

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Desain Penelitian**

Desain penelitian adalah visualisasi fenomena maupun gejala yang diturunkan dari variabel sebuah penelitian pada level indikator (Maidiana, 2021). Dalam penelitian ini, penulis akan mengadopsi pendekatan kuantitatif untuk merancang penelitian. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian ilmiah yang menggunakan metode pengumpulan data dalam bentuk angka dari populasi atau sampel yang diteliti, serta menerapkan analisis statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Nadirah *et al.*, 2022).

Penelitian yang akan dilakukan adalah menggunakan penelitian survei deskriptif. Penelitian survei merupakan jenis penelitian yang memperoleh fakta dan data di lapangan untuk membantu mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggunakan metode untuk menggambarkan temuan penelitian dengan memberikan deskripsi, penjelasan, serta validasi terhadap fenomena yang diteliti (Ramdhan, 2021).

#### **3.2. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta Kampus 1 Jalan Siliwangi,

Ringroad Barat, Banyuraden, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini didasarkan pada pra survei mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta, sebesar 97% dari mereka menyatakan bahwa menggunakan aplikasi TikTok dan sering menerapkan pembelian tanpa berpikir terlebih dulu mengenai manfaat serta kegunaannya, yang berarti melakukan pembelian impulsif baik karena untuk memenuhi gaya hidup maupun melakukan pembelian hedonis agar mendapatkan kepuasan emosional. Selain itu, dengan memilih tempat di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta dapat menghemat waktu serta biaya.

## 2. Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan waktu sebagai berikut :

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

Kegiatan	2023						
	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Pengajuan Judul							
Penyusunan Proposal							
Seminar Proposal							
Revisi							
Penelitian dan Pengumpulan data							
Penyusunan Skripsi							
Sidang Skripsi							

Sumber : Penulis

### 3.3. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan objek, sifat, nilai seseorang, atribut, atau aktivitas yang berbeda satu dengan lain dan ditentukan oleh peneliti untuk tujuan mempelajari dan menarik sebuah kesimpulan (Ulfa, 2021). Dalam penelitian ini, dilakukan penentuan definisi operasional variabel penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.2 Operasional Tabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Motivasi pembelian hedonis	Motivasi pembelian hedonis adalah ambisi seseorang untuk memperoleh kepuasan diri seseorang, yang dapat dicapai dengan meluangkan waktu dalam mengunjungi mal, menikmati suasana mal itu sendiri, bahkan tanpa membeli dan hanya sekedar melihat-lihat (Ratu <i>et al.</i> , 2021)	1. Berbelanja merupakan pengalaman yang menyenangkan 2. Berbelanja adalah alternatif untuk mengatasi rasa bosan 3. Konsumen lebih bersedia belanja untuk orang lain daripada untuk dirinya sendiri 4. Tempat berbelanja yang menawarkan diskon dan harga lebih murah lebih disukai oleh konsumen 5. Menghabiskan waktu bersama keluarga dan teman dapat meningkatkan	Skala Likert (5,4,3,2,1)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
		kepercayaan dalam berbelanja 6. Konsumen berbelanja mengikuti model tren terkini (Tuzzahra & Tirtayasa, 2020)	
<i>Shopping Lifestyle</i>	<i>Shopping lifestyle</i> adalah kecenderungan seseorang untuk menghabiskan waktu dan uang dalam berbelanja dan memengaruhi keputusan konsumen berdasarkan keinginan, opini, merek, dan iklan mereka (Hidayat & Tryanti, 2018)	1. Memperhatikan pada setiap iklan produk dan memiliki keinginan untuk membelinya 2. Membeli barang dengan model terbaru 3. Konsumen membeli merek terkenal 4. Memiliki keyakinan tertentu saat belanja produk yang terkenal memiliki kualitas yang baik 5. Konsumen saat belanja merek lain yakin bahwa adanya kualitas yang baik (Pramesti & Dwiridotjahjono, 2022)	Skala Likert (5,4,3,2,1)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Pembelian impulsif	Pembelian impulsif adalah pembelian yang tak terencana oleh konsumen dalam membeli sebuah produk yang sebenarnya tidak dibutuhkan (Daulay <i>et al.</i> , 2021)	1. Spontanitas 2. Kekuatan kompulsi 3. Intensitas dan kegairahan stimulasi 4. Adanya ketidakpedulian akan akibat (Purnamasari <i>et al.</i> , 2021)	Skala Likert (5,4,3,2,1)

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

### 3.4. Populasi Dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi yaitu sekumpulan individu yang mempunyai ciri sama serta menempati di ruang yang sama pula pada waktu tertentu berupa keluarga, individu, kelas, kelompok sosial, organisasi, sekolah, rumah tangga dan lainnya (Lesmana, 2021).

Pada penelitian ini populasi yang diteliti merupakan seluruh pengguna aktif TikTok dengan status sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Penelitian ini tidak menggunakan rentang usia karena pengguna TikTok dapat diakses oleh sebagian besar dari populasi yang telah ditetapkan sehingga penelitian ini berfokus pada populasi yang merupakan pengguna aktif TikTok pada mahasiswa

Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani  
Yogyakarta.

## 2. Sampel

Sampel merupakan sebagian kecil ataupun representasi dari populasi yang dipilih dengan menggunakan metode penelitian tertentu (Nurrahmah *et al.*, 2021). Penelitian yang digunakan teknik sampel *non-probability sampling*. Menurut Riduwan dalam Nurrahmah *et al.*, (2021), *non-probability sampling* ialah teknik seluruh unsur ataupun anggota populasi tidak mempunyai peluang yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel.

Teknik *non-probability sampling* yang diterapkan adalah *purposive sampling*. Menurut Otoatmodjo dalam Lenaini (2021), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan beberapa karakteristik dan identitas yang diketahui sebelumnya dari suatu populasi. Karakteristik sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani berusia 18-25 tahun yang menggunakan aplikasi TikTok dan pernah mengalami adanya dorongan untuk membeli sebuah produk tanpa terencana sebelumnya (Arbaiah *et al.*, 2022). Penelitian ini menggunakan rumus slovin dalam Wahyudi (2017) menetapkan sampel dari besaran populasi yang ada.

Rumus Slovin

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

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

d = Tingkat error (10%)

Berdasarkan data Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta, Surat Keputusan Rektor dengan nomor Skep/045/UNJAYA/V/2022 tanggal 1 Maret 2023, tentang studi dan status akademik mahasiswa yang aktif pada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani berjumlah 964 mahasiswa. Rincian datanya yaitu :

Tabel 3.3 Rincian Jumlah Populasi

Program Studi	Jumlah	Persentase
Akuntansi	205	21%
Hukum	194	20%
Psikologi	365	38%
Manajemen	200	21%
Jumlah	964	100%

Sumber : Diolah peneliti (2023)

$$n = \frac{964}{1+964 (10\%)^2} + 1$$

$$n = 91,60$$

Sehingga untuk memperoleh data maka membutuhkan responden dengan sampel yang berjumlah 91,60 yang dapat dibulatkan menjadi 92.

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah tujuannya mengumpulkan informasi atau fakta terkait dengan topik penelitian. Data yang terkumpul nantinya akan digunakan dalam menjawab pertanyaan dan menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Tujuan dari pengumpulan data adalah untuk memperoleh informasi atau fakta yang valid, akurat, dan dapat diandalkan guna mendukung pengambilan keputusan atau pembuatan kesimpulan yang berhubungan dengan sebuah penelitian. Bersumber pada sumber data yang diperoleh, sumber berikut yang digunakan untuk pengumpulan data :

#### 1. Sumber primer

Sumber primer merujuk pada data yang dikumpulkan langsung dari sumber pertama atau asli, yaitu sumber yang memiliki informasi atau data yang dibutuhkan dalam penelitian. Penggunaan sumber primer dalam penelitian sangat penting karena dapat memberikan informasi yang spesifik dan mendalam tentang topik penelitian serta dapat membantu meningkatkan validitas dan



reliabilitas data yang diperoleh, dan juga memperkuat argumentasi kesimpulan yang dihasilkan. Sumber data responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

## 2. Sumber sekunder

Sumber sekunder mengacu pada informasi yang sudah ada sebelumnya yang telah dikumpulkan oleh pihak lain dan dapat dijadikan sebagai sumber referensi dalam penelitian. Sumber sekunder dapat berupa informasi dari publikasi ilmiah seperti jurnal, laporan dan buku, atau informasi yang didapat dari sebuah lembaga maupun instansi terkait. Menggunakan sumber sekunder dalam penelitian dapat membantu peneliti menghemat waktu dan uang yang dibutuhkan untuk mengumpulkan data dan memberikan gambaran yang lebih luas tentang topik penelitian. Penelitian ini menggunakan sumber data ketiga yaitu Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta untuk menentukan jumlah populasi dan melalui jurnal, buku dan artikel.

Dalam memperoleh data, beberapa teknik untuk pengumpulan data yang umum digunakan seperti kuesioner, wawancara, observasi, studi dokumenter, eksperimen, dan lainnya. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu :

a. Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan suatu teknik pengumpulan data atau informasi melalui formulir dengan pertanyaan yang diisi beberapa responden dalam mendapatkan jawaban yang akan dianalisa oleh pihak tertentu dengan tujuan tertentu. Kuesioner merupakan teknik yang umum digunakan dalam melakukan evaluasi terhadap barang atau jasa yang sedang berlangsung (Cahyo *et al.*, 2019).

Dalam penelitian ini, kuesioner dibangun dalam bentuk angket tertutup. Angket tertutup disusun oleh peneliti dengan menyediakan opsi jawaban, dimana responden dapat memilih pilihan jawaban yang disediakan dan sesuai kondisi yang dialami.

b. Studi Kepustakaan

Menurut Prastowo dalam Syafitri dan Nuryono (2020), studi kepustakaan adalah tujuannya mengumpulkan data serta informasi yang menggunakan berbagai sumber di perpustakaan, termasuk buku, dokumen, majalah, catatan dan cerita sejarah dan sumber lainnya. Studi kepustakaan merupakan salah satu metode penelitian kualitatif, dimana bahan penelitian yang digunakan dilakukan di perpustakaan bersama-sama dengan informasi, arsip dan jenis dokumentasi lainnya.

### 3.6. Teknik Analisis Data

#### 1. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif mempunyai tujuan memberi gambaran secara jelas mengenai karakteristik, pola, atau hubungan antar variabel yang diteliti. Data diolah dan diinterpretasikan dengan menggunakan teknik statistik seperti tabel, grafik, dan ukuran statistik seperti rata-rata, median, modus, dan persentil. Data deskriptif dapat diartikan dengan tujuan memberikan informasi dan gambaran untuk mendukung analisis statistik dan menarik kesimpulan (Riyanto & Hatmawan, 2020).

Tabel 3.4 Skala Likert

Kriteria Penilaian	Skala Penilaian
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Rahma & Safarati, 2021)

#### 2. Uji Validitas

Uji validitas yaitu mengukur seberapa akurat tes tersebut melakukan tugasnya, apakah alat ukur yang disiapkan bisa mengukur dengan akurat apa yang seharusnya diukur, dan apakah kuesioner tersebut memiliki validitas yang memadai atau tidak. Uji validitas ini pada dasarnya mengukur valid tidak setiap pertanyaan

maupun pernyataan yang digunakan di penelitian, yang menghubungkan jumlah setiap pernyataan dengan jumlah keseluruhan yang digunakan untuk setiap variabel (Darma, 2021). Dalam menghitung uji validitas dapat menggunakan rumus korelasi *product moment* atau korelasi *pearson*, yaitu sebagai berikut :

$$r = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r$  = Koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total

$N$  = Jumlah dari subjek penelitian

$\sum x$  = Jumlah dari skor butir

$\sum y$  = Jumlah dari skor total

$\sum xy$  = Jumlah perkalian antara skor butir dan skor total

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat dari skor butir

$\sum y^2$  = Jumlah kuadrat dari skor total

Dengan menggunakan media SPSS, uji ini bisa dilakukan dengan dua metode pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Melakukan korelasi antara skor item dan pertanyaan dengan skor total variabel. Uji ini memiliki pedoman pada  $r$  table dan  $r$  hitung. Nilai  $r$  table dapat ditentukan berdasarkan *degree of freedom* (df), dengan  $df = n-2$  ( $n =$  jumlah data responden). Nilai  $r$  yang dihitung dapat dilihat dari *corrected item total correlation*. Keputusan dalam pengujian ini didasarkan pada :
  - 1) Apabila  $r$  hitung  $\geq r$  tabel atau positif, maka indikator dinyatakan valid.
  - 2) Apabila  $r$  hitung  $< r$  tabel atau negatif, maka indikator dinyatakan tidak valid.
- b. Melakukan korelasi bivariate antara skor indikator masing-masing dengan skor variabel. Dalam pengujian ini, pengambilan keputusan didasarkan pada :
  - 1) Apabila indikatornya memiliki nilai  $sig \leq 0,1$  maka indikatornya dinyatakan valid
  - 2) Apabila indikatornya memiliki nilai  $sig > 0,1$  maka indikatornya dinyatakan tidak valid.

### 3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merujuk pada kemampuan alat ukur untuk menghasilkan hasil yang konsisten dan akurat. Metode penelitian ini dalam menguji reliabilitas yaitu *Cronbach Alpha*. Dalam uji reliabilitas pengambilan keputusan didasarkan pada Ghozali (2018) yang menyatakan bahwa:

- a. Reliabel jika *cronbach alpha* ( $\alpha$ ) > 0,6
- b. Tidak reliabel jika *cronbach alpha* ( $\alpha$ ) < 0,6

### 4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik umumnya sebagai penguji asumsi dasar telah terpenuhi atau tidak. Persamaan regresi yang baik dapat diuji dengan memeriksa asumsi klasik sebagai berikut (Mardiatmoko, 2020):

#### a. Uji normalitas

Dalam pengujian ini, digunakan sebagai mengevaluasi nilai residual apakah dapat terdistribusi secara normal maupun tidak. Metode menggunakan uji *one sample Kolmogorov Smirnov*, dan pengambilan keputusannya didasarkan pada:

- 1) Nilai sig > 0,05 dikatakan berdistribusi normal.
- 2) Nilai sig < 0,05 dikatakan tidak berdistribusi normal.

b. Uji multikolinearitas

Uji ini merupakan kondisi dimana adanya hubungan linear yang sempurna. Untuk mengetahui adanya multikolinearitas maka harus dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*, jika  $VIF < 10$  dan  $Tolerance > 0,1$  maka multikolinearitas dinyatakan tidak terjadi dan sebaliknya jika  $VIF > 10$  dan  $Tolerance < 0,1$  maka multikolinearitas dinyatakan terjadi.

c. Uji heteroskedastisitas

Pengujian ini merupakan kondisi terjadinya ketimpangan varian dalam residual semua pengamatan di model regresi. Pengujian ini memakai korelasi *rank spearman*. Apabila nilai sig variabel independen dan absolut residual  $> 0,05$  maka tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.

5. Uji Regresi Linear (Uji T)

Persamaan regresi linier adalah model persamaan yang menjelaskan hubungan variabel bebas dan variabel terikat. Dalam Ulfa (2021), variabel bebas adalah variabel yang menjadi penyebab atau memiliki potensi untuk mempengaruhi variabel lain secara teoritis, dan variabel terikat adalah variabel dipengaruhi atau akibat dari variabel bebas. Variabel bebas yang dibahas adalah motivasi pembelian hedonis dan *shopping lifestyle*, dan variabel terikat yang

dibahas adalah pembelian impulsif. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu SPSS.

Bentuk persamaan uji regresi linier adalah  $Y = a + bX$ . dimana  $a$  adalah konstanta yang menentukan nilai  $Y$ . Apabila  $X = 0$  dan  $b$  adalah koefisien regresi yang menampilkan besarnya perubahan nilai  $Y$ , maka terjadi perubahan pada satuan  $X$  (Darma, 2021). Formula analisis uji regresi linier dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + e$$

$$Y = a + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

$Y$  = Variabel dependen, yaitu pembelian impulsif

$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien dari regresi variabel  $X_1$

$b_2$  = Koefisien dari regresi variabel  $X_2$

$X_1$  = Variabel independen yaitu motivasi pembelian hedonis

$X_2$  = Variabel independen yaitu *shopping lifestyle*

$e$  = Standar error