

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode untuk mencari solusi atas masalah yang ingin diselidiki dengan menggunakan data dan angka sebagai alat.³⁸ Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme. Penelitian ini digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data dilakukan secara kuantitatif atau statistik. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³⁹

B. Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdapat tiga variabel, antara lain:

1. Variabel bebas atau independent

Variabel bebas atau independen ialah variabel yang diukur, dimanipulasi, atau dipilih dalam penelitian bertujuan untuk menentukan hubungannya dengan gejala yang diamati. Variabel independen mencakup semua variabel lain yang dapat mempengaruhi variabel dependen.⁴⁰ Pada penelitian ini persepsi harga (X1) dan perilaku konsumtif (X2) menjadi variabel bebas atau independen.

³⁸ Deni Darmawan, Metodologi Penelitian Kuantitatif (*Bandung: PT Remaja Rosdakarya*, 2014), 37

³⁹ Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.

⁴⁰ Ngatno. Analisis Data. (*Yogyakarta: Farisma Indonesia*, 2015).

2. Variabel terikat atau dependen

Variabel terikat atau dependen yaitu variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh dari variabel independen.⁴¹ Pada penelitian ini perilaku *impulsive buying* (Y) menjadi variabel terikat atau dependen.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan data yang sangat banyak dan luas dalam sebuah penelitian. Populasi juga mencakup semua kemungkinan individu, benda, dan ukuran lain yang menjadi objek perhatian dalam penelitian.⁴² Adapun populasi dalam penelitian ini melibatkan mahasiswa aktif dari angkatan 2020 di Program Studi Psikologi Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri. Populasi tersebut terdiri dari 184 mahasiswa, yang terdiri dari 37 laki-laki dan 147 perempuan.

Tabel 3. 1 Populasi Mahasiswa Angkatan 2020 Psikologi Islam

| Jenis Kelamin | Jumlah |
|---------------|-----------|
| Laki-Laki | 37 orang |
| Perempuan | 147 orang |
| Total | 184 orang |

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi. Penentuan sampel dilakukan oleh peneliti dengan mempertimbangkan berbagai aspek, seperti masalah yang dihadapi dalam penelitian, tujuan penelitian,

⁴¹ Ibid, hal 4.

⁴² Renggo, Y. R., & Kom, S. (2022). Populasi Dan Sampel Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, 43.

hipotesis yang dirumuskan, metode penelitian yang digunakan, dan instrumen penelitian.⁴³ Adapun pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, yaitu sampel yang diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Suhardi and Purwanto S. K., 2016).⁴⁴ Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel dari pertimbangan jumlah yang dapat mewakili sebagai sampel penelitian. Berikut adalah cara dalam menentukan ukuran sampel dari jumlah populasi dengan mengaplikasikan rumus slovin:

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

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan dalam penarikan sampel yang masih dapat digunakan (5%).⁴⁵

$$n = \frac{184}{1 + 184 \cdot 5\%^2} = \frac{184}{1 + 184 \cdot 0,0025} = \frac{184}{1 + 0,46} = 126$$

Dari penghitungan menggunakan rumus slovin ditemukan bahwa jumlah sampel sebanyak 126 dari 184 populasi.

⁴³ Ibid, hal 45.

⁴⁴ Ibid, hal 48.

⁴⁵ Aditya Narendra, A. R., dkk. (2021). *Statistika Seri Dasar dengan SPSS. Bandung, Jawa Barat: Media Sains Indonesia*

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau fakta yang diperlukan dalam penelitian. Pemilihan teknik yang tepat sangat penting untuk memastikan data yang valid dan relevan. Dalam penelitian ini Teknik pengumpulan yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Pengambilan data dengan angket atau kuesioner ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.⁴⁶

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan langsung dari hasil kuesioner yang diisi oleh responden. Dalam kuesioner nantinya terdapat sebuah pernyataan atau pertanyaan yang isinya skala persepsi harga, perilaku *impulsive buying*, dan perilaku konsumtif.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono, skala Likert merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengetahui sikap, pendapat, atau persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Dalam penelitian ini, skala yang digunakan terdiri dari rentang nilai 1 hingga 4, yang merepresentasikan tingkat persetujuan terhadap pernyataan yang diberikan.

⁴⁶ Data, A. (2014). Teknik Pengumpulan Data. *Jurnal Pendidikan Mipa Susunan Redaksi*, 4.

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang berisi serangkaian pernyataan atau pertanyaan. Berikut adalah tabel skala Likert yang digunakan:⁴⁷

Tabel 3. 2 Skala Likert

| | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat tidak setuju | 1 |
| Tidak setuju | 2 |
| Setuju | 3 |
| Sangat setuju | 4 |

Sumber: Sugiyono (2014)

E. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan adalah alat yang berfungsi untuk menentukan panjang pendeknya interval dalam alat ukur. Dengan demikian, alat ukur tersebut akan menghasilkan data kuantitatif ketika digunakan dalam proses pengukuran yang disajikan dalam bentuk daftar pertanyaan atau pernyataan.⁴⁸

Dari penjelasan di atas, penelitian ini menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap suatu objek atau peristiwa dengan memberikan beberapa pernyataan dan meminta responden untuk menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka.

1. Skala Persepsi Harga

Dalam skala persepsi harga mencakup pernyataan atau pertanyaan yang berdasarkan indikator persepsi harga menurut Kotler dan Amstrong (2018). Dalam penelitian ini memiliki beberapa tingkatan, seperti sangat

⁴⁷ Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

⁴⁸ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka belajar, 2009). Hal 92

setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS), untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang pandangan responden.

Tabel 3. 3 Blueprint Skala Persepsi Harga

| Aspek | Indikator | Aitem | | Total |
|--|---|-------|----|-------|
| | | F | UF | |
| <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas) | Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk (<i>Good Value Pricing</i>) | 2 | 2 | 4 |
| | Kesesuaian Harga dengan Manfaat | 2 | 2 | 4 |
| | Keandalan Produk (<i>Product Reliability</i>) | 2 | 2 | 4 |
| | Daya Tahan Produk (<i>Product Durability</i>) | 2 | 2 | 4 |
| <i>Perceived Monetary Sacrifice</i> (Biaya yang di keluarkan) | Keterjangkauan Harga (<i>Price Affordability</i>) | 2 | 2 | 4 |
| | Daya Saing Harga (<i>Competition Based Pricing</i>) | 2 | 2 | 4 |
| | Kemudahan Pembayaran (<i>Ease of Payment</i>) | 2 | 2 | 4 |
| | Biaya Tambahan (<i>Additional Costs</i>) | 2 | 2 | 4 |
| Total | | 16 | 16 | 32 |

2. Skala Perilaku Konsumtif

Pada skala perilaku konsumtif mencakup beberapa pernyataan ataupun pertanyaan yang berdasarkan aspek konsumtif menurut Erich Fromm (1987). Dalam penelitian ini memiliki beberapa tingkatan, seperti sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS), untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang pandangan responden.

Tabel 3. 4 Blueprint Skala Perilaku Konsumtif

| Aspek | Indikator | Aitem | | Total |
|--|--------------------|-------|-------|-------|
| | | F | UF | |
| Pembelian Impulsif (<i>Impulsive buying</i>) | Keinginan sesaat | 1,2 | 3,4 | 4 |
| | Tanpa Pertimbangan | 5,6 | 7,8 | 4 |
| Pemborosan (<i>Wasteful buying</i>) | Boros | 9,10 | 11,12 | 4 |
| | Mengikuti Trend | 13,14 | 15,16 | 4 |

| | | | | |
|--|--------------------|-------|-------|----|
| Mencari kesenangan (<i>Non rational buying</i>) | Mencari Kesenangan | 17,18 | 19,20 | 4 |
| | Mencari Kpuasan | 21,22 | 23,24 | 4 |
| Total | | 24 | 24 | 48 |

3. Skala Perilaku *Implusive Buying*

Pada skala perilaku *implusive buying* mencakup beberapa pernyataan ataupun pertanyaan yang berdasarkan aspek *implusive buying* menurut Verplanken dan Herabadi (2001). Dalam penelitian ini memiliki beberapa tingkatan, seperti sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS), untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang pandangan responden.

Tabel 3. 5 Blueprint Skala *Implusive Buying*

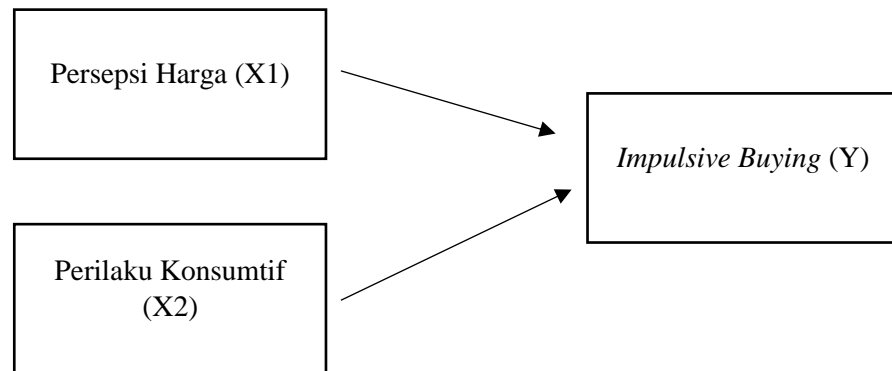
| Aspek | Indikator | Aitem | | Total |
|----------|--|-------|----|-------|
| | | F | UF | |
| Kognitif | Pembelian tanpa mempertimbangkan harga | 2 | 2 | 4 |
| | Pembelian tanpa mempertimbangkan kegunaan | 2 | 2 | 4 |
| | Pembelian dengan tidak membandingkan produk | 2 | 2 | 4 |
| Afektif | Adanya dorongan untuk segera membeli produk | 2 | 2 | 4 |
| | Muncul perasaan kecewa setelah melakukan pembelian | 2 | 2 | 4 |
| | Melakukan pembelian tanpa perencanaan | 2 | 2 | 4 |
| Total | | 12 | 12 | 24 |

F. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis variabel-variabel dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik analisis regresi sederhana serta uji mediasi. Keberadaan variabel mediator berperan dalam memperkuat atau menjelaskan hubungan antara tiga variabel atau lebih, dengan bantuan metode statistik untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh mediator

terhadap hubungan tersebut. Berikut ini diagram yang menggambarkan mediator:

Gambar 3. 1 Diagram Model Variabel



Kemudian peneliti menggunakan tahapan dalam analisis data sebagai berikut:

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah suatu alat ukur valid (sah) atau tidak. Alat ukur yang dimaksud adalah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaannya dapat mengungkapkan apa yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut.⁴⁹

Dalam pengujian validitas yang mengkorelasikan antar masing-masing skor item indikator dengan total skor konstruk. Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05.

Kriteria pengujiannya yaitu:

⁴⁹ Nilda Miftahul Janna and Herianto Herianto, "Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS," 2021.

- 1) H_0 diterima apabila r hitung $>$ r tabel, (alat ukur yang digunakan valid atau sah)
- 2) H_0 ditolak apabila r statistik \leq r tabel. (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sah)

Cara menentukan besar nilai R tabel

R tabel = $df (N-2)$, tingkat signifikansi uji dua arah. Misalnya R tabel = $df (13-2, 0,05)$. Untuk mendapatkan nilai R tabel kita harus melihat ditebal R

b. Uji Reliabilitas

Menurut Notoatmodjo (2005) dalam Widi R (2011), reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan seberapa dapat dipercaya atau diandalkannya suatu alat pengukur. Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi alat ukur, memastikan apakah alat tersebut tetap konsisten saat pengukuran diulang. Alat ukur dianggap reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun diukur berulang kali.⁵⁰ Pada uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Alpha Cronbach*.

2. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data dari variabel penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian ini perlu dilakukan untuk memastikan kelayakan uji statistik

⁵⁰ Ibid, hal 5-6.

selanjutnya. Data dianggap terdistribusi normal jika nilai signifikansi $< 0,05$, sedangkan jika nilai signifikansi $> 0,05$, data penelitian dianggap tidak terdistribusi secara normal.⁵¹

b. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan salah satu uji prasyarat analisis yang perlu dilakukan sebelum menguji hipotesis, khususnya dalam penelitian yang membahas hubungan, pengaruh, atau prediksi antar variabel. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) membentuk pola regresi yang linear. Dalam konteks penelitian ini, uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang bersifat linear antara motivasi belajar siswa dengan hasil belajar mereka. Pengujian linearitas dilakukan melalui dua hipotesis, yaitu untuk mengetahui keberartian koefisien regresi serta menguji apakah model regresi yang terbentuk bersifat linear.⁵²

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah uji tingkat signifikansi yang dilakukan oleh peneliti sebelum dilakukan analisis data. Hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis yang dilakukan digunakan sebagai bahan acuan dalam mengambil keputusan untuk menolak dan menerima hipotesis menggunakan program *SPSS for windows versi 22*.

a. Analisis Regresi Sederhana

⁵¹ Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (hal. 248). Bandung: Alfabeta.

⁵² Rahayu Widyatuti, S. (2022). *Bahan Ajar Statistika Inferensial*. UNU Cirebon Press.

Uji regresi linier sederhana adalah metode statistika yang digunakan untuk membentuk model hubungan antara variabel terikat (dependen; respon; Y) dan satu atau lebih variabel bebas (independen; prediktor; X). Jika hanya ada satu variabel bebas, metode ini disebut regresi linier sederhana. Namun, jika terdapat lebih dari satu variabel bebas, metode ini dikenal sebagai regresi linier berganda.⁵³ Berikut rumus dari analisis regresi sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (terikat)

X = variabel independen (bebas)

a = konstanta (nilai Y saat X = 0)

b = koefisien regresi (besarnya pengaruh X terhadap Y)

b. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen (X) terhadap satu variabel dependen (Y) secara simultan maupun parsial. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengukur seberapa besar kontribusi masing-masing variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini, regresi berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga (X1) dan perilaku konsumtif (X2) terhadap *impulsive buying* (Y) pada mahasiswa. Hasil analisis akan menunjukkan apakah masing-

⁵³ Kurniawan, D. (2008). Regresi Linier. Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka. Hal 115

masing variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap impulsive buying, serta memberikan informasi mengenai arah dan kekuatan pengaruh tersebut.⁵⁴

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (*impulsive buying*)

X₁ = variabel independen pertama (persepsi harga)

X₂ = variabel independen kedua (perilaku konsumtif)

a = konstanta

b₁, b₂ = koefisien regresi masing-masing variabel X

⁵⁴ Ibid hal 160