

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan langkah-langkah yang digunakan untuk memperoleh data dan pemecahan masalah. Menurut Hardani et al., (2020), penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang terstruktur terhadap fenomena serta hubungannya. Penelitian ini dilakukan dengan mengolah data dengan menggunakan statistik, oleh karena itu data yang diperoleh dan hasil yang diperoleh berupa angka. Penelitian kuantitatif juga sangat menekankan pada hasil yang objektif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis bersifat kuantitatif/statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti masalah “pengaruh *social influence* dan *hedonic shopping motivation* terhadap *impulsive buying behavior* pada generasi z dan *financial literaty* sebagai variabel moderasi (studi pengguna tiktok shop mahasiswa manajemen angkatan 2024 di universitas nusa putra)” dengan menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data kuantitatif sehingga diperoleh hasil deskriptif.

3.2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan komponen utama dalam penelitian, oleh sebab itu penelitian tidak akan berjalan tanpa ada variabel yang diteliti. Sodik & Siyoto (2015), Variabel adalah objek yang menjadi pusat perhatian penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga kelompok yaitu variabel independent, dependen, dan variabel moderasi.

- a. Variabel independen : *social influence* (X1) dan *hedonic shopping motivation* (X2)
- b. variabel dependen : *impulsive buying behavior* (Y)
- c. variabel moderasi : *financial literacy* (Z)

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan konsep-konsep dan indikator dari masing-masing variabel yang akan diteliti. Operasional variabel digunakan untuk mempermudah proses penelitian ke lapangan.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Indikator	Skala
<i>Impulsive buying behavior</i> (Y)	Perilaku pembelian yang dilakukan tanpa terencana, yang dipengaruhi oleh dorongan emosional atau situasional (Rook & Fisher, 1995)	Tindakan membeli produk secara tiba-tiba tanpa perencanaan, terutama dipengaruhi oleh faktor social atau emosional.	• Spontanitas • Pembelian tanpa berpikir akibat • Pembelian terburu-buru/ tergesa-gesa (menurut (Yistiani et al., 2015))	Ordinal
<i>Social influence</i> (X1)	Pengaruh sosial merupakan pengaruh yang diterima individu dari lingkungan yang mempengaruhi perilakunya, termasuk dalam belanja impulsive (Venkatesh et al., 2012)	Presepsi individu mengenai tekanan sosial yang mempengaruhi keputusan belanja impulsive.	• <i>Subjective norms</i> • <i>Social factors</i> • <i>Image</i> (Menurut Venkatesh et al., 2012)	Ordinal
<i>Hedonic shopping motivation</i> (X2)	Dorongan emosional yang mendorong individu berbelanja demi kesenangan, menghilangkan stress atau kepuasan pribadi	Motivasi belanja individu untuk mencari kesenangan atau kepuasan emosional, bukan kebutuhan.	• <i>Advanture shopping</i> • <i>Social shopping</i> • <i>Role shopping</i> • <i>Grafification shopping</i> • <i>Idea shopping</i>	Ordinal

	(Arnold & Reynolds, 2003)		• <i>Value shopping</i> (Maqhfiroh & Prihandono, 2019)	
<i>Financial Literaty (Z)</i>	Tingkat pemahaman individu mengenai pengelolaan keuangan yang mempengaruhi keputusan finansialnya (Lusardi & Mitchell, 2014)	Tingkat pemahaman individu mengenai dasar-dasar keuangan, khususnya dalam mengontrol pengeluaran impulsif.	• Kemampuan dasar dalam mengelola keuangan • Menabung dan merencanakan perencanaan • Memahami produk-produk keuangan dan investasi (Deviyanti, 2018)	Ordinal

3.3. Desain Penelitian

Desain untuk penelitian ini yakni *survey ekplanatory* yang dijelaskan oleh Sari et al (2022) akan menjelaskan hubungan antar dua atau lebih dan menjelaskan sebab terjadinya suatu peristiwa. Tujuan penelitian menggunakan desain survei ekplanatori ini ialah untuk menguji hipotesis yang diajukan, diharapkan penelitian ini dapat menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat serta variabel moderasi yang ada dalam hipotesis.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2018), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang akan ditarik kesimpulannya oleh peneliti untuk dipelajari. Populasi dalam penelitian ini yaitu generasi z konsumen tiktok shop mahasiswa Manajemen angkatan 2024 di Universitas Nusa Putra yang berjumlah 150 orang.

3.4.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Jadi, tidak semua populasi adalah sampel. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel (Garaika & Darmanah, 2015). *Purposive sampling* digunakan dalam menentukan sampel dimana peneliti memilih sampel berdasarkan pada kriteria tertentu yang disajikan sebagai berikut :

- a) Responden penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan dengan tahun lahir 1997 hingga 2012, yang mana berusia 12 hingga 27 Tahun.
- b) Responden merupakan pengguna platform TikTok.
- c) Responden pernah berbelanja melalui TikTok Shop minimal 1x dalam 6 bulan terakhir.
- d) Responden merupakan mahasiswa manajemen angkatan 2024 di Universitas Nusa Putra.

Karena peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dan telah melakukan pra survey kepada responden dengan kriteria diatas maka diketahui secara pasti sesuai maka sampel yang memenuhi sebanyak 105 responden.

3.5. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden Sugiyono (2018:219) mengenai *social influence*, *hedonic shopping motivation*, *impulsive buying behavior* dan *financial literacy* dari para responden dalam hal ini adalah generasi z konsumen tiktok shop mahasiswa manajemen angkatan 2024 di universitas nusa putra yang bersedia menjadi responden penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner dengan skala likert.

3.6. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan pada saat proses pengumpulan data untuk menguji hipotesis yang ada dalam penelitian. Dalam tahap ini peneliti harus dapat menentukan atau memilih teknik atau instrumen yang sesuai untuk mengukur variabel-variabel tersebut. Menurut Sugiyono (2018) instrumen penelitian ini merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.

Tabel 3.2 Kisi-kisi Kuesioner

Variabel	No.	Indikator	Kisi-kisi	No butir	Skala
<i>Impulsive buying behavior</i> (Y)	1	Spontanitas	Pembelian yang secara tiba-tiba	1,2	Ordinal
	2	Pembelian tanpa berpikir akibat	Pembelian di tiktokshop yang tanpa berpikir akibatnya	3,4	Ordinal
	3	Pembelian terburu-buru	Pembelian di tiktokshop karna terburu-buru dengan dorongan diskon	5,6	Ordinal
<i>Social influence</i> (X1)	1	Subjective norms	Pengaruh teman atau influencer dalam belanja di Tiktok Shop	7,8	Ordinal
	2	<i>Social factors</i>	Pengaruh lingkungan dalam belanja di Tiktok Shop	9,10	Ordinal
	3	<i>Image</i>	Branding diri	11,12	Ordinal
<i>Hedonic shopping motivation</i> (X2)	1	<i>Adventure shopping</i>	Pengalaman belanja	13,14	Ordinal
	2	<i>Social shopping</i>	Belanja bersama teman di Tiktok Shop	15,16	Ordinal
	3	<i>Role shopping</i>	Pengaruh <i>Influencer</i> dalam belanja di Tiktok Shop	17,18	Ordinal
	4	<i>Gratification shopping</i>	Kepuasan emosional dalam belanja	19,20	Ordinal

	5	<i>Idea shopping</i>	Belanja untuk mencari inspirasi	21,22	Ordinal
	6	<i>Value shopping</i>	Kepuasan dalam belanja di Tiktok Shop	23,24	Ordinal
<i>Financial literacy (Z)</i>	1	Kemampuan dasar tentang pengelolaan keuangan	Pengetahuan, pemahaman pengelolaan keuangan	25,26	Ordinal
	2	Menabung dan merencanakan perencanaan	Kebiasaan menabung, perencanaan anggaran dan penyedia dana darurat	27,28,29	Ordinal
	3	Memahami produk-produk keuangan dan investasi	Produk keuangan, investasi dan pengambilan keputusan finansial	30,31,32	Ordinal

3.7. Teknis Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi berganda dan analisis regresi moderasi karena penelitian ini menggunakan dua variabel X, satu variabel Y, dan satu variabel Z (moderasi). Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap dengan menggunakan aplikasi pengolah data atau SPSS versi 29. adapun tahapan pengujiannya diuraikan sebagai berikut:

3.7.1. Uji Instrumen

Uji instrumen perlu dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas pada kuisisioner yang akan digunakan untuk penelitian. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif, maka dari itu teknik analisis data untuk uji instrument yang digunakan oleh peneliti adalah statistika dengan aplikasi SPSS versi 25.

Pelaksanaan uji coba instrumen penelitian ini akan dilakukan diluar populasi yaitu pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021.

1. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2021) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan

pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan perbandingan R hitung dan R tabel. Jika $R_{Hitung} > R_{Tabel}$ maka data kuesioner penelitian dianggap valid.

Adapun hasil pengujian uji validitas instrumen pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.3:

Tabel 3.3
Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Jumlah Butir Item Semula	Nomor Item Tidak Valid	Jumlah Butir Tidak Valid	Jumlah Butir Valid
<i>Social influence (X1)</i>	6	-	-	6
<i>Hedonic shopping motivation (X2)</i>	18	11	1	17
<i>Impulsive buying behavior (Y)</i>	7	-	-	7
<i>Financial literacy (Z)</i>	8	-	-	8

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Ghazali, (2021) adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari reliabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian ini akan menggunakan *Cronbach's's Alpha*, dimana jika $\alpha > 0,6$ maka uji instrumen tersebut dikatakan reliabel.

Adapun hasil pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.4:

Tabel 3.4
Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	r kritis	Kesimpulan
<i>Social influence</i> (X1)	0,812	0,600	Reliabel
<i>Hedonic shopping motivation</i> (X2)	0,890	0,600	Reliabel
<i>Impulsive buying behavior</i> (Y)	0,935	0,600	Reliabel
<i>Financial literacy</i> (Z)	0,793	0,600	Reliabel

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

3.7.3.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali, (2021) uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat mempunyai data distribusi normal atau mendekati normal. bila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Dalam menguji normalitas, dapat dilakukan dengan probabilitas normal, analisis grafik histogram dan uji kolmogorov-smirnow. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran titik data pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Normalitas dipenuhi apabila titik-titik data terkumpul di sekitar garis lurus. Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Rumus Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut :

$$KD = 1,36 \frac{\sqrt{n1 + n2}}{n1.n2}$$

Keterangan :

KD = jumlah Kolmogorov-Smirnov yang dicari

n1 = jumlah sampel yang diperoleh

n2 = jumlah sampel yang diharapkan

Nilai signifikan data dianggap normal jika nilainya lebih besar dari 0,05 ($P > 0,05$), dan tidak normal jika nilainya lebih rendah dari 0,05 ($P < 0,05$).

3.7.3.2. Uji Linieritas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah spesifikasi model yang digunakan sudah tepat. Uji ini juga dilakukan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak (Ghozali, 2021). Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi Pearson atau regresi linier. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi ($\text{Deviation for Linearity}$) $> 0,05$.

3.7.3.3. Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi menunjukkan bahwa ada korelasi di antara variabel bebas (independen). Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (independen) (Ghozali, 2021). Nilai toleransi dan lawannya variance inflation factor (VIF) adalah dua indikator yang menunjukkan setiap variabel bebas seperti apa yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Hasil dari pengujian ini dapat dilihat dari nilai variance inflation factor (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10, maka tidak ada masalah multikolinearitas.

3.7.3.4. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali, (2021), uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika variance disebut sebagai heterokedastisitas, dan jika pengamatan yang berbeda maka disebut heterokedastisitas. Adapun Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu untuk melihat dari angka probabilitas dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersebut tidak ada Heterokedastisitas.
- 2) Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka, hipotesis ditolak karena data ada Heterokedastisitas.

3.7.3. Analisis Statistik

3.7.3.1. Uji *Moderate Regression Analysis* (MRA)

Penelitian ini akan menggunakan uji analisis dengan metode analisis regresi moderasi. Uji interaksi, juga dikenal sebagai analisis regresi moderasi (MRA),

adalah metode regresi berganda linear yang menggunakan elemen interaksi (perkalian dua atau lebih independen) dalam persamaan regresi. Tujuan uji interaksi adalah untuk menentukan apakah variabel moderasi akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen Ghozali (2021).

Moderate Regression Analysis (MRA) digunakan untuk menentukan apakah variabel literasi keuangan dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara *social influence* dan *hedonic shopping motivation* terhadap *impulsive buying behavior*. Hipotesis moderasi diterima jika variabel moderasi literasi keuangan (literasi keuangan * *social influence*) dan variabel moderasi literasi keuangan (literasi keuangan * *hedonic shopping motivation*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *impulsive buying behavior*.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \beta_4 X_1 Z + \beta_5 X_2 Z + e$$

Keterangan :

Y = *Impulsive buying behavior*

α = konstanta

β = koefisien regresi

X_1 = *social influence*

X_2 = *hedonic shopping motivation*

Z = *financial literacy*

$X_1 Z$ = Interaksi *social influence* dan *financial literacy*

$X_2 Z$ = Interaksi *hedonic shopping motivation* dan *financial literacy*

e = *standard error*

3.7.3.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) Koefisien Determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel *social influence* dan *hedonic shopping motivation* terhadap *impulsive buying behavior* pada generasi z. Dalam model regresi, semakin kecil angka koefisien determinasi atau semakin dekat dengan nol, semakin besar pengaruh semua

variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, nilai yang semakin mendekati 100% berarti pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar. Adapun rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = nilai koefisien determinasi

r^2 = nilai koefisien korelasi

3.7.4. Uji Hipotesis

3.7.4.1. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t (uji parsial) digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji parsial merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui hubungan signifikan atau tidak dari setiap masing-masing variabel bebas X terhadap variabel Y.

Pengujian parsial dapat dilakukan dengan ketentuan berikut ini:

- 1) Koefisien B bernilai positif/negatif akan menentukan pengaruh variabel independen positif atau negatif terhadap variabel dependen.
- 2) Signifikasi $\leq 0,5$ menandakan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen signifikan, begitupun sebaliknya.

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

Hipotesis 1

Ho : Tidak terdapat pengaruh signifikan dari *social influence* terhadap *impulsive buying behavior* pada generasi z.

Ha : Terdapat pengaruh signifikan dari *social influence* terhadap *impulsive buying behavior* pada generasi z.

Hipotesis 2

Ho : Tidak terdapat pengaruh signifikan dari *Hedonic shopping motivation* terhadap *impulsive buying behavior* pada generasi z.

Ha : Terdapat pengaruh signifikan dari *Hedonic shopping motivation* terhadap *impulsive buying behavior* pada generasi z.

3.7.4.2. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2021), uji pengaruh simultan digunakan untuk menentukan apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama atau secara bersama-sama. Pada dasarnya, uji statistik f menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model mempengaruhi variabel terikat secara bersama-sama atau secara bersama-sama. Pada derajat kesalahan 5%, nilai f hitung dan f tabel dibandingkan untuk menguji. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan profitabilitas signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan profitabilitas signifikan $< 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima, yang artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

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

Hipotesis 3

Ho : Tidak terdapat pengaruh signifikan dari *social influence* dan *hedonic shopping motivation* terhadap *impulsive buying behavior* pada generasi z.

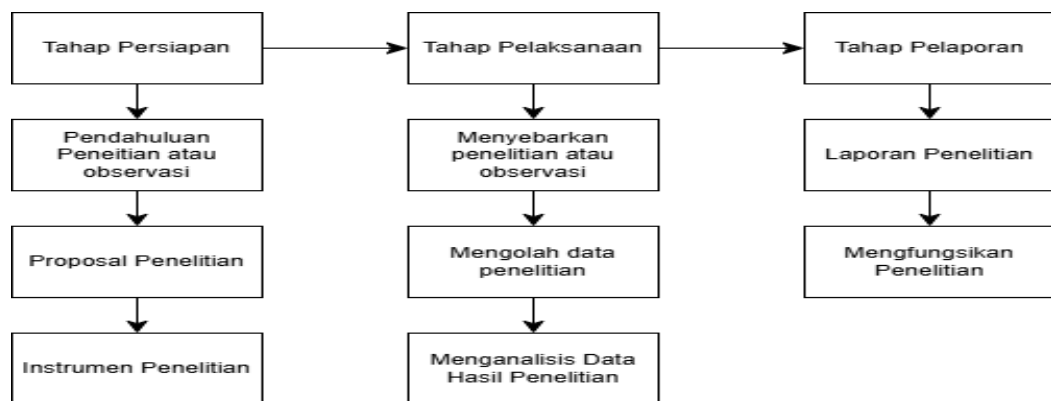
Ha : Terdapat pengaruh signifikan dari *social influence* dan *Hedonic shopping motivation* terhadap *impulsive buying behavior* pada generasi z.

3.8. Langkah-langkah Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan melalui tiga tahap yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap pelaporan data. Ketiga tahap tersebut diantaranya:

1. Tahap persiapan
 - a. Pendahuluan penelitian atau observasi
 - b. Proposal penelitian
 - c. Instrumen penelitian
2. Tahap pelaksanaan
 - a. Menyebarkan penelitian atau observasi
 - b. Mengolah data penelitian
 - c. Menganalisis data hasil penelitian
3. Tahap pelaporan
 - a. Mengelola dan menganalisis hasil data
 - b. Mengfungsikan hasil penelitian

Bagan alur penelitian dapat dilihat pada gambar 3.1 berikut:



Gambar 3.1 Langkah-langkah Penelitian

3.9. Tempat dan Waktu Penelitian

3.9.1. Tempat

Penelitian ini dilaksanakan di Sukabumi, Jawa Barat pada bulan januari 2025-Maret 2025.

3.9.2. Waktu

Waktu penelitian ini dilaksanakan selama 5 bulan dimulai dari bulan November 2024 sampai Maret 2025. Untuk lebih jelasnya akan disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3.3 Rencana Kegiatan Penelitian

[illegible]