

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Saragih et al (2021) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian data yang diperoleh dengan menggunakan instrumen data dan analisis data yang tetap, konkrit, teramati dan terukur yang menghasilkan angka-angka yang dapat diuji dengan metode statistik tujuannya untuk menjawab atau menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian kuantitatif dipilih penulis karena data yang digunakan dalam penelitian ini berupa bentuk angka-angka dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pembelian *online* di Shopee terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan.

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

##### **3.2.1 Tempat Penelitian**

Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta dimana terdapat 4 prodi yaitu : Hukum, Psikologi, Akuntansi dan Manajemen karena mahasiswa fakultas FES cenderung lebih konsumtif dalam hal penampilan fashion dibandingkan mahasiswa fakultas lain di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

### 3.2.2 Waktu Penelitian

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

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

### 3.3 Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel yang saling berhubungan yaitu variabel bebas terdiri dari Pembelian *Online* di Shopee dan variabel terikat yaitu Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Pembelian <i>Online</i> di Shopee (X)	Pembelian diartikan sebagai tahapan konsumen membeli dagangan penjual dimana terjadi hubungan timbal balik yang saling menguntungkan yang tanpa melibatkan internet sebagai perantara medianya. (Harahap & Amanah, 2018).	Kualitas Informasi	Likert
		Kemudahan	Likert
		Harga	Likert
Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan (Y)	Gaya hidup didefinisikan dengan bagaimana orang menghabiskan waktu (aktivitas), dalam hal apa yang mereka anggap penting bagi lingkungan mereka (hobi), serta perasaan mereka tentang diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka (Aeni, 2019).	<i>Non rational buying</i> (pembelian tidak rasional)	Likert
		<i>Wasteful buying</i> (pemborosan)	Likert
		<i>Impulsive buying</i> (pembelian impulsif)	Likert

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Menurut Usman & Abdi, (2012) Populasi merupakan unit keseluruhan dari suatu objek yang dipelajari berdasarkan pertimbangan yang logis menjadi dasar kesimpulan. Menurut Nur Fitriyani dalam Aeni (2019) bahwa remaja adalah mereka yang berusia antara 12-21 tahun, dengan pembagian menjadi tiga tahap, yaitu remaja awal usia 12-15 tahun, antara remaja 15 -18 tahun dan remaja akhir 18-21 tahun. Menurut Sumartono dalam Aeni (2019) perilaku konsumtif begitu lebih banyak didominasi oleh kalangan remaja. Hal ini karena secara psikologis, masa remaja masih dalam proses membangun identitas serta sangat sensitif terhadap pengaruh luar.

Para mahasiswa tersebut adalah remaja yang berusia antara 18 hingga 21 tahun. Oleh karena itu, peneliti mengambil populasi penelitian pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta yang akan dijadikan responden karena mahasiswa dianggap dapat mengontrol dirinya untuk melakukan pembelian *online* secara konsumtif dan sangat mampu melakukan pembelian secara *online* salah satunya dengan menggunakan *e-commerce*. Selain itu penulis juga dapat mengamati secara langsung karena penulis adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

#### **3.4.2 Sampel**

Sampel merupakan sebagian yang diambil dari semua subjek yang diteliti untuk mewakili seluruh populasi dengan menggunakan teknik tertentu Usman &

Abdi (2012). Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel data dengan metode Purposive Sampling. Purposive Sampling merupakan teknik pengambilan sampel sumber data menggunakan pertimbangan tertentu Sugiyono (2017:89). Teknik pengambilan sampel ini merupakan teknik dengan menggunakan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan untuk sampel penelitian ini adalah :

1. Jenis kelamin perempuan
2. Mahasiswi aktif Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta
3. Mahasiswi yang pernah berinteraksi menggunakan *e-commerce* Shopee

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

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

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Total populasi

$M_{oe}$  = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Maka jumlah sampelnya adalah

$$n = \frac{570}{(1 + 570 (0,1)^2)} = 85$$

Sampel dari penelitian ini minimal terdiri dari 85 responden yang mewakili populasi perempuan di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta sebanyak 570 mahasiswi. 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 menggunakan Kuesioner. Menurut Sugiyono (2017:199) Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Penulis akan membagikan kuesioner ini dalam bentuk *google form* kepada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta kepada mahasiswa yang pernah berinteraksi menggunakan *e-commerce* Shopee.

Menurut (Indrawan & Yaniawati, 2016:112) instrumen penulisan adalah alat yang pakai untuk mengumpulkan data atau berita yang berkaitan dengan masalah penulisan. Instrumen disusun menurut variabel kinerja yang dirancang dan diatur menurut skala yang sesuai karena instrumen akan digunakan untuk menghasilkan data kuantitatif yang akurat sehingga setiap instrumen wajib mempunyai skala.

Menurut Muhammad (2008:154) skala yang digunakan pada penulisan ini yaitu skala Likert. menurut Kinnear, skala Likert ini berkaitan dengan pernyataan tentang perilaku seseorang terhadap sesuatu, seperti setuju-tidak setuju, puas-tidak puas, dan baik atau buruk. Dengan skala Likert, variabel pengukuran diubah menjadi variabel indeks. Indikator tersebut kemudian dijadikan acuan untuk menyusun unsur-unsur alat yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan dalam Sugiyono (2017:134). Skala Likert ada lima poin, yaitu :

Tabel 3.3 Bobot Skala Likert

<b>Keterangan</b>	<b>Bobot</b>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

### 3.6 Teknik Analisis Data

#### 3.6.1 Analisis Deskriptif Data

Analisis deskriptif data menjelaskan tentang hasil penelitian yang sudah dijalankan dan diproses sebelumnya oleh peneliti guna dapat melihat bagaimana pengaruh pembelian online di Shopee terhadap perubahan gaya hidup konsumtif perempuan di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

#### 3.6.2 Uji Validitas

Menurut Adiani (2021) Uji Validitas merupakan berkas yang memperlihatkan alat ukur yang benar-benar mengukur apa yang ditaksir. Uji validitas ini bertujuan untuk mengetahui kevalidan kuesioner apakah valid atau tidaknya pertanyaan tersebut. Ketetapan pengambilan keputusan untuk uji validitas adalah jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dinyatakan valid, tetapi jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka dinyatakan tidak valid.

#### 3.6.3 Uji Reliabilitas

Menurut Morrison (2012:99) reliabilitas merupakan indikator untuk menilai konsistensi, reliabilitas, stabilitas dan ekivalensi hasil pengukuran. Dalam

penelitian ini, suatu pengukuran dianggap *reliabel* atau konsisten jika selalu memberikan jawaban yang sama. Uji reliabilitas berguna untuk memverifikasi keandalan elemen alat bantu pencarian. Alat dikatakan *reliabel* jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6. Uji reliabilitas dipergunakan untuk mengetahui reliabilitas setiap variabel, atau dapat menunjukkan hasil yang sama meskipun digunakan berulang kali dengan peneliti yang berbeda.

### **3.6.4 Uji asumsi klasik**

#### **1. Uji normalitas data**

Menurut Aeni (2019) pengujian normalitas data meliputi pengecekan sebaran data yang dianalisis apakah berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorav-Smirnov digunakan untuk mendidtribusi normal jika nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05 dan sebaliknya.

### **3.6.5 Uji Hipotesis**

#### **1. Analisis Regresi Linier Sederhana**

Penelitian ini menggunakan teknik analisis “Regresi Linier Sederhana yang digunakan untuk mengetahui akurasi pengaruh yang terjadi dari variabel independent terhadap variabel dependent. Hal ini dilakukan untuk mengetahui jawaban dari hipotesis yang telah penulis uraikan.

#### **2. Uji T**

Menurut Prayitno (2010) dalam Mufarizzaturrizkiyah et al., (2020). Uji t digunakan untuk menentukan apakah setiap variabel independen dalam penulisan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan

adalah :  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika nilai signifikansi signifikan  $t$  atau  $p$  *value*  $< 5\%$ . Uji kepuasan hipotesis adalah sebagai berikut:

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.6.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Mufarizzaturrizkiyah et al., (2020) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur penggunaan kemampuan model dalam menjelaskan perubahan variabel independen dan menggambarkan besarnya kontribusi faktor independen terhadap fluktuasi variabel dependen dalam SPSS. Koefisien determinasi dilambangkan sebagai  $R^2$  dan dapat ditemukan dalam ringkasan model ( $R^2$ ). Semakin besar angka  $R^2$  maka penelitian akan semakin efektif.