

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan melalui operasionalisasi berbagai metode ilmiah, guna memperoleh data serta menggali informasi terkait permasalahan yang diteliti. Menurut Danim terdapat dua jenis metode penelitian yang umum digunakan, yaitu metode penelitian kualitatif dan metode penelitian kuantitatif. Dalam pengertiannya penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang memanfaatkan data berbentuk numerik atau angka sebagai dasar utama dalam proses analisisnya. yang biasanya berupa persentase, rasio dan lain sebagainya.⁵⁹ Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah mengembangkan serta menerapkan model matematis, teori, dan hipotesis yang berhubungan dengan fenomena yang menjadi objek kajian peneliti. Sedangkan pengertian metode kualitatif adalah pendekatan penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial,

⁵⁹ Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.hlm 56

perilaku, atau pengalaman manusia melalui analisis data deskriptif dan interpretatif melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara mendalam, observasi, atau studi dokumen.⁶⁰

Dari penjelasan kedua pengertian metode tersebut memiliki perbedaan dalam hal pendekatan, teknik pengumpulan data, dan dalam pengambilan keputusan. Perbedaan ini disesuaikan dengan tujuan penelitian, karakteristik masalah yang dihadapi, serta kebutuhan peneliti dalam mendukung keabsahan penelitiannya. Pemilihan metode penelitian yang sesuai sangat penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi yang diteliti dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Topik pada penelitian ini merujuk pada fenomena sosial, yang umumnya dianalisis menggunakan metode penelitian yang banyak diterapkan dalam ilmu sosial, seperti psikologi, sosiologi, dan lain sebagainya. Metode penelitian kuantitatif banyak digunakan dalam disiplin ilmu sosial dan humaniora karena memungkinkan pengukuran hubungan antar variabel secara objektif dan sistematis melalui analisis statistik.⁶¹ Sementara itu, metode kualitatif lebih umum digunakan dalam penelitian di

⁶⁰ Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hlm. 129

⁶¹ Abdillah, E., & Septianawati, E. (2023). Structural equation modeling (SEM) on mechanisms of non-science students' attitudes toward statistics courses. *Jurnal Focus ACTION of Research Mathematic*, 6(2), hlm 26

bidang antropologi dan sejarah, yang berfokus pada eksplorasi makna, pemahaman subjektif, serta analisis mendalam terkait topik yang diteliti.⁶² Dalam penelitian ini, peneliti memilih metode kuantitatif karena bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel secara empiris. Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui pengukuran yang dapat diuji secara statistik. Dengan demikian, pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan teori yang relevan, sehingga hasil yang diperoleh dapat digeneralisasi pada populasi yang lebih luas.

B. Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel

1. Identifikasi Variabel

Menurut Azwar, identifikasi variabel merupakan langkah penetapan variabel-variabel utama yang akan diteliti dan mengklasifikasikan peran dan fungsinya masing-masing. Variabel yang dapat diukur atau di nilai berdasarkan satu skala. Variabel yang dapat diukur merujuk pada karakteristik atau atribut individu atau sekelompok orang meliputi, gender, umur, status sosial, dan sikap-sikap atau perilaku-perilaku tertentu, seperti kontrol sosial

⁶² Suryani & Hendriyadi. (2016). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media, hlm. 109

dan lain-lain. Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan tiga variabel, diantaranya:

a. Variabel Terikat (Dependent) (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikat yang dikaji adalah perilaku pembelian impulsif. Pembelian ini didefinisikan sebagai tindakan membeli yang dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya. Pembelian Impulsif ini jika dilakukan secara berlebihan, dapat memberikan dampak negatif bagi individu yang melakukannya. Pemilihan variabel ini didasarkan pada hasil observasi dan wawancara yang menunjukkan bahwa masalah ini menjadi keresahan di masyarakat. Terjadinya pembelian impulsif dipengaruhi oleh motif-motif tertentu yang memengaruhi persepsi individu dan memunculkan dorongan emosional untuk melakukan perilaku tersebut.

b. Variabel Bebas (Independent) (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang menyebabkan, mempengaruhi, atau berefek pada variabel terikat atau variabel dependent, Variabel independen pada penelitian ini yaitu *social proof* atau bukti sosial. Pengaruh sosial dapat mempengaruhi individu dalam membuat keputusan dan melakukan suatu tindakan. Salah satu konsep yang menggambarkan hal ini adalah

social proof atau bukti sosial, yang menjelaskan bagaimana seseorang cenderung mengikuti tindakan atau keputusan yang diambil oleh kelompok orang lain. Konsep ini berperan penting sebagai panduan bagi konsumen dengan memberikan informasi yang membantu mereka dalam membuat keputusan pembelian. *Social proof* dapat memastikan bahwa produk yang dipilih sesuai dengan harapan serta memenuhi standar kualitas yang diinginkan. Testimoni dan ulasan produk dari konsumen lain menjadi salah satu faktor yang dapat memotivasi individu untuk melakukan pembelian, termasuk pembelian impulsif

c. Variabel Mediasi (Intervening) (Z)

Variabel mediasi ialah variabel perantara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen secara tidak langsung mempengaruhi perubahan variabel dependen. Variabel mediasi atau variabel intervenig pada penelitian ini adalah kontrol diri. Menurut Marcella & Supriatna, kontrol diri berperan sebagai mediator psikologis dari berbagai perilaku individu. Kemampuan untuk mengendalikan diri dari dorongan atau keinginan yang mendesak, serta memprioritaskan tindakan yang adaptif dan bermanfaat, merupakan aspek yang harus dimiliki oleh setiap individu. Kontrol diri yang baik dapat membantu seseorang untuk

menghindari perilaku negatif yang berpotensi merugikan, baik bagi diri sendiri maupun lingkungan sekitarnya.

2. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono, variabel merupakan karakteristik dalam penelitian yang mencakup individu, objek, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu dan telah diidentifikasi untuk diteliti, sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan berdasarkan hasil pengamatan tersebut. Variabel operasional diperlukan untuk mengidentifikasi aspek, indikator dan dimensi perilaku yang ditunjukkan oleh individu.⁶³ Berikut adalah penjelasan dari operasionalisasi variabel dari penelitian kali ini,

a. Pembelian Impulsif

Pembelian impulsif adalah perilaku konsumen yang tanpa sadar melakukan pembelian suatu produk tanpa berpikir terlebih dahulu atau tanpa rencana sebelumnya dan tidak memikirkan akibatnya. Berikut adalah aspek dari pembelian impulsif menurut Verplanken dan Herabadi :

1) Kognitif (*Cognitive*)

Aspek kognitif dalam perilaku pembelian impulsif mencerminkan proses pengambilan keputusan yang terjadi

⁶³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm 129

tanpa pertimbangan rasional yang mendalam. Individu cenderung melakukan pembelian secara spontan tanpa mempertimbangkan faktor harga, sehingga keputusan yang diambil bersifat mendadak dan kurang terencana. Selain itu, pembelian sering kali didasarkan pada ketertarikan sesaat terhadap suatu produk tanpa mempertimbangkan kegunaannya dalam jangka panjang. Konsumen juga tidak melakukan evaluasi atau perbandingan antara satu produk dengan produk lainnya, sehingga keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh dorongan emosional daripada analisis rasional.

2) Emosional (*Affective*)

Aspek afektif dalam perilaku pembelian impulsif berkaitan dengan faktor emosional yang memengaruhi keputusan konsumen. Individu yang melakukan pembelian impulsif sering kali mengalami dorongan emosional yang kuat untuk segera memiliki suatu produk tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Keputusan ini cenderung dipicu oleh suasana hati atau kondisi emosional tertentu, yang menyebabkan proses pembelian dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya. Namun, setelah transaksi selesai, tidak jarang muncul perasaan kecewa atau penyesalan karena pembelian yang

dilakukan tidak sesuai dengan kebutuhan atau harapan awal.

b. *Social Proof*

Social proof atau bukti sosial adalah konsep psikologi sosial yang merujuk pada kecenderungan individu untuk meniru tindakan, pendapat, atau keputusan orang lain dalam situasi tertentu, terutama ketika mereka merasa tidak yakin atau tidak memiliki informasi yang cukup. Konsep ini didasarkan pada anggapan bahwa tindakan atau pendapat mayoritas adalah pilihan yang benar atau paling sesuai. *Social proof* dalam penelitian ini diukur melalui empat indikator utama, yaitu jumlah pengikut media sosial, rating dan ulasan, jumlah pembeli, dan testimoni pelanggan.

c. Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengatur, menekan, dan merintangangi dorongan impulsif agar dapat bertindak sesuai dengan pertimbangan yang rasional. Menurut Averill, kontrol diri terdiri dari tiga aspek utama, yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol dalam pengambilan keputusan.

1) Kontrol Perilaku (*Behavior control*)

Kontrol perilaku merujuk pada kemampuan individu untuk mengelola dorongan internal dan merespons dengan

tepat terhadap situasi eksternal. Individu yang memiliki kontrol perilaku yang baik mampu mengendalikan keinginan dalam dirinya, sehingga dapat mencegah tindakan impulsif yang tidak dipertimbangkan dengan matang. Hal ini memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih bijaksana. Selain itu, mereka juga mampu menyesuaikan diri dengan berbagai situasi yang dihadapi, baik dalam keadaan tenang maupun dalam tekanan, untuk merespons secara efektif terhadap tantangan yang muncul. Kemampuan untuk mengelola faktor eksternal yang dapat memengaruhi perilaku, seperti lingkungan sosial atau situasi yang memicu tindakan tidak rasional, juga merupakan aspek penting dari kontrol perilaku. Dengan demikian, individu dapat tetap bertindak sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai pribadi yang dipegang. Kontrol perilaku sangat penting untuk menjaga stabilitas emosional dan sosial, serta meningkatkan kualitas keputusan dalam berbagai aspek kehidupan.

2) Kontrol Kognitif (*Cognitive Control*)

Kontrol kognitif merujuk pada kemampuan individu untuk menilai suatu keadaan secara objektif dan mengantisipasi konsekuensi dari tindakan yang akan diambil. Individu dengan kontrol kognitif yang baik mampu

menilai keadaan dengan cermat, mempertimbangkan dampak yang mungkin terjadi baik dalam jangka pendek maupun panjang, sehingga dapat membuat keputusan yang lebih rasional dan terencana. Selain itu, mereka juga dapat mengantisipasi kemungkinan situasi yang tidak menyenangkan dan merespons dengan tepat, untuk mengambil tindakan yang dapat meminimalkan risiko atau kerugian yang mungkin timbul. Kontrol kognitif ini penting agar individu dapat membuat keputusan yang didasarkan pada pemikiran yang matang, bukan hanya dorongan impulsif atau emosi sesaat, serta mampu mempertimbangkan konsekuensi dari setiap tindakan yang diambil.

3) Kontrol dalam Pengambilan Keputusan (*Desicional Control*)

Kontrol dalam pengambilan keputusan menunjukkan kemampuan individu untuk membuat keputusan yang matang dengan dasar pemikiran rasional dan keyakinan pribadi. Individu yang memiliki kontrol ini mampu memilih tindakan yang sesuai dengan prinsip dan nilai-nilai yang diyakini benar, sehingga keputusan yang diambil mencerminkan nilai yang dijunjung tinggi, bukan sekadar dipengaruhi oleh pertimbangan situasional atau emosional. Selain itu, individu juga dapat menentukan konsekuensi

dari setiap tindakan sebelum mengambil keputusan, dengan mempertimbangkan dampak jangka panjang dari pilihan yang dibuat. Dengan demikian, kontrol dalam pengambilan keputusan memungkinkan individu untuk bertindak secara bertanggung jawab dan menghindari keputusan impulsif yang berpotensi menimbulkan penyesalan. Kontrol ini sangat penting agar individu dapat membuat pilihan yang konsisten dengan tujuan jangka panjang dan nilai pribadi yang dipegang, serta mempertimbangkan faktor rasional dalam setiap keputusan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Definisi populasi menurut Sekaran adalah keseluruhan dari sekelompok orang, kejadian atau minat dari subjek penelitian yang kemudian di investigasi dan di teliti lebih lanjut oleh peneliti. Sementara Sugiyomo mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁴ Dengan demikian, populasi dapat diartikan

⁶⁴ Ibid hlm.51

sebagai sekumpulan orang, peristiwa, atau benda yang memiliki karakteristik khusus dan dijadikan objek dalam suatu penelitian. Jenis populasi dalam penelitian ini termasuk dalam kategori populasi terbatas, karena jumlahnya telah diketahui dan dapat dihitung secara pasti. Populasi terbatas merujuk pada kelompok individu yang jumlahnya teridentifikasi secara jelas, sehingga memungkinkan peneliti untuk menentukan sampel dengan lebih akurat⁶⁵.

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen toko *thrift* “Baju Gantimuu” yang tergabung dalam grup WhatsApp khusus yang disediakan pihak toko sebagai sarana penyampaian informasi dan fasilitasi interaksi. Grup yang beranggotakan sekitar 2.000 orang tersebut dibentuk untuk mempermudah penjual menjalin komunikasi dengan pembeli, sehingga alur penyampaian informasi menjadi lebih cepat, efektif, dan responsif. Kemudahan komunikasi ini berpotensi memperkuat kepercayaan pembeli terhadap penjual, karena interaksi yang terjalin memungkinkan pembeli memperoleh klarifikasi, penjelasan produk, maupun pelayanan secara langsung. Namun demikian, peningkatan kepercayaan tersebut tetap harus ditopang oleh kualitas interaksi penjual, seperti kemampuan memberikan

⁶⁵ Surahman, S., Rachmat, M., & Supardi, S. (2016). METODOLOGI PENELITIAN DAN MASALAH PENELITIAN.

informasi yang akurat, memahami kebutuhan konsumen, serta menunjukkan sikap profesional. Dengan demikian, kemudahan komunikasi melalui grup WhatsApp perlu diimbangi dengan kompetensi interpersonal dan kecerdasan soisal oleh penjual agar hubungan kepercayaan antara kedua belah pihak dapat terbentuk secara. ⁶⁶Keberadaan grup ini juga memberikan keuntungan bagi penelitian, karena memungkinkan akses langsung kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian.

2. Sampel

Creswell mendefinisikan sampel sebagai subkelompok dari populasi target yang dipilih oleh peneliti untuk dianalisis, dengan tujuan menggeneralisasikan temuan terhadap populasi tersebut. Sementara itu, Husein, menjelaskan bahwa sampel merupakan bagian kecil dari suatu populasi yang dijadikan representasi dalam penelitian.⁶⁷ Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang diambil disesuaikan dengan keterbatasan sumber daya dan efisiensi penelitian. Mengingat jumlah anggota dalam grup WhatsApp toko “Baju Gantimuu” mencapai sekitar 1.000 orang, tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mengukur seluruh populasi.

⁶⁶ Mudzakir, A., Muwaffiqillah, M., & Muzakki, I. (2018). Pengaruh antara kecerdasan sosial dengan produktivitas kerja karyawan bagian penjualan. *Journal of Psychology and Islamic Science*, 2(1), hlm 42

⁶⁷ Mamuaya, N. C., SE, M., Wahyudi, M. P., Syah, N., CST, M. P., Arifin, M. Z., & Asmalinda Sy, S. K. M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif. Azzia Karya Bersama.

Oleh karena itu, hanya 100 responden dari total anggota yang ada di dalam grup yang dipilih sebagai sampel penelitian guna memperoleh data yang tetap representatif.

Teknik pengambilan sampel harus dipilih dengan tepat agar sesuai dengan tujuan penelitian dan karakteristik populasi yang diteliti. Menurut Suryani dan Hendryadi, secara umum teknik penarikan sampel terbagi menjadi dua kategori, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Pada *probability sampling*, setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, sehingga teknik ini memungkinkan hasil penelitian yang lebih objektif dan dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi. Sementara itu, pada *non-probability sampling*, tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel, karena pemilihan didasarkan pada pertimbangan tertentu, seperti kemudahan akses atau karakteristik spesifik yang relevan dengan penelitian.⁶⁸

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Teknik ini dipilih untuk memastikan bahwa setiap individu dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi bagian dari sampel penelitian, sehingga dapat mengurangi bias dalam

⁶⁸ Ibid hlm.48

pemilihan responden serta meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Darmawan teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang ditempuh dan alat-alat apa saja yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data pada objek penelitiannya.⁶⁹ Dalam memperoleh sebuah data penelitian peneliti menggunakan kuisisioner sebagai data primer. Pengertian dari data primer adalah data penelitian yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya tanpa melalui perantara. Data ini dapat berupa persepsi, opini, sikap, atau pengalaman individu maupun kelompok, serta hasil observasi terhadap suatu peristiwa atau kegiatan dan hasil dari proses pengujian.⁷⁰ Metode pengumpulan data primer dalam penelitian adalah dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian, di mana peneliti memberikan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁷¹ Dalam menganalisis jawaban responden, peneliti menggunakan skala sebagai alat untuk mengklasifikasikan skor yang diperoleh.

Pada penelitian ini, variabel yang diukur berfokus pada intensitas perilaku dan pengaruh stimulus tertentu terhadap respon individu. Oleh

⁶⁹ Ibid hlm.47

⁷⁰ Yuniarti, P., Wianti, W., & Rini, R. S. (2023). *Metode Penelitian Sosial*. Penerbit NEM.

⁷¹ Pujiastuti, I. (2010). Prinsip penulisan kuisisioner penelitian. *CEFARS: Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), hlm.46.

karena itu, skala Likert, yang merupakan bagian dari skala sikap, lebih tepat digunakan untuk digunakan pada penelitian ini. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian. Bagian A berisi pertanyaan yang berkaitan dengan data demografis dan informasi pribadi responden, sedangkan bagian B mencakup pernyataan yang menjadi indikator dari operasionalisasi variabel-variabel yang diteliti, seperti *Social Proof*, Kontrol Diri, dan Pembelian Impulsif. Setiap pernyataan dalam bagian B dirancang untuk menggali sikap, persepsi, dan perilaku responden terkait dengan ketiga variabel tersebut, guna memperoleh data yang akurat dan relevan dengan tujuan penelitian.

E. Instrumen Penelitian

Skala likert

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.⁷² Penggunaan instrumen yang tepat dapat menghasilkan data yang reliabel, yaitu data yang konsisten jika pengukuran diulang valid, yaitu ketepatan instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur; serta sensitif, yaitu kemampuan instrumen untuk mendeteksi perubahan variabel yang diamati. Hal ini menjadikan hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, sebagaimana dijelaskan oleh Supardi dan Surahman.⁷³

⁷² Ibid hlm.51

⁷³ Ibid hlm.55

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert umumnya dalam penelitian lain dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu terhadap suatu fenomena yang diteliti. Skala ini mengukur variabel penelitian melalui serangkaian pernyataan yang merupakan penjabaran dari aspek-aspek variabel tersebut. Setiap pernyataan memiliki empat opsi jawaban, yaitu sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai, dan sangat tidak sesuai. Berikut adalah tabel skor penilaian berdasarkan skala Likert.

Tabel 3 1

Pedoman Skor Angket *Favorable* dan *Unfavorable*

Opsi Jawaban	Keterangan	Skor	
		<i>Favorabel</i>	<i>Unfavorabel</i>
SS	Sangat Setuju	4\	1
S	Setuju	3	2
TS	Tidak Setujui	2	3
STS	Sangat Tidak Setuju	1	4

Adapun berikut merupakan instrumen yang akan diujikan kepada responden yang berisikan pernyataan yang sudah disesuaikan dengan variabel yang diteliti :

1. Skala Pembelian Impulsif (Variabel Y)

Tabel 3 2

Blueprint Instrumen Variabel Pembekian Impulsif

No	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			F	UF	
1	Aspek Kognitif	a. Berpikir rasional	1, 5	14,18	4
		b. Spontanitas tanpa perencanaan	3,4, 7	16,17,20	6
		c. Keputusan berbasis keinginan	2,6	15,19	4
2.	Aspek Afektif	a. Dorongan Emosional	8,9	21,22	4
		b. Keterlibatan emosi positif	10,12	23,25	4
		c. Kesenangan dan tawaran menarik	11,13	24,26	4
Total			13	13	26

2. Skala *Social Proof* (Variabel X)

Tabel 3 3

Blueprint Instrumen Variabel Social Proof

No	Dimensi	Indikator	Item		Jumlah
			F	UF	
1	Popularitas sosial	a. Jumlah pengikut media sosial	1,2,3	16,17,18	6
2	Kredibilitas produk	b. Rating dan Ulasan	4, 5	19, 20	4
		c. Jumlah Pembeli	6,7, 8	21,22,23	6
3	Validitas Sosial	d. Testimoni Pelanggan	9,10,11,12	24,25,26,27	8
		e. Rekomendasi Infuencer atau Tokoh Terkenal	13,14,15	28, 29,30	6
Total			15	15	30

3. Skala Kontrol Diri (Variabel Z)

Tabel 3 4

Blueprint Instrumen Variabel Kontrol Diri

iri

No	Dimensi	Indikator	Item		Jumlah
			F	UF	
1	Kontrol perilaku (<i>Behavior control</i>)	a. Mengendalikan diri dari dorongan pengaruh sosial	1,4,5	12,15,16	6
		b. Mampu menolak godaan promosi dan diskon	2	13	2
		c. Konsistensi terhadap rencana belanja	3	14	2
2	Kontrol Kognitif (<i>Cognitive control</i>)	a. Mempertimbangkan manfaat dan konsekuensi	6, 8	17, 19	4
		b. Berpikir rasional dalam memilih produk	7	18	2
3	Kontrol dalam Pengambilan Keputusan (<i>Desicional control</i>)	a. Menolak pengaruh tren	9	20	2
		b. Mempriotaskan manfaat	10	21	2
		c. Keputusan matang dan terencana	11	22	2
Total			11	11	22

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses yang digunakan untuk mengorganisasikan ke dalam suatu bentuk pola, satuan dasar, kategori serta untuk mengatur suatu data. Kemudian dilanjutkan dengan interpretasi data.⁷⁴ Teknik analisis data secara sederhana bisa dikatakan sebuah teknik yang biasa digunakan oleh peneliti untuk melakukan proses penyederhanaan data untuk lebih bisa dipahami secara mudah serta diinterpretasikan dengan memberikan makna yang signifikan terhadap pola uraian tersebut serta untuk mencari hubungan antara dimensi dari uraian.

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk memeriksa ketelitian suatu alat. Uji validitas ini akan mengukur seberapa jauh hasil sesuai definisi yang telah dibuat. Definisi variabel harus jelas agar uji validitas bisa dilakukan dengan maksimal yang diturunkan dari teori yang dibuat. Pada penelitian ini, peneliti menerapkan teknik analisis kuantitatif untuk menguji tingkat validitas data. Suatu hasil penelitian dapat dinyatakan valid apabila terdapat kesesuaian antara data yang diperoleh

⁷⁴ Ibid hlm.51

dengan kondisi sebenarnya pada objek yang diteliti. Dengan kata lain, apabila objek penelitian memiliki karakteristik tertentu (misalnya berwarna merah) namun data yang terkumpul menunjukkan hasil berbeda (misalnya berwarna putih), maka data tersebut dianggap tidak valid karena tidak merepresentasikan keadaan yang sesungguhnya. Instrumen yang valid merupakan alat ukur yang benar-benar mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan pengukuran. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang perlu diukur.⁷⁵

b. Uji Reliabilitas

Menurut Notoatmodjo, reliabilitas merupakan indikator yang menunjukkan tingkat keandalan atau keterpercayaan suatu instrumen penelitian. Dengan demikian, uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur tersebut konsisten dalam menghasilkan data ketika digunakan berulang kali. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila mampu memberikan hasil yang relatif sama meskipun pengukuran dilakukan pada waktu atau kesempatan yang berbeda.⁷⁶

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, hlm 190.

⁷⁶ Esi Rosita, Wahyu Hidayat, Wiwin Yuliani, "Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prosisial", hlm.281.

2. Uji Asumsi Klasik

Dalam proses pengujian atau perhitungan menggunakan statistik, terdapat beberapa syarat yang harus terpenuhi. Syarat tersebut salah satunya yaitu adanya uji asumsi. Uji asumsi tersebut yang digunakan untuk analisis regresi linear disebut dengan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan menghasilkan estimasi yang tidak bias dan dapat dipercaya. Jika salah satu dari asumsi tersebut tidak terpenuhi, maka model regresi yang dihasilkan tidak lagi memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), sehingga hasil analisisnya tidak dapat dianggap akurat dan dapat diandalkan. Analisis ini dilakukan pada uji regresi yang memiliki tiga atau lebih variabel:⁷⁷

a. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual dalam model regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik ditandai dengan residual yang menyebar secara normal. Dengan demikian, uji normalitas tidak diterapkan pada masing-masing variabel penelitian, melainkan difokuskan pada nilai residual yang dihasilkan dari

⁷⁷ Santoso, S. (2020). *Statistik untuk Penelitian: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS* (4th ed.). Elex Media Komputindo. Hlm 110-125

model regresi tersebut. Pengujian untuk membuktikan apakah data normal dapat dilakukan dengan menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov OneSample*. Asalkan jika tingkat signifikansi $<0,05$ maka data dapat dinyatakan berdistribusi normal⁷⁸

b. Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara dua variabel bersifat linier atau tidak. Pengujian ini merupakan salah satu prasyarat penting dalam analisis korelasi dan regresi, karena model yang baik mengasumsikan adanya hubungan linier antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam pengujian linearitas ini, analisis dilakukan menggunakan program SPSS dengan memilih opsi *Test for Linearity* pada tingkat signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linier apabila nilai signifikansi pada bagian *Linearity* kurang dari 0,05. Namun, terdapat pandangan lain yang menyatakan bahwa hubungan antarvariabel dapat dianggap linier apabila nilai signifikansi pada bagian *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05.⁷⁹

⁷⁸ Wayan Widana, Putu Lia Muliani, Uji Persyara Analisis (Lumajang: Klik Media, 2020, hlm.19.

⁷⁹ Ibid hlm.64

3. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa maksud untuk menarik kesimpulan umum atau generalisasi. Statistik deskriptif meliputi penyajian data menggunakan tabel, histogram, diagram lingkaran, piktogram, perhitungan modus, median, mean, dan menghitung persentasi pada data.

4. Uji Statistik Inferensial

Uji Statistik Inferensial adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis dan membuat kesimpulan tentang populasi berdasarkan sampel data yang diperoleh⁸⁰. Dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi sekuensial, dan uji t. Statistik inferensial berperan untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi yang diperlukan untuk analisis regresi yang valid.

a. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini sering dikenal sebagai salah satu cabang dari ilmu statistika inferensial. Uji hipotesis ini digunakan untuk menguji kebenaran karena terdapat suatu pertanyaan dalam

⁸⁰ Singgih Santoso, Mahir Statistik Parametrik, (Jakarta: Elex Media, 2019), hlm. 15.

konteks statistik yang akan menarik kesimpulan yang akan ditolak atau diterimanya pernyataan. Adapun berikut beberapa analisis statistik yang digunakan peneliti untuk membuktikan hipotesis dalam penelitiannya:

1). Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Berdasarkan hasil output SPSS, jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.⁸¹

2). Uji Regresi Sequential

Regresi sekuensial menurut Keith regresi sekuensial adalah suatu teknik dalam regresi berganda di mana variabel-variabel prediktor dimasukkan ke dalam model secara bertahap (blok demi blok) berdasarkan urutan yang ditentukan oleh peneliti, dengan tujuan untuk mengevaluasi kontribusi unik dari setiap blok variabel terhadap variabel dependen, setelah mengendalikan variabel-variabel yang

⁸¹ Ibid hlm.65

telah dimasukkan sebelumnya. Dalam penelitian ini, regresi sekuensial digunakan untuk melihat sejauh mana *social proof* berkontribusi terhadap pembelian impulsif, dan apakah kontrol diri sebagai variabel mediasi memberikan kontribusi tambahan yang signifikan dalam menjelaskan perilaku tersebut. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat melihat seberapa besar tambahan varian (ΔR^2) yang dijelaskan oleh setiap blok variabel⁸²

3). Uji Mediasi

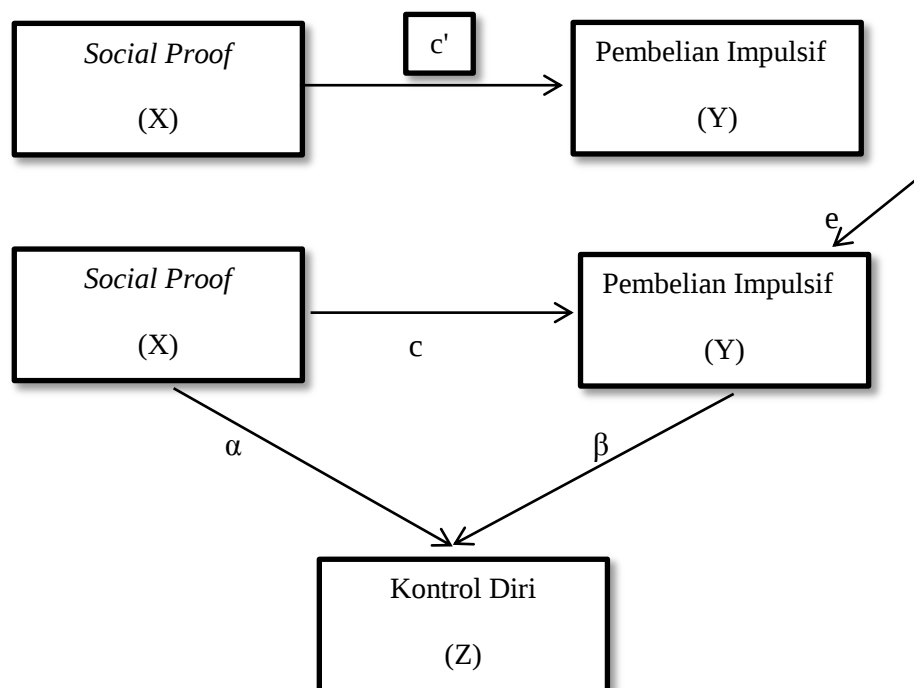
Menurut Baron dan Kenny, analisis mediasi adalah metode statistik yang digunakan untuk memahami mekanisme atau proses yang menjelaskan hubungan antara variabel independen (prediktor) dan variabel dependen (kriteria). Variabel mediator bekerja dengan menciptakan jalur kausal yang menjelaskan bagaimana variabel independen memengaruhi variabel dependen. Uji mediasi dilakukan melalui serangkaian analisis regresi yang terdiri dari 4 langkah. Pertama, meregresikan variabel independen terhadap variabel dependen. Kedua, meregresikan variabel independen terhadap variabel mediator. Ketiga,

⁸² Thomas Z. Keith, *Multiple Regression and Beyond: An Introduction to Multiple Regression and Structural Equation Modeling*, (Boston: Pearson Education, 2006), hlm. 104

meregresikan variabel mediatot terhadap variabel dependen dan yang terakhir meregresikan variabel independen serta mediator secara bersamaan terhadap variabel dependen. Jika mediator secara signifikan memengaruhi variabel dependen dan hubungan antara variabel independen serta dependen berkurang atau hilang, maka mediasi terjadi.⁸³

Gambar 3 1

Model Analisis Mediasi



Keterangan:

X : variabel bebas

Y : variabel terikat

⁸³ Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6) hlm.1176

Z : variabel mediasi

α : parameter variabel independen dengan variabel mediasi

β : parameter variabel mediasi dengan variabel dependen

c : parameter variabel independen terhadap variabel dependen

c' : pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan memasukkan variabel mediasi

e : Std. error hubungan antara variabel⁸⁴

⁸⁴ Astuti Fidia, Modul Statistik Psikologi: Analisis Data Dengan SPSS (Kediri: Program Studi Psikologi, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri, 2023), vii. Hlm 197