

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (Ayuning et al., 2019), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian dengan cara mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian serta menganalisis data secara statistik yang mempunyai tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan. Jenis penelitian kuantitatif dipilih penulis karena data yang digunakan dalam penelitian ini berupa bentuk angka-angka dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel yaitu pengaruh *Flashsale*, *Cashback* dan kupon gratis ongkos kirim terhadap pembelian impulsif pengguna Shopee.

#### 3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

##### 3.2.1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di salah satu perguruan tinggi di Yogyakarta yaitu Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Hal ini dikarenakan penulis merupakan mahasiswa aktif Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

##### 3.2.2. Waktu Penelitian

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	2022					
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Bab I						
2	Bab II						
3	Bab III						
4	Seminar Proposal						
5	Revisi Pasca Seminar Proposal						
6	Bab IV						
7	Bab V						
8	Sidang Skripsi						

Sumber: Diolah oleh Penulis (2022)

### 3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini mengandung variabel yang saling berhubungan yaitu variabel bebas terdiri dari *Flashsale*, *Cashback*, Kupon gratis ongkos kirim serta variabel terikat yaitu pembelian impulsif.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
<i>Flashsale</i>	<i>Flashsale</i> adalah salah satu alat promosi penjualan yang berupa potongan harga atau diskon yang dilakukan pada saat tertentu dengan jangka waktu yang singkat	Frekuensi promosi	Likert
		Kualitas promosi	Likert
		Waktu promosi	Likert
		Ketepatan dan kesesuaian sasaran promosi	Likert
<i>Cashback</i>	<i>Cashback</i> adalah salah satu alat promosi penjualan yang berupa pengembalian uang tunai atau virtual pasca pembelian disebut juga dengan istilah rabat	Besarnya <i>Cashback</i>	Likert
		Kesesuaian dengan janji	Likert
		Kecepatan <i>Cashback</i>	Likert
Kupon Gratis Ongkos Kirim	Kupon gratis ongkos kirim adalah salah satu alat promosi penjualan yang berupa pemberian kupon yang berisi potongan biaya ongkos kirim yang dibebankan kepada pengguna Shopee	Besarnya insentif	Likert
		Syarat-syarat berpartisipasi	Likert
		Jangka waktu	Likert
		Sarana distribusi	Likert
		Waktu promosi	Likert
Pembelian impulsif	Pembelian impulsif adalah perilaku pembelian yang dilakukan konsumen secara spontan karena adanya dorongan dari faktor tertentu tanpa memikirkan akibatnya.	Spontanitas	Likert
		Kekuatan impulsif	Likert
		Kegairahan dan stimulus	Likert
		Ketidakpedulian akan akibat	Likert

Sumber: Diolah oleh Penulis (2022)

### **3.4. Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1. Populasi Penelitian**

Menurut Sugiono (Widodo, 2022) Populasi adalah semua objek penelitian yang mempunyai ciri-ciri tertentu yang dapat dipelajari dan ditarik kesimpulan. Penulis menggunakan populasi mahasiswa manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta yang menggunakan Shopee untuk berbelanja. Alasan menggunakan populasi ini karena mahasiswa masuk kedalam kelompok usia yang gemar menggunakan Shopee yaitu usia 19 – 24 tahun. Berdasarkan Surat Keputusan Nomor: Skep/001/FES/XI/2021 jumlah mahasiswa aktif Program Studi Manajemen sebanyak 174 mahasiswa

#### **3.4.2. Sampel Penelitian**

Elemen dari populasi yang memiliki sifat yang hampir sama atau bahkan sama dengan sifat populasi sehingga sampel dapat dijadikan sebagai perwakilan populasi yang diteliti (Riyanto & Hatmawan, 2020:10). Penelitian ini menggunakan teknik dan cara pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Menurut Riyanto & Hatmawan (2020:17) *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu Kriteria yang digunakan untuk sampel penelitian ini adalah

1. Mahasiswa aktif prodi Manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
2. Pernah melakukan transaksi belanja online di *E-Commerce* Shopee minimal 1 kali

Teknik penentuan jumlah sampel yang diambil sebagai responden pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus Slovin (Riyanto & Hatmawan, 2020:12) sebagai berikut

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

Definisi:

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Total populasi

$Moe$  = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Maka jumlah minimal sampelnya adalah

$$n = \frac{174}{(1 + 174 (0,1)^2)} = 63,5$$

Jumlah minimal sampel berdasarkan perhitungan diatas sebanyak 63,5 responden, maka penulis menetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Pengambilan sampel sebanyak 100 responden dilakukan supaya hasil penelitian dapat digambarkan dengan lebih jelas.

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner adalah teknik mengumpulkan data dengan membagikan butir-butir pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab (Riyanto & Hatmawan, 2020:29). Penulis akan menyebarkan kuisisioner dalam bentuk *google form* kepada mahasiswa manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi belanja online di *E-Commerce* Shopee minimal 1 kali.

Skala pengukuran menurut Riyanto & Hatmawan (2020:23) merupakan acuan penelitian untuk melakukan pengukuran variabel penelitian yang menghasilkan data analisis untuk menjawab tujuan dari penelitian. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini merupakan skala likert. Menurut Riyanto & Hatmawan (2020:24) skala likert merupakan skala penelitian untuk mengukur pendapat, sikap, persepsi maupun fenomena sosial lainnya. Skala likert mempunyai lima kategori yaitu

Tabel 3. 3 Bobot Skala Likert

<b>Bobot</b>	<b>Keterangan</b>
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Riyanto & Hatmawan (2020:24)

### 3.6. Teknik Analisis Data.

#### 3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiono (Hartaroe et al., 2016) validitas merupakan menguji pertanyaan atau pernyataan kuisisioner yang bertujuan untuk mengetahui apakah respon mengerti akan pertanyaan atau pernyataan dari kuisisioner. Uji validitas bertujuan untuk menguji valid atau tidaknya butir-butir pertanyaan kuisisioner. Pertanyaan kuisisioner dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan gejala yang akan diukur. Apabila kuisisioner tidak valid maka ada kemungkinan responden belum paham terhadap pertanyaan atau pernyataan kuisisioner.

- a.  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif maka dikatakan valid
- b.  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dan bernilai negatif maka dikatakan tidak valid

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiono (Hartaroe et al., 2016) uji reabilitas adalah pengujian untuk mengetahui tingkat keandalan kuisioner. Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat tingkat ketepatan dan tingkat konsistensi dari kuisioner dalam mengukur fenomena yang sama tetapi waktu yang berbeda. Pengujian reliabilitas didasarkan pada koefisien *Cronbach Alpha*.

Tabel 3. 4 Pengambilan Keputusan Uji Reliabilitas

Nilai Alpha	Keterangan
< 0,60	Kurang Baik
0,60 – 0,80	Dapat Diterima
>0,80	Baik

Sumber: Sugiono (Hartaroe et al., 2016)

### 3.6.2. Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji normalitas data

Menurut Ghozali (Hartaroe et al., 2016) uji normalitas data merupakan metode analisis untuk mengetahui variabel terdistribusi normal atau tidak. Suatu data dikatakan baik apabila data tersebut terdistribusi normal. Ada tiga teknik yang dapat dilakukan untuk pengujian ini diantaranya:

- a. Melihat signifikansi pada Kolmogorov-Smirnov, suatu instrumen data dikatakan terdistribusi normal ketika nilai signifikan  $> 0,05$ .
- b. Melihat grafik histogram, suatu instrumen data dikatakan normal apabila grafik histogram membentuk pola seperti lonceng yang tidak condong ke kanan maupun ke kiri.
- c. Melihat pola penyebaran data pada *Normal P-Plot of Regression Standarized* dengan menggunakan dasar apabila data menyebar di dekat garis

diagonal serta mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi bersifat Normalitas.

## 2. Uji multikolinearitas

Menurut (Widodo, 2022) uji multikolinearitas mempunyai tujuan untuk menguji apakah variabel independen mempunyai hubungan antar variabel independen lain dalam satu model regresi. Ketika tidak terjadi hubungan diantara variabel independen maka dapat dikatakan bahwa model regresi sudah baik. Pengujian ini dilakukan dengan melihat *Variance Inflation Faktor* (VIF). Pengambilan keputusan dalam pengujian ini yaitu

- a.  $VIF > 10$  maka terjadi multikolinearitas
- b.  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas

## 3. Uji heterokedastisitas

Menurut (Widodo, 2022) uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual antar pengamatan. Model regresi yang baik adalah ketika tidak terjadi heterokedastisitas dengan cara melihat grafik plot. Dasar pengambilan keputusan adalah apabila tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya apabila membentuk pola tertentu (menyempit, melebar, bergelombang) maka terjadi heteroskedastisitas.

### 3.6.3. Uji Hipotesis

#### 1. Analisis regresi berganda

Menurut Sugiono (Ayuning et al., 2019) analisis regresi berganda dilakukan apabila variabel independen yang akan diteliti minimal 2 variabel. Analisis ini

mempunyai tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan koefisien regresi.

Analisis regresi berganda menggunakan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Definisi:

Y = Variabel dependen (pembelian impulsif)

A = Konstanta regresi

B = Koefisien regresi X

$X_1$  = Variabel independen (*Flashsale*)

$X_1$  = Variabel independen (*Cashback*)

$X_1$  = Variabel independen (kupon gratis ongkos kirim)

E = Standar error

## 2. Uji statistik T

Menurut Sugiono (Ayuning et al., 2019) uji statistik T digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh yang terjadi antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Adapun dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk uji statistik T adalah

a. Variabel independen secara parsial tidak signifikan terhadap variabel dependen

Jika nilai probabilitas (sig.) > 0,05 atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$ .

b. Variabel independen secara parsial signifikan terhadap variabel dependen jika

nilai probabilitas (sig.) < 0,05 atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$



### 3. Uji statistik F

Menurut Sugiono (Ayuning et al., 2019) uji statistik F digunakan untuk seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama. Adapun dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah

- a. Variabel independen secara bersama-sama signifikan terhadap variabel dependen apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai probabilitas (sig.)  $< 0,05$ .
- b. Variabel independen secara bersama-sama tidak signifikan terhadap variabel dependen apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai probabilitas (sig.)  $> 0,05$ .

### 4. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

Menurut Sugiono (Ayuning et al., 2019) Pengujian yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana variasi variabel independen menerangkan secara bersama-sama dengan variabel dependen. Variabel independen dianggap semakin baik dalam menjelaskan variabel dependen apabila nilai dari koefisien determinasinya besar.