

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan korelasi, dengan metodologi penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian korelasi, disebut juga penelitian korelasional, bertujuan untuk menentukan derajat hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa berusaha mengubahnya. dengan kata lain, tidak ada variabel yang diubah¹. Berdasarkan teori tersebut, penelitian ini akan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku *Impulsive Buying* pada komunitas *We are Kpopers* Kediri. Untuk melakukan analisis tersebut, penulis dibantu menggunakan alat SPSS 21.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan secara online dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan pengguna aktif ShopeePay di komunitas *We are Kpopers* Kediri. Data dikumpulkan melalui platform kuesioner online.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono², Populasi adalah kategori luas yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih

¹ Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Noviansyah Rizal, and Rizal Bahtiar Sulistyan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 3rd ed. (Lumajang: Widyatama press, 2021).13

² Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2017):80

oleh peneliti untuk diperiksa dan dari situ kemudian diambil kesimpulan. Populasi dari penelitian ini adalah anggota dari komunitas *We are Kpopers* Kediri yang menggunakan ShopeePay. Sehingga, jumlah populasi pada penelitian ini adalah 106 orang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono³, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil pada penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh. Menurut Sugiyono⁴, metode sampling jenuh adalah metode pengambilan sampel yang menggunakan seluruh populasi sebagai sampel. Sugiyono menambahkan, teknik ini digunakan bila populasi relatif kecil, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang kecil. Adapun penulis memilih teknik sampling jenuh untuk memperkecil kesalahan pada penelitian ini. Dengan demikian, jumlah sampel pada penelitian ini adalah 106 orang.

D. Variabel Penelitian

1. Variabel Independen

Variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab munculnya atau perubahan variabel terikat (dependent) disebut dengan variabel independent.

Variabel independen pada penelitian ini adalah gaya hidup⁵.

2. Variabel Dependen

³ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2017):81

⁴ Ibid

⁵ Ibid: 39

Variabel dependen atau Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel dependen pada penelitian ini adalah *impulsive buying*⁶

E. Definisi Operasional

1. Variabel Bebas (X1= Gaya Hidup)

Menurut kotler dan amstrong⁷, gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang di ekspresikan dalam keadaan psikografisnya. Gaya hidup menampilkan profil seluruh pola dan tindakan dan interaksi seseorang di dunia. Kemudian menurut kotler dan amstrong Indikator dari gaya hidup diantaranya aktivitas, minat, dan opini.

2. Variabel Terikat (Y1= *Impulsive Buying*)

Menurut Rook yang dikutip oleh Gesty Ernestivita dkk⁸, mengatakan bahwa pembelian impulsif adalah perilaku yang terjadi ketika orang merasakan keinginan yang tiba-tiba, terus-menerus, dan sering kali kuat untuk memperoleh sesuatu segera. Adapun indikator menurut Rook diantaranya, spontanitas, kekuatan, kompulsi, intensitas, keegairahan, stimulus, dan ketidakpedulian akan akibat.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer. Dimana, menurut Sugiyono⁹, data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari

⁶ Ibid: 39

⁷ Philip Kotler and Garry Amstrong, *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, ed.12 (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2008) : 170

⁸ Gesty Ernestivita, Budiyanto, and suhermin, *Seni Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pembelian Impulsif Dan Compulsif*, (bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2023): 50

⁹ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2017):137

topik penelitian oleh peneliti dan dimaksudkan sebagai alat ukur. Pada penelitian ini, data diperoleh dari penyebaran kuesioner yang diberikan kepada pengguna aktif ShopeePay di komunitas *We are Kpopers* Kediri.

G. Instrumen Penelitian

Kuesioner

Seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk ditanggapi responden disebut kuesioner. Jika peneliti mengetahui secara pasti variabel yang akan diukur dan apa yang diharapkan dari responden, maka kuesioner merupakan metode yang efektif untuk mengumpulkan data.¹⁰

Tabel 3.1

Instrumen penelitian

Variabel	Indikator	Deskripsi
Gaya Hidup (X)	Aktivitas	Kegiatan yang dilakukan seseorang, baik disaat waktu luang maupun tidak
	Minat	Kesukaan atau kegemaran, dan preferensi konsumen
	Opini	Pendapat, harapan, penilaian atau tanggapan dari konsumen atas suatu produk
Impulsive Buying (Y)	Spontanitas	Konsumen membeli barang disaat itu juga
	Kekuatan	kekuatan adalah Seberapa besar dorongan untuk membeli secara impulsif.
	Kompulsi	Kompulsi adalah Seberapa sulit menahan diri dari membeli sesuatu secara impulsif.
	Intensitas	Intensitas adalah Seberapa sering seseorang melakukan pembelian impulsif.
	Kegairahan	kegairahan merupakan konsumen merasakan emosi seperti kegembiraan atas suatu produk yang telah dibeli.
	Stimulus	Stimulus merupakan faktor yang membuat seseorang membeli suatu produk
	Ketidakpedulian akan Akibat	Konsumen membeli produk tanpa memperdulikan akibatnya

¹⁰ Ibid, 142

H. Teknik Analisis Data

a. *Editing* (Pemeriksaan Data)

Dalam pengumpulan data, jika hasil kuesionernya terdapat kesalahan maka diperlukan Editing, yaitu pengecekan pada data maupun bahan yang didapat guna mengetahui catatan itu cukup baik atau tidak dan untuk dipersiapkan keperluan selanjutnya¹¹

b. *Coding* (kode)

Coding yaitu membuat kode atau tanda pada setiap data dengan kategori yang sama, yaitu: Variabel ke satu gaya hidup (X), Variabel kedua perilaku *impulsive buying* (Y).

c. *Scoring* (Skor)

Scoring yaitu memberikan penilaian berupa skor dalam penelitian untuk mengungkapkan pernyataan tentang tingkat setuju dan tidak setuju terhadap lembar jawaban koesioner¹². Misalnya dalam penelitian ini menggunakan scoring skala *Likert* sebagai berikut:

- a. sangat setuju (5)
- b. setuju (4)
- c. cukup setuju (3)
- d. tidak setuju (2)
- e. sangat tidak setuju (1)

d. *Tabulating*

Tabulating yaitu proses membuat tabel dengan analisis data dan kode

¹¹ Benny Pasaribu, Aty Herawati, Kabul Wahyu Utomo, and Rizqon Halal Syah Aji, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Tangerang: Media Edu Pustaka, 2022): 94

¹² Ibid, 95

yang diperlukan. Jawaban yang sama akan dikategorikan sesuai prosedurnya.¹³

e. *Processing*

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah matrik yang digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya alat ukur yang disiapkan¹⁴. Agar dapat dinyatakan valid atau tidaknya maka dapat menggunakan nilai r. Nilai r hitung, kemudian dicocokkan dengan r tabel dengan taraf 5%. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka dapat dikatakan valid

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu pengujian yang menunjukkan kestabilan dan konsistensi hasil atau pengukuran. Reliabilitas berfokus pada konsistensi, sedangkan validitas berfokus pada akurasi. Oleh karena itu, keandalan mencakup dua komponen utama: mengukur stabilitas dan mengukur konsistensi internal.

Formula Flanagan, tes ulang, *Cronbach's Alpha*, KR (KuderRichardson) – 20, rumus KR – 21, dan metode Anova Hoyt's adalah beberapa teknik pengujian reliabilitas. Cronbach's Alpha adalah metode *Cronbach's Alpha* penelitian yang sering digunakan dan memberikan hasil yang sebanding dengan metode KR-20 dan

¹³ Ibid, 96

¹⁴ Tamaulina Br. Sembiring, Irmawati, Muhammad Sabir, and Indra Tjahyadi, *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori Dan Praktik)*, 1st ed. (Karawang: CV Saba Jaya Publisher, 2024): 105 - 106

Anova Hoyt, dan sangat sesuai untuk skor dikotomis (0 dan 1), sehingga penulis menggunakan metode¹⁵. Data dikatakan reliabel apabila mendekati 1. Berikut kriteria reliabel tidaknya data diukur menggunakan *Croanbach' Alpha* yaitu:

- a. Nilai alpha 0,00 – 0,2 artinya kurang reliabel
 - b. Nilai alpha 0,21 – 0,4 artinya agak reliabel
 - c. Nilai alpha 0,41 – 0,6 artinya cukup reliabel
 - d. Nilai alpha 0,61 – 0,8 artinya reliabel
 - e. Nilai alpha 0,8 – 1 artinya sangat reliabel
- c. Uji Deskriptif

Tujuan dari dilakukannya analisis deskriptif ialah untuk menggambarkan kondisi sesungguhnya namun tidak dimaksudkan untuk melakukan generalisasi dan penarikan kesimpulan secara umum. Analisis deskriptif dapat dilakukan dengan mengujikan hipotesis deskriptif. Dalam penelitian ini dilakukan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik dari responden tentang pengaruh gaya hidup terhadap *impulsive buying* dalam menggunakan ShopeePay pada komunitas *we are kpopers* Kediri. Untuk menentukan kategorisasi skala variabel, apakah tinggi atau rendah gaya hidup serta *impulsive buying* responden, menggunakan pedoman rumus anwar sebagai berikut:

¹⁵ Ibid, 106

Tabel 3.2

Pedoman kategorisasi data Azwar

Rumus	Kategori
$M-(1,5.SD) \geq X$	Sangat Rendah
$M-(1,5.SD) \leq X < M-(0,5.SD)$	Rendah
$M-(0,5.SD) \leq X < M+(0,5.SD)$	Cukup
$M+(0,5.SD) \leq X < M+(1,5.SD)$	Tinggi
$X \geq M+(1,5.SD)$	Sangat Tinggi

Sumber: Pedoman kategorisasi data menurut azwar ,2012¹⁶

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah proses untuk menentukan apakah variabel bebas dan variabel terikat dalam model regresi memiliki pola distribusi data yang normal¹⁷. Untuk melakukan uji normal tidaknya suatu data dapat digunakan menggunakan uji *liliefors* dan uji *kolmogorov smirnov*. Pada penelitian ini penulis menggunakan uji *kolmogorov smirnov*. Data dikatakan normal apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$.

b. Uji Linearitas

Uji linieritas, merupakan pengujian untuk memperlihatkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak. Pada SPSS, dikatakan dua variabel memiliki hubungan linear apabila signifikansi lebih dari 0,05¹⁸.

¹⁶ Saifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi*, (Yogyakarta:Pustaka Belajar, 2012):148

¹⁷ Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, and M. Budiantara, *Dasar - Dasar Statistik Penelitian* (yogyakarta: sibukumedia, 2017): 79

¹⁸ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: CV. Wade Group, 2016):94

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan atau ketidaksamaan variabel residual untuk setiap pengamatan model regresi maka diperlukan uji Heteroskedastisitas. Pada penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser*. Kriteria analisisnya yaitu:

1. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka terdapat heteroskedastisitas, sehingga hipotesis ditolak. Begitupun sebaliknya.

3. Uji Korelasi

Hubungan antara dua variabel merupakan pokok bahasan analisis korelasi sederhana. Data dapat dikatakan memiliki korelasi apabila nilai signifikansi $< 0,05$, begitupun sebaliknya. Pada penelitian ini menggunakan uji *Pearson Product Moment*. Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan korelasi tersebut maka diperlukan koefisien korelasi. Koefisien korelasi berkisar antara -1 sampai 0 atau 0 sampai 1. Apabila nilai mendekati -1 atau 1 maka hubungan antar variabel erat. Sedangkan apabila mendekati 0 maka hubungan lemah¹⁹. Dalam penelitian ini analisis korelasi sederhana digunakan untuk memperoleh pemahaman mengenai hubungan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif..

¹⁹ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: CV. Wade Group, 2016): 137

4. Uji Regresi Linier Sederhana

Penelitian tentang berbagai topik yang menggunakan metodologi kuantitatif dan membangun hubungan sebab akibat antar variabel penelitian seringkali menggunakan teknik analisis regresi. Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi sederhana hanya terdapat satu variabel independen X dan variabel dependen Y²⁰. Rumus dari analisis regresi sederhana adalah :

$$Y = a + bX + \varepsilon$$

Keterangan :

Y : *Impulsive Buying*

X : Gaya Hidup

a : konstanta

b : koefisien regresi

ε : error

5. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji T bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen dan dependen. Adapun ketentuan uji t ini yaitu:

(1) = Apabila $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ atau taraf signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

(2) = Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau taraf signifikan $\leq 0,05$ maka H_0

²⁰ Benny Pasaribu, Aty Herawati, Kabul Wahyu Utomo, and Rizqon Halal Syah Aji, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Tangerang: Media Edu Pustaka, 2022): 129

ditolak dan H_a diterima.²¹

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa baik model dapat menjelaskan variabel dependen. Standar uji $R^2 = 0$, berarti variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh pada variabel terikat. Apabila R^2 semakin dekat dengan angka 1 yang berarti 100%, maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Perhitungannya dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:²²

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

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi

²¹ Benny Pasaribu, Aty Herawati, Kabul Wahyu Utomo, and Rizqon Halal Syah Aji, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Tangerang: Media Edu Pustaka, 2022):127

²² Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, (jogjakarta: KBM Indonesia, 2021):54