

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti sampel atau populasi, yang mana menggunakan instrumen penelitian dalam pengumpulan data, serta analisis data bersifat kuantitatif statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³⁶

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi sederhana, karena penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Dalam penelitian ini tujuan yang diharapkan yaitu untuk mengetahui hubungan ataupun pengaruh dari *discount* terhadap *impulse buying*.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri , Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo Kota Kediri Jawa Timur tepatnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 8.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi.

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu.³⁷ Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2017 IAIN Kediri yang pernah melakukan pembelian pada aplikasi Shopee yang berjumlah 129 mahasiswa.³⁸

2. Sampel.

Sampel adalah bagian dari populasi yang mana harus dapat menggambarkan karakteristik atau keadaan dari populasi tersebut.³⁹ Untuk pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik *simple random sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel yang dilakukan secara random/acak.⁴⁰

Besarnya anggota sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan tabel penentuan sampel dari *Isaac dan Michael*, tingkat kesalahan 1%,5%,10%.⁴¹

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 80.

³⁸ Observasi, 19 Januari 2020.

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 81.

⁴⁰ Ibid, 82.

⁴¹ Ibid, 86-87.

Tabel III.1
Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu

N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%
65	59	55	53	130	109	95	88
70	63	58	56	140	116	100	92
75	67	62	59	150	122	105	97
80	71	65	62	160	129	110	101
85	75	68	65	170	135	114	105
90	79	72	68	180	142	119	108
95	83	75	71	190	148	123	112
100	87	78	73	200	154	127	115
110	94	84	78	210	160	131	118
120	102	89	83	220	165	135	122

Dimana: N = Jumlah Populasi

S = Jumlah Sampel

Dari tabel diatas, maka jika populasi penelitian mahasiswa program studi ekonomi Syariah angkatan 2017 IAIN Kediri yang pernah melakukan pembelian pada aplikasi Shopee sebanyak 129 mahasiswa, maka jumlah tersebut berada diantara populasi 120-130, bila peneliti menggunakan tingkat kesalahan 5% maka akan didapatkan 89-95 sampel. Sehingga pada penelitian ini peneliti akan memilih pengambilan sampel sebanyak 95 mahasiswa dalam pengisian angket.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yaitu suatu atribut, sifat atau nilai dari objek, orang atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴² Variabel dalam penelitian ini yang hendak diteliti yaitu:

1. Variabel bebas (*independent variabel*) atau variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁴³ Variabel X pada penelitian ini adalah *discount*.
2. Variabel terikat (*dependent variabel*) atau variabel Y yaitu variabel yang menjadi akibat atau yang dipengaruhi, karena adanya variabel *independent* atau variabel bebas.⁴⁴ Variabel Y pada penelitian kali ini adalah *impulse buying*.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau memspesifikasikan kegiatan atau memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.⁴⁵

⁴² Ibid, 39.

⁴³ Ibid, 39.

⁴⁴ Ibid, 39.

⁴⁵ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2011), 64.

Tabel III.2
Definisi operasional variabel Y (*Impulse buying*)

Variabel	Indikator	Deskripsi
<p><i>Impulse buying</i> (X)</p> <p>Definisi: pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa secara spontan atau tiba-tiba disertai keinginan yang kuat untuk membeli suatu pada aplikasi Shopee dan terjadi tanpa adanya perencanaan sebelumnya.</p>	<p><i>Spontaneity</i> (Spontanitas)</p>	<p><i>Impulse buying</i> terjadi secara mendadak yang disertai dengan memotivasi konsumen untuk segera membeli pada saat itu juga, hal tersebut sering kali terjadi akibat dari respon konsumen terhadap stimuli visual <i>point-of-sale ditempat belanja</i></p>
	<p><i>Power, compulsion and intensity</i></p>	<p>Adanya motivasi untuk mengesampingkan hal-hal lain dan bertindak secepatnya.</p>
	<p><i>Excitement and simulation</i></p>	<p>Keinginan untuk membeli secara mendadak yang sering kali terjadi dengan diikuti emosi seperti <i>exiting, thrilling, atau wild</i>.</p>
	<p><i>Disregard for consequences</i></p>	<p>Keinginan untuk segera membeli hingga mengabaikan konsekuensi negatif yang mungkin terjadi pasca pembelian.</p>

Sumber: Skripsi Rini Septiana yang berjudul “Perilaku Impulse Buying di took Online Shopee dengan Faktor Hedonic Shopping Motivation, Price Discount, dan Pembayaran Elektronik. 2020.”⁴⁶

⁴⁶ Rini Septiana, “Perilaku Impulse Buying di took Online Shopee dengan Faktor Hedonic Shopping Motivation, Price Discount, dan Pembayaran Elektronik. Skripsi.Lampung: Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, 2020. 21-22.

Tabel III.3
Definisi Operasional Variabel X (*Discount*)

Variabel	Indikator	Deskripsi
<i>Discount</i> (X) Definisi: potongan atau penurunan harga terhadap suatu produk yang dilakukan untuk menarik minat mahasiswa untuk melakukan pembelian produk pada aplikasi Shopee	Frekuensi Diskon	Seberapa sering potongan harga yang diberikan oleh pemasar dalam suatu gerai ritel terhadap produk yang ditawarkannya.
	Besaran Diskon	Seberapa besar ataupun seberapa menariknya diskon yang ditawarkan oleh pemasar terhadap produk ditawarkan kepada konsumennya
	Waktu Diskon	Waktu pemberian diskon merujuk pada kapan saja waktu yang dipilih pemasar untuk memberikan diskon yang ditawarkan kepada konsumen.

Sumber: Aprilia Nur Mardela Natasya "Pengaruh Price Discount dan Fashion Involment terhadap Pembelian Impulsif (Studi pada Konsumen Online Fashion Zalora). 2019.⁴⁷

F. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam sebuah penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karena itu

⁴⁷ Aprilia Nur Mardela Natasya "Pengaruh Price Discount dan Fashion Involment terhadap Pembelian Impulsif (Studi pada Konsumen Online Fashion Zalora). Skripsi. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2019. 22.

sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam hal penentuan teknik pengumpulan data. Sumber data terdiri dari:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang didapatkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau langsung dari tempat objek peneliti dilakukan.⁴⁸ Teknik dalam pengambilan data dapat dengan cara wawancara, kuisioner atau observasi.

Dalam penelitian ini data primer berupa jawaban yang diperoleh dari kuisioner yang dibagikan kepada mahasiswa program studi Ekonomi Syariah angkatan 2017 IAIN Kediri yang pernah melakukan pembelian pada aplikasi Shopee.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang didapatkan dari sumber yang tidak langsung memberi data kepada pengumpul data.⁴⁹ Misalnya bisa berupa data dokumentasi atau arsip-arsip resmi atau data yang digunakan atau diterbitkan oleh organisasi yang bukan pengelolanya. Pengumpulan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini melalui dokumen-dokumen, studi pustaka, penelitian terdahulu, dan data-data yang didapatkan melalui internet.

⁴⁸ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 225.

⁴⁹ *Ibid*, 225.

G. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yaitu proses pengumpulan data sekunder maupun primer pada suatu penelitian. Pengumpulan data ini adalah suatu tahap yang amat sangat penting karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang sedang diteliti atau digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan oleh peneliti.⁵⁰

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, untuk itu penulis teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Angket (Kuisisioner)

Kuisisioner yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁵¹ Angket ini harus dijawab oleh responden (mahasiswa program studi Ekonomi Syariah angkatan 2017 IAIN Kedri yang pernah melakukan pembelian pada aplikasi Shopee). Dengan tujuan mendapatkan data tentang *discount* dan juga *impulse buying*.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data melalui catatan-catatan, buku-buku, surat kabar, majalah, internet dan lain-lain yang berkaitan dengan seluk beluk objek.⁵² Teknik ini digunakan untuk memperoleh data tentang :

⁵⁰ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 39.

⁵¹ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 142.

⁵² Irwan Soehartono, *Metodologi Penelitian Sosial* (Bandung Remaja Rosakarya, 1995), 69.

- a. Deskripsi dasar tentang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri
- b. Visi misi program studi Ekonomi Syariah

Data mengenai aplikasi Shopee diperoleh melalui internet/website resmi Shopee. Sedangkan data mahasiswa dan data struktur organisasi fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam diperoleh secara langsung peneliti dari staff tata usahafakultas Ekonomi dan bisnis Islam.

H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yaitu sebuah alat bantu yang digunakan peneliti untuk mempermudah saat proses pengumpulan data.⁵³ Instrumen penelitian yang akan dipilih dan digunakan oleh peneliti berupa kuisisioner. Kuisisioner sendiri yaitu alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berupa beberapa pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab oleh responden tersebut.⁵⁴ Sebelum pertanyaan-pertanyaan tersebut diberikan kepada responden untuk dijawab, maka sebelumnya akan dilakukan sebuah pengujian validitas dan reabilitas terhadap daftar-daftar pertanyaan tersebut.

1. Uji validitas

Suatu instrumen baru dapat digunakan dalam penelitian bila telah diuji dan dinyatakan valid. Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan sejauh mana kemampuan instrumen itu dapat mengukur apa yang ingin

⁵³ Riduwan, *Dasar-dasar Statistika* (Bandung:Alfabeta, 2016), 51.

⁵⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 142.

diukur. Sedangkan cara untuk menguji validitas yaitu dengan mengukur korelasi antara butir-butir pertanyaan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan.⁵⁵

Pada penelitian ini agar dapat mengetahui validitas instrumen dapat menggunakan rumus *korelasi product moment* yang dibantu dengan program statistik *SPSS versi 21.0 for windows*. Untuk mendeskripsikan hasil dari uji validitas, kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:⁵⁶

- a. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka hasil dari item kuisioner dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan.
- b. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka hasil dari item kuisioner dinyatakan tidak valid dan juga tidak dapat digunakan.

2. Uji reliabilitas

Uji realibilitas adalah suatu alat uji untuk mengukur instrumen terhadap ketetapan (konsisten).⁵⁷ Kriteria untuk uji reliabilitas sendiri apabila $\alpha > 0,6$ maka dinyatakan reliabel. Sedangkan untuk perhitungan realibilitas akan menggunakan bantuan aplikasi *SPSS* versi 21.0. ukuran ketetapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁵⁸

- a. Kurang reliabel, jika nilai alpha 0,00-0,2
- b. Agak reliabel, jika nilai alpha 0,21-0,4

⁵⁵ Prabu Budi Santoso dan Ashari, *Analisis dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2005) 247-248.

⁵⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 193.

⁵⁷ Husein Usman dan Purnomo Setiadi, *Pengantar Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 287.

⁵⁸ Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofis dan Praktik*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), 106.

- c. Cukup reliabel, jika nilai alpha 0,41-0,6
- d. Reliabel, jika nilai alpha 0,61-0,8
- e. Sangat reliabel, jika nilai alpha 0,81-1,00

I. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu kegiatan yang dilakukan setelah kita mendapatkan data yang diperlukan dari narasumber ataupun responden.⁵⁹ Pada analisis ini alat bantu yang digunakan oleh peneliti yaitu program SPSS versi 21.0 untuk memperoleh hasil analisis dari data yang telah dikumpulkan.

1. Uji asumsi klasik

Pengujian yang dilakukan sebelum melakukan uji analisis regresi linier sederhana terhadap hipotesis, maka terlebih dahulu melakukan suatu uji asumsi klasik sebagai prasyarat dilakukanya pengujian analisis linier sederhana.

a. Uji Normalitas

Untuk mengetahui populasi data berdistribusi dengan normal atau tidak maka dilakukan uji normalitas.⁶⁰ Agar data dapat dianggap mewakili populasi maka normalitas data ini merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan *One Sample Kol-Mogorow-Swienov* dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 21.0 dengan menggunakan

⁵⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian manajemen*, (bandung: CV. Alfabeta, 2014), 238.

⁶⁰ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 69.

taraf signifikansi 0,05. Bila signifikansi $> 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal.⁶¹

b. Uji Linieritas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji linier tidaknya hubungan antara dua variabel, sebagai syarat pada analisis regresi linier. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *Test for Linierity* pada taraf 0,05 dengan bantuan program SPSS versi 21.0. dua variabel dapat dikatakan memiliki hubungan yang linier apabila signifikansi (linierity) $< 0,05$.⁶²

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas, jika berbeda disebut heterokedastisitas.⁶³

Model regresi yang baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas akan digunakan dua cara, yang pertama dengan melihat grafik *scatterplot* antara variabel terikat dependent yaitu SRESID dengan residualnya ZPRED. Dengan Analisa jika pada gambar titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas dan apabila pada

⁶¹ Ibid, 78.

⁶² Ibid, 79.

⁶³ Ghazali, Imam, *Analisis Multivariate dengan SPSS* (Semarang: BP UNDIP, 2011), 138.

gambar menunjukkan titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi tersebut.⁶⁴

Cara yang kedua dengan melakukan uji *Glejser* pada tingkat signifikansi hasil regresi nilai absolute residual dengan variable independent.⁶⁵ Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi variable independent < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi variable independent > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis korelasi

Korelasi (*Person Product Moment*) merupakan analisis untuk mencari arah kekuatan hubungan antara *variabel independent* (X) dengan *variabel dependent* (Y), data berbentuk interval dan rasio.⁶⁶ Adapun rumusnya sebagai berikut:⁶⁷

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi antara x dan y (*Product Moment*)

n : jumlah responden/sampel

⁶⁴ Ibid, 139

⁶⁵ Ibid, 142

⁶⁶ Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 197.

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 183.

x : variabel bebas

y : variabel terikat

Untuk mengidentifikasi tinggi atau rendahnya korelasi kriteria penafsiran digunakan kriteria sebagai berikut:⁶⁸

Tabel III.4
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*

3. Analisis regresi linier sederhana

Untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat maka menggunakan analisis regresi linier sederhana.⁶⁹ Model persamaan untuk analisis regresi linier sederhana yaitu:⁷⁰

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : variabel terikat (impulse buying)

a : nilai konstanta

⁶⁸ Ibid, 184.

⁶⁹ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengelolaan Data Terpraktis*, 134.

⁷⁰ Ibid, 143.

b : koefisien regresi

X : variabel bebas

4. Uji hipotesis (uji - t)

Uji hipotesis atau uji-t adalah analisis yang dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.⁷¹

Kriteria pengujian yaitu:⁷²

Bila $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima.

Bila $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

5. Koefisien determinasi(R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.⁷³ Kriteria pengujian $R^2 = 0$, yang artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Bila R^2 semakin mendekati 1, artinya mendekati 100 maksudnya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.

⁷¹ Danang Sunyoto, *Prosedur Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi*, (Yogyakarta: Alfabeta, 2012), 62.

⁷² Duwi Priyatno. *SPSS 22: Pengelolaan Data Terpraktis*, 145.

⁷³ Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.