

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Menurut sifat datanya, penelitian tertulis dengan metodologi penelitian kuantitatif. Penelitian yang mengolah data secara numerik untuk menghasilkan pengetahuan yang terorganisir disebut dengan penelitian kuantitatif (Sinambela, 2021).

Sugiyono (2016) mengartikan data kuantitatif sebagai metodologi penelitian yang berlandaskan pada data positivistik (konkret); yakni data penelitian dalam bentuk numerik yang relevan dengan pokok bahasan yang diteliti yang akan diukur dengan statistik sebagai instrumen tes perhitungan untuk menarik suatu kesimpulan. Konsep positivisme diterapkan dalam populasi ataupun sampel tertentu.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Sugiyono (2016) mengemukakan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari item ataupun orang dengan atribut tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti serta diambil kesimpulannya. Definisi tersebut memperlihatkan pelanggan marketplace Shopee di Surabaya Selatan yakni populasi yang diteliti.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sugiyono (2017) menegaskan sampel diperoleh dengan teknik tertentu yang dianggap mewakili populasi. Teknik sampel non-acak digunakan pada penelitian tertulis untuk menentukan ilustrasi, sehingga memerlukan pertimbangan cermat terhadap sejumlah faktor saat pengambilan sampel. Purposive sampling menurut Sugiyono (2017) diartikan suatu metode dalam pemilihan sampel menurut standar yang ditentukan. Persyaratan berikut harus dipenuhi oleh responden:

1. Berusia minimal 18 tahun.
2. Pernah melaksanakan pembelian impulsif di *marketplace* Shopee.
3. Berdomisili di wilayah Surabaya Selatan.

Menurut Ferdinand (2014) dalam Safitri et al, (2021) menyatakan jika sampel besarnya sampel ditentukan sejumlah 25 kali variabel independen. Variabel independen pada penelitian tertulis yakni *Shopping lifestyle* (X1) dan Sifat Materialisme (X2). Sehingga disimpulkan jumlah anggota sampel diambil pada penelitian tertulis minimal sejumlah $25 \times 2 = 50$ responden.

3.3 Identifikasi Variabel

Variabel penelitian diartikan atribut, kualitas, atau nilai suatu subjek, benda, atau aktivitas yang mempunyai perubahan tertentu yang dipilih oleh penyelidik untuk diperiksa serta diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Variabel dalam penelitian tertulis terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

- a. Variabel bebas (independen) yakni variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahannya ataupun timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian tertulis yang menjadi variabelbebas diartikan *Shopping lifestyle* (X1) dan Sifat Materialisme (X2).
- b. Variabel terikat (dependen) diartikan faktor-faktor yang terpengaruh ataupun diakibatkan oleh adanya variabel independen (Sugiyono, 2016). Pada penelitian tertulis, variabel terikatnya diartikan Pembelian Implusif (Y).

3.4 Definisi Operasional Variabel

Nurdin & Hartati (2019) menyatakan definisi operasional yang mengoperasionalkan variabel menurut atribut yang diamati, memungkinkan peneliti melaksanakan pengamatan ataupun pengukuran yang cermat pada suatu objek ataupun fenomena. Definisi operasional yang diterapkan dalam penelitian tertulis:

3.4.1 Variabel *Shopping Lifestyle*

Shopping lifestyle diartikan ekspresi gaya hidup dari seorang manusia dalam berbelanja di *marketplace* Shopee mencerminkan status sosial serta cara mereka menghabiskan waktu serta uang dalam berbagai barang, teknologi, fashion, layanan hiburan ataupun pendidikan.

Cobb dan Hoyer dalam (Indrawati & Sari, 2018) mengetahui hubungan *Shopping Lifestyle* diartikan dengan indikator yakni:

1. Tanggap terhadap tawaran iklan

Menanggapi dalam membeli setiap tawaran iklan tentang produk yang di jual di *marketplace* Shopee.

2. Membeli produk model terbaru

Saat konsumen melihat produk terbaru yang ditawarkan oleh sebuah toko di *marketplace* Shopee, konsumen akan segera merespon untuk membeli produk tersebut.

3. Membeli merek terkenal

Konsumen akan membeli merek terkenal yang di *marketplace* Shopee dibandingkan dengan merek yang belum terkenal.

4. Yakin dengan kualitas dari merek terkenal

Konsumen meyakini produk dari merek terkenal yang menjual produknya di *marketplace* Shopee dengan kualitas cukup jauh lebih baik dibanding dengan merek yang biasa atau standart.

5. Membeli berbagai merek

Konsumen akan cenderung tidak setia terhadap satu merek yang ada di *marketplace* Shopee, konsumen akan membeli produk pada berbagai merek bila produk itu memiliki kualitas sesuai konsumen inginkan.

3.4.2 Variabel Sifat Materialisme

Sifat materialisme diartikan keyakinan dari seseorang yang menjadikan terhadap benda dan materi yang mereka beli di *marketplace* Shopee sebagai hal yang sangat penting dalam kehidupannya yang dapat meningkatkan kebahagiaan

dalam diri seseorang.

Menurut Anggriani dkk (2021) indikator materialisme diantaranya:

1. Kepemilikan barang penting dalam hidup

Mencakup keyakinan kepemilikan barang yang mereka beli di *marketplace* Shopee diartikan tujuan hidup paling penting dalam individu.

2. Membeli banyak barang membuat bahagia

Mencakup keyakinan kepemilikan barang yang mereka beli di *marketplace* Shopee yakni hal yang bisa memberikan kebahagiaan.

3. Kepemilikan barang memperlihatkan status

Keyakinan kepemilikan barang yang mereka beli di *marketplace* Shopee yakni alat ukur dalam memperlihatkan prestasi diri yang dipunyai seseorang.

4. Membeli untuk memuaskan diri

Keyakinan kegiatan pembelian yang mereka beli di *marketplace* Shopee dilaksanakan untuk memberikan suatu kepuasan.

3.4.3 Variabel Pembelian Implusif

Pembelian impulsif diartikan perilaku berbelanja seseorang terjadi secara tidak terencana dalam membuat suatu keputusan dengan cepat saat meninjau suatu produk di *marketplace* Shopee.

Pontoh et al., (2017) diartikan indikator pembelian impulsif diantaranya:

1. Pembelian tidak direncanakan

Pembelian tidak direncanakan, tidak diharapkan artinya konsumen

membeli secara spontan dan tiba-tiba pada *marketplace* Shopee.

2. Pembelian tanpa berfikir akibat

Pembelian dilaksanakan di *marketplace* Shopee tanpa adanya pertimbangan mendalam ataupun tanpa memikirkan suatu konsekuensi yang mungkin saja timbul.

3. Pembelian terpengaruh tawaran menarik

Pembelian tanpa direncanakan bisa terjadi sebab adanya tawaran menarik seperti promo atau diskon yang ditawarkan oleh *marketplace* Shopee kepada para konsumennya.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian tertulis diartikan data kuantitatif, yang akan diberikan berbentuk angka ataupun data statistik menurut variabel digunakan. Menurut Sugiyono (2016), data kuantitatif diartikan sebagai data yang bersifat numerik atau statistik.

3.5.2 Sumber Data

Ada dua sumber data yang digunakan dalam penelitian tertulis yakni:

1) Data Primer

Data dikumpulkan dari sumber asli atau langsung disebut sebagai data primer. Data primer penelitian tertulis berasal dari responden dan sumber dengan pernyataan terstruktur pada kuesioner. Informasi tersebut mencakup topik-topik seperti sifat materialisme dan

bagaimana gaya hidup berbelanja memberikan pengaruh pembelian impulsif di pasar Shopee di Surabaya Selatan.

2) Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (2016) diartikan suatu jenis sumber data secara tidak langsung menyumbangkan data untuk pengumpulan data, contohnya melalui individu ataupun dokumen lain. Sumber data tambahan dikenal sebagai sumber data sekunder dipakai dalam melengkapi data primer diperlukan.

3.6 Prosedur Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian tertulis melalui dua tahap, yakni:

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi yang dilaksanakan oleh peneliti dengan mengumpulkan informasi relevan pada topik ataupun permasalahan sedang diteliti. Peneliti melaksanakan study kepustakaan berkaitan dengan kepuasan konsumen melalui berbagai literatur yang ada seperti buku, skripsi, jurnal dan dokumen-dokumen pendukung seperti artikel dan lain sebagainya.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Pada studi lapangan penulis mengamati dengan langsung sasaran penelitian lewat observasi, wawancara dan menyebarkan kuesioner kepada konsumen. Studi lapangan dalam penelitian ini dilaksanakan

dengan menyebarkan kuesioner, kuisisioner yakni teknik mengumpulkan data dilaksanakan dengan memberi pernyataan tertulis pada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2015).

Skala Likert dipakai dalam mengukur variabel-variabel dalam kuesioner yang disarankan penelitian tertulis. Sugiyono (2015) menyatakan skala Likert dipakai dalam mengukur sikap, pandangan, serta persepsi individu ataupun kelompok terhadap fenomena sosial yang dikenal sebagai variabel penelitian pada penelitian tertulis. Setiap sampel menerima lima peringkat dari pengukuran skala Likert, yang dijelaskan berikut:

Tabel 3.1 Skala Likert

No	Jawaban	Jumlah Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2016)

3.7 Teknik Analisis Data

Pengolahan temuan penelitian dan pengambilan kesimpulan dapat dilaksanakan melalui analisis suatu data. Penelitian tertulis dengan model regresi linier berganda dalam analisis data kuantitatif dalam kerangka teori. Jika terdapat sejumlah variabel, uji regresi berganda digunakan pada aplikasi IBM SPSS (Static Product and Service Solutions) untuk mengevaluasi strategi analisis data. Dalam mengetahui adanya hubungan antarketiga variabel diteliti, yakni pengaruh dari

materialisme serta gaya hidup belanja pada pembelian impulsif di marketplace Shopee Surabaya Selatan, penelitian tertulis dengan regresi berganda.

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif menurut Wahyuni (2020:91) diartikan suatu teknik pengumpulan dan penyajian data yang menghasilkan data dalam bentuk distribusi, jenis variabel, ringkasan statistik, dan grafik. Besarnya variabel yang diteliti dapat digambarkan melalui penerapan analisis statistik deskriptif.

3.7.2 Uji Instrumen

Sugiyono (2016) menegaskan kualitas pengumpulan data serta kualitas peralatan penelitian ialah dua faktor memberikan pengaruh pada kualitas hasil penelitian. Reliabilitas serta validitas diartikan dua prinsip pengukuran yang dapat diterapkan pada penelitian kuantitatif dan kualitatif untuk menilai kualitas data. Dalam penelitian kuantitatif, alat penelitian seperti kuesioner dengan konstruk abstrak sering diuji validitas dan reliabilitasnya.

3.7.2.1 Uji Validitas

Ghozali (2015) mengartikan uji validitas dilaksanakan dalam mengetahui validitas kuesioner. Jika pertanyaan dalam kuesioner dengan jelas menyatakan apa yang ingin diukur oleh instrumen tersebut, sehingga hal tersebut dianggap sah. Menurut Priyatno (2014), uji validitas mengukur seberapa akurat deskripsi kuesioner yang diberikan kepada responden. Item pernyataan dikatakan valid bila nilai signifikansinya $< 0,05$ (5%). Bila skor signifikansinya $> 0,05$ sehingga item pernyataan tersebut dianggap tidak valid. Sugiono (2016) menyatakan dalam Felix (2019) suatu item kuesioner dikatakan valid jika koefisien korelasi Pearson $> 0,3$.

3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menurut Sugiyono (2016) diartikan seberapa jauh hasil dari pengukuran dalam objek yang sama dalam menghasilkan suatu data yang sama pula. Kuesioner yang berfungsi sebagai pengukur suatu variabel diuji reliabilitasnya (Ghozali, 2015). Jika gagasan pengukurannya konstan dan konsisten, sehingga kuesioner tersebut dianggap dapat diandalkan. Koefisien Cronbach Alpha (α), memperlihatkan seberapa baik suatu item pertanyaan dikaitkan dengan item pertanyaan lainnya, dalam mengukur suatu ketergantungan. Sunyoto (2013) menyatakan suatu kuesioner terbilang reliabel bila nilai Cronbach's Alpha-nya $> 0,60$, dan tidak reliabel jika kurang dari $0,60$.

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam mengetahui besarnya pengaruh faktor independen pada variabel dependen digunakan analisis regresi linier berganda. Satu diantara teknik menguji hipotesis tentang hubungan linier antardua variabel ataupun lebih diartikan regresi linier berganda. Gaya hidup berbelanja serta sikap materialisme pada pembelian impulsif di marketplace Shopee Surabaya Selatan menjadi variabel dipakai pada penelitian tertulis. Persamaan regresi linier berganda memiliki rumus :

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

Keterangan:

Y = Pembelian Implusif

A = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Nilai koefisien masing-masing variabel bebas

X_1 = *Shopping Lifestyle*

X_2 = Sifat Materialisme

e = Nilai Standar *Error* / Nilai Kesalahan

3.7.4 Uji Hipotesis

3.7.4.1 Uji T

Dalam mengetahui signifikansi parameter bebas yang berpotensi menjelaskan variabel terikat digunakan uji t parsial (Ghozali, 2015). Untuk memastikan apakah jenis materialisme dan setiap elemen gaya hidup belanja berdampak terhadap pembelian impulsif, digunakan uji t parsial. Berikut hipotesis uji t:

1. Apabila nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$) atau nilai thitung $<$ ttabel, sehingga H_0 diterima. Hal itu memperlihatkan tidak ada hubungan yang nyata antara variabel independen dan variabel dependen.
2. Apabila nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$) $<$ nilai probabilitas krusial (nilai thitung $>$ ttabel), sehingga H_0 dibuang. Hal itu memperlihatkan Adanya hubungan cukup besar antara variabel independen serta dependen.

3.7.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Besar kecilnya kontribusi variabel independen pada variabel dependen ditentukan oleh koefisien determinasi (Ghozali, 2015). Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 - 1. Semakin mendekati suatu nilai 1 sehingga semakin efektif variabel independen dalam menguraikan variabel dependen.