

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian menurut (Hardani et al., 2020: 242) merupakan pendekatan ilmiah untuk mengumpulkan data atau informasi sebagaimana adanya dan tidak sebagaimana seharusnya, dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif.

Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang tepat dan nyata dari fakta atau data yang ada di lapangan (Priadana & Sunarsi, 2021). Selanjutnya penelitian kuantitatif menurut (Hardani et al., 2020: 260) merupakan penelitian ilmiah yang sistematis terhadap komponen dan hubungan antar fenomena. Mengembangkan dan menerapkan model matematis, teori, dan hipotesis tentang fenomena alam merupakan tujuan dari penelitian kuantitatif.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah objek penelitian atau segala sesuatu dalam bentuk apapun yang peneliti putuskan untuk dipelajari guna mengumpulkan data dan menarik kesimpulan (Wijayanti Daniar Paramita et al., 2021: 36). Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel *independen* atau bebas dan variabel *dependen* atau terikat.

1. Variabel *Independen* (X)

Variabel *independen* atau disebut juga variabel prediktor/eksogen/bebas adalah variabel yang berpotensi memiliki pengaruh positif atau pengaruh negatif terhadap variabel dependen. Variabel *independen* akan menjelaskan bagaimana masalah dalam penelitian dipecahkan (Wijayanti Daniar Paramita et al., 2021: 37). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel *independen* yaitu Shopping Lifestyle (X1) dan Flash Sale (X2).

2. Variabel *Dependen* (Y)

Variabel dependen atau disebut juga variabel terikat, endogen, atau kosekuen adalah masalah yang akan dipecahkan oleh peneliti atau merupakan tujuan dari penelitian. Penempatan variabel sebagai variabel dependen biasanya ditekankan dalam topik penelitian, karena variabel dependen adalah fenomena yang akan dijelaskan (Wijayanti Daniar Paramita et al., 2021: 37). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependen yaitu Impulsive buying (Y).

3.2.1 Operasional Variabel

Agar variabel-variabel dapat dengan mudah dipahami, berikut adalah penjelasan operasional variabelnya.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Skala
Variabel <i>Impulsive Buying</i> (Y)	Impulsive buying atau yang dikenal dengan pembelian tidak terencana menurut (Aswin et al., 2022) merupakan perilaku pembelian yang tidak dilandasi oleh pertimbangan logis dan terjadi secara tiba-tiba karena keinginan kuat untuk membeli sesuatu dengan cepat, serta didorong oleh perasaan positif terhadap produk tersebut	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian secara spontan 2. Pembelian dilakukan secara terburu-buru 3. Pembelian dipengaruhi oleh keadaan emosional 4. Pembelian dilakukan tanpa memikirkan akibat 	Ordinal

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Skala
Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X1)	Japrianto dan Sugiharto (2011) dalam mendefinisikan (Pradiatiningtyas, 2019) shopping lifestyle sebagai pola konsumsi yang menggambarkan keputusan seseorang tentang bagaimana mereka menghabiskan uang dan waktunya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menanggapi tawaran iklan 2. Berbelanja model terbaru 3. Berbelanja merk terkenal 4. Fashion dengan kualitas terbaik 	Ordinal
Variabel <i>Flash Sale</i> (X2)	Menurut (Bih et al., 2023) flash sale merupakan strategi pemasaran yang menyajikan produk dengan persediaan terbatas dan waktu pembelian yang singkat	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Discussion during promo</i> 2. <i>Frequency of flash sale</i> 3. <i>Duration of flash sale</i> 4. <i>Number of product available at flash sale</i> 5. <i>Attractive flash sale</i> 	Ordinal

3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu desain penelitian eksplanatori, yang akan menjelaskan hubungan korelasional dan klausal antar variabel yang diteliti. Menurut pernyataan (Jhon Ward, 2015: 669) bahwa desain eksplanatori adalah desain korelasional yang menarik bagi peneliti untuk menentukan sejauh mana dua atau lebih variabel bervariasi, yang

berarti bahwa perubahan pada salah satu variabel tercermin dalam perubahan variabel lainnya.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi Penelitian

(Sugiyono, 2021) menyatakan bahwa populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan demikian, yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi, sebanyak 4 angkatan dengan jumlah 515 mahasiswa. Dapat dilihat data populasi pada tabel berikut.

Tabel 3.2
Jumlah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

No	Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1	2021	103
2	2022	108
3	2023	137
4	2024	146
Jumlah		494

Sumber: Sekretaris Jurusan Pendidikan Ekonomi (2024)

3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut Husein dan Purnomo (2001) dalam (Hardani et al., 2020: 365) sampel merupakan sebagian dari jumlah yang ada dalam populasi yang diambil dengan teknik pengambilan sampling. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan *proportionate stratified random sampling*. Ciri utama sampling ini adalah bahwa tingkatannya ditentukan oleh karakteristik tertentu, serta populasinya heterogen atau terdiri dari kelompok-kelompok bertingkat secara proporsional.

Berikut penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 5%.

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e^2 = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir dengan tingkat kesalahan yang dipakai 5%

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

$$n = \frac{494}{1 + (494 \cdot 0,05^2)}$$

$$n = \frac{494}{1 + (494 \cdot 0,0025)}$$

$$n = \frac{494}{1 + (1,235)}$$

$$n = \frac{494}{2,235}$$

$n = 221,02$ dibulatkan menjadi 221

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 221 mahasiswa.

Tabel 3.3

Jumlah Besaran Proporsi Sampel Tiap Angkatan

No	Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1	2021	$\frac{103}{494} \times 221 = 46$
2	2022	$\frac{108}{494} \times 221 = 48$
3	2023	$\frac{137}{494} \times 221 = 61$
4	2024	$\frac{146}{494} \times 221 = 66$
JUMLAH		221 Mahasiswa

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode untuk mengumpulkan data untuk memecahkan masalah penelitian. Data primer dan data sekunder

adalah sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer berasal dari responden penelitian secara langsung, sedangkan data sekunder berasal dari data tidak langsung berupa studi kepustakaan. Peneliti menggunakan teknologi formular online, yaitu google form untuk memudahkan dalam pengumpulan data. Populasi penelitian akan dapat mengakses formular melalui pesan di perangkat mereka, dan setelah prosesnya selesai, data akan otomatis masuk pada akun peneliti untuk diproses lebih lanjut. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu:

3.5.1 Kuesioner (Angket)

Kuesioner menurut (Sanjaya, 2015) merupakan alat penelitian yang terdiri dari beberapa pernyataan atau pertanyaan yang harus dijawab oleh responden sesuai dengan petunjuk yang diberikan. Dengan kata lain, kuesioner merupakan daftar pertanyaan dan instruksi yang harus diisi oleh individu yang memberikan informasi untuk menjawab pertanyaan tersebut. Google form akan digunakan sebagai alat bantu dalam perancangan kuesioner.

3.6 Instrumen Penelitian

Ibnu Hadjar dalam (Hardani et al., 2020: 384) mendefinisikan instrumen penelitian sebagai “alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif secara objektif mengenai variasi karakteristik variabel”.

3.6.1 Kisi-Kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.4

Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Kisi-Kisi
<i>Impulsive Buying</i>	1. Pembelian secara spontan	Melakukan pembelian tanpa perencanaan sebelumnya
		Membeli barang secara spontan karena menarik perhatian

Variabel	Indikator	Kisi-Kisi
	2. Pembelian dilakukan secara terburu-buru	Membeli barang secara cepat karena takut kehilangan promosi
		Membuat keputusan tanpa mempertimbangkan ulang sebelum melakukan pembayaran
	3. Pembelian dipengaruhi oleh keadaan emosional	Membeli produk untuk memperbaiki suasana hati
		Timbulnya perasaan senang atau puas setelah pembelian
4. Pembelian dilakukan tanpa memikirkan akibat	Membeli produk tanpa memikirkan akibat terhadap kondisi keuangan	
<i>Shopping lifestyle</i>	1. Menanggapi tawaran iklan	Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian
		Keinginan untuk mengakses situs <i>e-commerce</i> karena adanya promosi di iklan
	2. Berbelanja model terbaru	Kepuasan memiliki barang dengan model terbaru
		Keinginan untuk selalu mengikuti perubahan model produk
	3. Berbelanja merk terkenal	Kesediaan membayar lebih untuk merk terkenal
	4. Fashion dengan kualitas terbaik	Kepuasan dalam memilih produk fashion berkualitas
		Penilaian terhadap nilai fashion berkualitas tinggi

Variabel	Indikator	Kisi-Kisi
<i>Flash Sale</i>	1. <i>Discount During Promo</i>	Besarnya potongan harga terhadap keputusan pembelian
		Pengaruh besaran diskon terhadap pengalaman berbelanja
	2. <i>Frequency of Flash Sale</i>	Ketertarikan pada <i>flash sale</i> rutin
		Dampak terhadap perilaku berulang
	3. <i>Duration of Flash Sale</i>	Kecepatan dalam pengambilan keputusan
		Tekanan waktu dalam berbelanja
	4. <i>Number of Product Available at Flash Sale</i>	Variasi pilihan produk
		Jumlah ketersediaan produk yang diinginkan
	5. <i>Attractive Flash Sale</i>	Tawaran khusus dalam <i>flash sale</i>
		Ketertarikan pada tema atau konsep selama <i>flash sale</i>

3.6.2 Pedoman Penskoran Kuesioner

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan tanggapan responden terhadap pertanyaan atau pernyataan yang diajukan peneliti. Data tersebut diukur melalui skala likert. (Sugiyono, 2023: 146) mengemukakan bahwa “skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau suatu kelompok terhadap fenomena sosial”.

Tabel 3.5
Pedoman Penskoran Kuesioner

Alternatif Jawaban	Jenis Pertanyaan/Pernyataan	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1

Setuju (S)	4	2
Ragu-ragu (RR)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

3.6.3 Uji Analisis Instrumen

3.6.3.1 Uji Validitas

Jika data yang dikumpulkan oleh responden berasal dari kuesioner, maka harus dilakukan uji validitas atau kesalahan untuk memastikan bahwa kuesioner dapat mengumpulkan data atau informasi yang diperlukan (Wijayanti Daniar Paramita et al., 2021: 73). Adapun uji validitas untuk menguji tiap butir soal dalam penelitian ini yaitu menggunakan program SPSS.

Kriteria soal dikatakan valid atau tidak didasarkan pada hasil output SPSS yang dilihat dari nilai probabilitas atau Sig (2 tailed) dibandingkan dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05%. Jika nilai probabilitas atau Sig (2-tailed) > 0,005 maka soal dikatakan tidak valid, dan jika probabilitas atau Sig (2-tailed) < 0,005 maka soal dikatakan valid.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Jumlah Item	Tidak Valid	Valid
1	<i>Impulsive Buying</i> (Y)	13	0	13
2	<i>Shopping Lifestyle</i> (X1)	14	0	14
3	<i>Flash Sale</i> (X2)	20	0	20
Total		47	0	47

Sumber: Hasil olah data SPSS VERSI 26 oleh peneliti, 2025

Berdasarkan tabel analisis diatas, maka dapat dijelaskan bahwa instrumen penelitian untuk variabel *impulsive buying* (Y) sebanyak 13 butir item pertanyaan dinyatakan valid. Kemudian untuk variabel *shopping lifestyle*

(X1) sebanyak 14 butir item pertanyaan dinyatakan valid. Selanjutnya untuk variabel *flash sale* (X2) sebanyak 20 butir item pertanyaan dinyatakan valid

3.6.3.2 Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui seberapa jauh kuesioner yang diajukan dapat menghasilkan hasil yang sama, jika pengukuran yang sama dilakukan kembali terhadap subyek yang sama pada waktu yang berbeda (Wijayanti Daniar Paramita et al., 2021: 73). Adapun uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan rumus *Alpha Cronbach* yang diukur menggunakan bantuan SPSS versi 27. Adapun rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{1 - \sum ab^2}{a^2 t} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan soal

$\sum ab^2$ = jumlah varians butir

$a^2 t$ = varians total

Tabel 3.7

Klasifikasi Koefisien Reliabilitas

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,00	Sangat Tinggi
0,60 – 0,80	Tinggi
0,40 – 0,60	Sedang
0,20 – 0,40	Rendah
0,00 – 0,20	Sangat Rendah

Sumber: Arikunto (2019: 319)

Uji reliabilitas adalah lanjutan dari uji validitas, di mana item yang digunakan hanya item-item yang valid. Untuk menentukan apakah instrumen tersebut reliabel atau tidak, dapat menggunakan Batasan 0,6. Menurut Sekaran dalam (Priyatno, 2018: 79), jika reliabilitas instrument kurang dari 0,6 itu dianggap kurang baik. Sedangkan jika 0,7 itu dapat diterima, dan jika lebih dari 0,8 itu dianggap baik. Dibawah ini adalah hasil pengujian uji reliabilitas

instrumen dengan menggunakan SPSS Versi 26 yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.8
Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Koefisien Crombach Alpha	Tingkat Reliabilitas
<i>Shopping Lifestyle (X1)</i>	0,879	Sangat Tinggi
<i>Flash Sale (X2)</i>	0,965	Sangat Tinggi
<i>Impulsive Buying (Y)</i>	0,899	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil olah data SPSS Versi 26 oleh Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS Versi 26, uji reliabilitas ditemukan bahwa variabel shopping lifestyle (X1) angka koefisien korelasinya sebesar 0,879. Sedangkan variabel flash sale (X2) angka koefisien korelasinya sebesar 0,965. Dan untuk variabel impulsive buying (Y) angka koefisien korelasinya adalah sebesar 0,899. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dari tiga variabel tersebut menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik yaitu sangat tinggi.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data untuk mendeskripsikan hasil penelitian dapat diuraikan menggunakan data. Dalam penelitian kuantitatif ini, peneliti menggunakan bantuan metode statistik untuk menganalisis data. Hasilnya akan tersaji dalam bentuk angka-angka dan dijelaskan dalam suatu uraian.

3.7.1 Uji Asumsi Klasik

3.7.1.1 Uji Normalitas

Menurut (Priyatno, 2018: 85) uji normalitas merupakan uji statistik untuk mengetahui sebaran data. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data pada setiap variabel berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, maka dilakukan perhitungan uji normalitas dengan menggunakan metode uji *Kolmogorov Smirnov*. Adapun kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $>$ dari 0,05 maka data berdistribusi normal
2. Jika signifikansi $<$ 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

3.7.1.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas dalam model regresi memiliki korelasi yang signifikan satu sama lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami multikolinearitas antara variabel bebasnya (Kristina Dewi et al., 2021: 80). Adapun kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai *Tolerance* $>$ 0,10 maka variabel-variabel bebas tidak memiliki gejala multikolinearitas
2. Jika nilai *Tolerance* $<$ 0,10 maka variabel-variabel bebas memiliki gejala multikolinearitas

3.7.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Widana et al., 2020: 66) uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya bias (penyimpangan) dalam suatu analisis pada model regresi, dan pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini adalah kriteria pengujiannya:

1. Jika signifikansinya $>$ 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
2. Jika signifikansinya $<$ 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas

3.7.1.4 Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas (independen) dan terikat (dependen) linear atau tidak. “Konsep linearitas mengacu pada apakah variabel-variabel bebas dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikat dalam suatu hubungan tertentu” (Widana & Muliani, 2020: 48). Kriteria dalam pengujian dilakukan pada SPSS dengan taraf signifikansi 0,05. Adapun kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $>$ 0,05 maka ada hubungan yang linear antara variabel-variabel yang diteliti.
2. Jika nilai signifikansi $<$ 0,05 maka tidak ada hubungan yang linear antara variabel-variabel yang diteliti.

3.7.2 Uji Regresi Linier

3.7.2.1 Regresi Linier Berganda

“Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat” (Priyatno, 2018: 169). Uji ini adalah untuk menguji pengaruh *shopping lifestyle* dan *flash sale* terhadap perilaku impulsive buying. Adapun rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

Y	= Impulsive buying
β_0	= Konstanta
β_1, β_2	= Koefisien Regresi Berganda
X_1	= <i>Shopping Lifestyle</i>
X_2	= <i>Flash Sale</i>

3.7.2.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini dilakukan dengan menghitung persentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat (Kusumawardhani et al., 2020). Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Apabila nilai variabel bebas adalah 0, berarti variabel tersebut tidak memiliki pengaruh apapun dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Sebaliknya, jika nilainya 1, berarti variabel bebas memiliki pengaruh penuh dalam menjelaskan variasi variabel terikat.

3.7.2.3 Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif

Sumbangan efektif merupakan ukuran kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penjumlahan nilai kontribusi sumbangan efektif sama dengan nilai R^2 atau koefisien determinasi. Berikut merupakan rumus untuk mencari besarnya kontribusi sumbangan efektif pada suatu variabel independen:

$$SE(X)\% = \text{Beta}_x \times \text{Koefisien Korelasi} \times 100\%$$

Keterangan: Beta dan koefisien korelasi dapat dilihat pada output hasil analisis korelasi dan regresi

Sedangkan sumbangan relatif merupakan persentase perbandingan yang diberikan oleh suatu variabel independen pada variabel dependen tanpa memperhitungkan variabel-variabel lain yang tidak diteliti. Berikut merupakan rumus untuk mengetahui besarnya sumbangan relatif yaitu sebagai berikut:

$$SR(X)\% = \frac{\text{Sumbangan Efektif } (x)\%}{R \text{ Square}}$$

Keterangan:

SR% = sumbangan relatif dari suatu prediktor

SE = Sumbangan Efektif

R Square = Koefisien Determinasi

3.7.3 Uji Hipotesis

3.7.3.1 Uji T

Menurut (Ghozali, 2018), uji t pada dasarnya mengkarakteristikan sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependennya sendiri. Keputusan ini dibuat berdasarkan perbandingan nilai signifikansi yang ditetapkan, khususnya 5% ($\alpha=0,05$). Berikut rumus yang digunakan dalam menganalisis uji T menurut (Sugiyono, 2017: 187):

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

keterangan:

t = nilai thitung yang dicari

r = koefisien korelasi

r^2 = koefisien determinasi

n = jumlah sampel

Adapun kriteria pengambilan keputusannya yaitu sebagai berikut:

1. Apabila $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya setiap variabel secara individu dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

2. Apabila $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya setiap variabel secara individu dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

Sehingga hipotesis yang akan diujikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan dari *shopping lifestyle* terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa pelaku *online shopping*
2. H_a : Terdapat pengaruh signifikan dari *shopping lifestyle* terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa pelaku *online shopping*

Hipotesis 2

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan dari *flash sale* terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa pelaku *online shopping*
2. H_a : Terdapat pengaruh signifikan dari *flash sale* terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa pelaku *online shopping*

1.7.32 Uji F

Uji f dilakukan untuk mengukur tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama) (Priyatno, 2018: 215). Uji F dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{K}}{\frac{(1-R^2)}{n-K-1}}$$

Keterangan:

- F = Nilai Fhitung yang dicari
 R^2 = Koefisien determinasi simultan
 K = Jumlah variabel independen
 n = Jumlah sampel

Adapun kriteria berikut digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini:

1. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya bahwa semua variabel independen secara bersama-sama dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya bahwa semua variabel independent secara bersama-sama dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

Sehingga hipotesis yang akan diujikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan dari *shopping lifestyle* dan *flash sale* terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa pelaku *online shopping*
2. H_a : Terdapat pengaruh signifikan dari *shopping lifestyle* dan *flash sale* terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa pelaku *online shopping*

1.8 Langkah-langkah Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melaksanakan kegiatan penelitian yang meliputi tiga tahap yaitu sebagai berikut:

1.8.32 Tahap Persiapan

- a. Mencari sumber buku yang sesuai dengan penelitian
- b. Melakukan pra-penelitian dengan menyebarkan angket kepada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi
- c. Menyusun proposal penelitian
- d. Melakukan seminar dan revisi pada proposal penelitian
- e. Menyusun instrumen penelitian
- f. Uji coba dan analisis data

1.8.33 Tahap Pelaksanaan

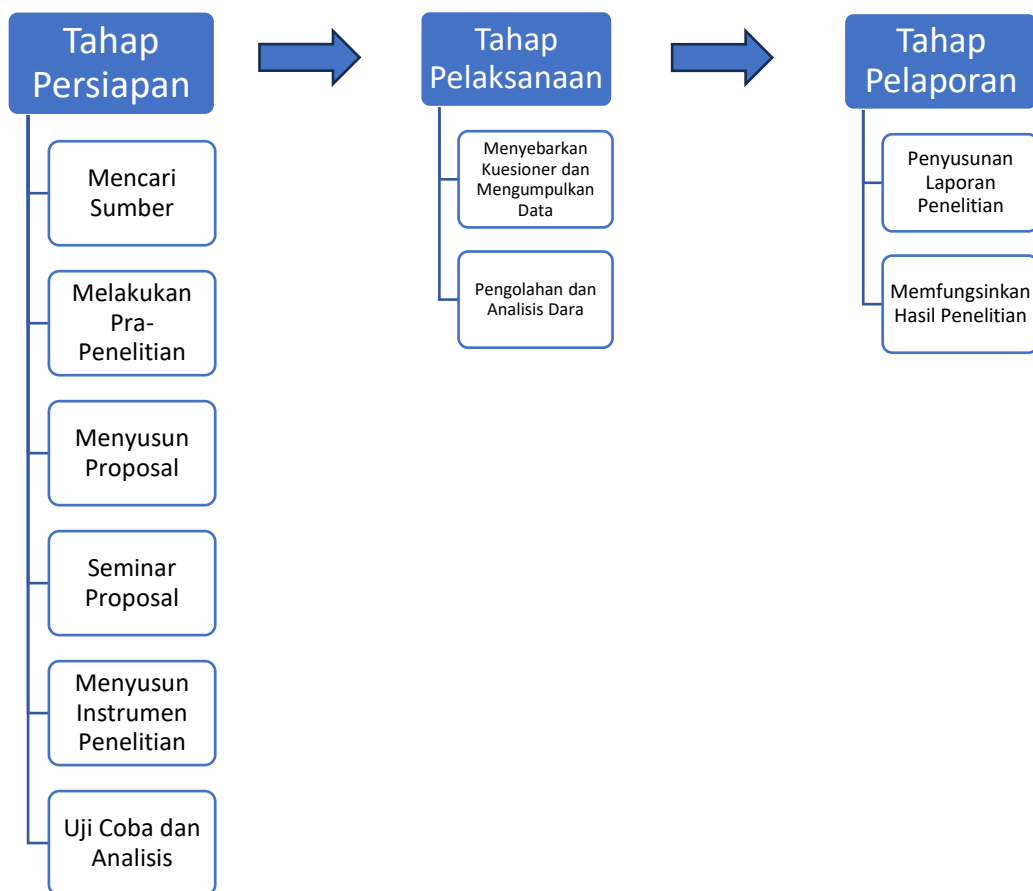
- a. Menyebarkan kuesioner pada seluruh mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi

- b. Mengumpulkan data yang telah diperoleh untuk selanjutnya diolah dan dianalisis

1.8.34 Tahap Akhir

- a. Menganalisis data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner
- b. Menyusun laporan penelitian

Sehingga jika digambarkan, Langkah-langkah penelitian tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1
Langkah-langkah Penelitian

1.9 Tempat dan Waktu Penelitian

1.9.32 Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilaksanakan pada seluruh Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi, Jalan Siliwangi No. 24 Kode Pos 46115 Tasikmalaya, telp (0265) 321564.

1.9.33 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan, terhitung dari bulan Desember 2024 sampai dengan bulan Maret 2025. Adapun untuk rencana penelitian yang akan dilakukan, lebih jelasnya ada pada tabel 3.6.

Tabel 3.6
Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan/Minggu																											
		Okt 2024				Nov 2024				Des 2024				Jan 2025				Feb 2025				Mar 2025				Apr 2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tahap Persiapan																													
1	a. Mencari Sumber	■	■																										
	b. Melakukan Pra Penelitian			■																									
	c. Menyusun Proposal			■	■	■	■	■	■	■																			
	d. Seminar Proposal Penelitian									■																			
	e. Revisi dan Menyusun Instrumen Penelitian									■	■	■	■																
	f. Uji coba dan analisis														■	■													
Tahap Pelaksanaan																													
2	a. Menyebarkan dan Mengumpulkan Data																												
	b. Pengolahan dan Analisis Data																												
Tahap Pelaporan																													
3	a. Penyusunan Laporan Penelitian																												
	b. Memfungsikan Hasil Penelitian																												