termasuk dalam golongan non parametrik karena peneliti belum mengetahui apakah data yang digunakan termasuk data parametric atau bukan. Pada uji K-S data dikatakan normal apabila nilai Sign > 0,05.<sup>64</sup>

---

<sup>63</sup> Ibid., hlm. 79

<sup>64</sup> Kumba Digdowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional, 2017), hlm. 106 .

### 3.6.1.2 Uji Linearitas

Uji linieritas yakni untuk mengetahui apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linear. Uji linieritas biasa digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi ataupun regresi linier. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan kurang dari 0,05. Maka, uji linieritas dalam pengujian asumsi regresi dapat terpenuhi, yaitu variabel Y merupakan fungsi linier dari gabungan variabel-variabel X.<sup>65</sup>

## 3.6.2 Uji Asumsi Klasik

### 3.6.2.1 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah variasi residual tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variansi residual bersifat homoskedastisitas, yaitu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat. Maka digunakan alat statistik untuk menduga apakah suatu model terbebas dari gejala heteroskedastisitas yakni Uji Glejser.<sup>66</sup>

### 3.6.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan regresi linear. Dalam analisis regresi, suatu model harus terbebas dari gejala multikolinieritas, maka dapat dilihat dari nilai signifikan

---

<sup>65</sup> Ibid., hlm. 110.

<sup>66</sup> Ibid., hlm. 108.

$> 0,05$ . Untuk mengetahui apakah suatu model regresi yang dihasilkan mengalami gejala multikolinieritas, dapat dilihat pada nilai VIF (Variance Inflation Factor). Model regresi yang baik jika hasil perhitungan menghasilkan nilai  $VIF < 10$  dan bila menghasilkan nilai  $VIF > 10$  berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius di dalam model regresi. Selain melihat nilai VIF, bisa juga dideteksi dari nilai toleransi yaitu jika nilai toleransi yang dihasilkan mendekati 1, maka model terbebas dari gejala multikolinieritas sedangkan semakin jauh 1, maka model tidak terjadi atau bebas gejala multikolinieritas.<sup>67</sup>

### **3.7 Teknik Analisis Data**

#### **3.7.1 . Analisis Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>68</sup>

#### **3.7.2 Uji Hipotesis**

##### **3.7.2.1 Koefisien Korelasi**

Koefisien korelasi dipahami sebagai nilai hubungan (korelasi) antara dua atau lebih variabel yang diteliti. Nilai koefisien korelasi sebagaimana juga tingkat signifikansi digunakan sebagai pedoman untuk menentukan suatu hipotesis penelitian dapat diterima atau ditolak. Untuk dapat

---

<sup>67</sup> Ibid., hlm .109.

<sup>68</sup> Ibid., hlm 228

diinterpretasi terhadap kuatnya hubungan tersebut, maka dapat digunakan pedoman seperti berikut:<sup>69</sup>

**Tabel 3. 4**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

### 3.7.2.1 Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk melakukan prediksi, bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independent dinaikkan atau diturunkan nilainya. Salah satu analisis regresi yaitu regresi linear yang terdiri dari sederhana dan berganda.

Regresi linear sederhana digunakan untuk mendapatkan hubungan matematis dalam bentuk persamaan antara variabel independen dengan variabel dependen dan hanya didasari oleh satu variabel independen. Bentuk persamaan regresi linier sederhana yaitu  $Y = \alpha + \beta X$ .<sup>70</sup>

Keterangan:

Y = Variabel dependen.

$\alpha$  = Konstanta.

<sup>69</sup> Ibid., hlm 251.

<sup>70</sup> Digdowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. hlm. 111-112

$\beta$  = Koefisien regresi variabel independen.

X = Variabel independen

Analisis regresi berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen Y. Bentuk persamaan regresi berganda sederhana yaitu

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n^{71}$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1 \dots \beta_n$  = Koefisien regresi variabel independen.

$X_1 \dots X_n$  = Variabel independen

### 3.7.2.2 Koefisien Determinasi

Untuk melihat pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan nilai koefisien determinasi (R-Square). Dalam regresi dua variabel,  $r^2$  merupakan ukuran kesesuaian atau ketepatan garis regresi terhadap sebaran datanya, atau menunjukkan proporsi total variasi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas yang tunggal.<sup>72</sup>

### 3.7.2.3 Uji t dan Uji F

Untuk menjawab hipotesis secara parsial dan simultan digunakan uji t dan Uji F. Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat dan Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel nilai antara variabel independen secara bersama sama terhadap variabel dependen.

---

<sup>71</sup> Ibid., hlm 120.

<sup>72</sup> Nata Wirawan, *Cara Mudah Memahami Statistika Ekonomi Dan Bisnis (Statistika Deskriptif)* (Denpasar: Keraras Emas, 2016), hlm. 263.

Tingkat signifikansi 0,05. Jika  $\text{sig. } t < 0,05$  serta  $t \text{ tabel} < t \text{ hitung}$  maka  $H_0$  ditolak, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat dan jika  $\text{sig. } t > 0,05$  serta  $t \text{ tabel} > t \text{ hitung}$  maka  $H_0$  diterima, berarti bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>73</sup>

### **3.8 Tempat dan Waktu Penelitian**

#### **3.8.1 Tempat**

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian pada pengguna Tiktok.

#### **3.8.2 Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan pada tahun akademik 2022/2023 yaitu dimulai dari minggu ketiga bulan Desember sampai dengan alokasi waktu sebagai berikut.

---

<sup>73</sup> *Ibid.*, hlm. 121

**Tabel 3. 5 Alokasi Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Tahun					
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
		2022	2023	2023	2023	2023	2023
1.	Penyusunan Usulan Penelitian						
2.	Seminar Usulan Penelitian						
3.	Pelaksanaan Penelitian, Pengumpulan dan Pengolahan data						
4.	Penyusunan Laporan Laporan hasil penelitian						
5.	Sidang Skripsi						