

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Menurut (Sujarweni, 2019, p. 39) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan di antara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif. Berdasarkan permasalahan yang terjadi, metode penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang dimana untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut (Sujarweni, 2019, p. 49) penelitian deskriptif adalah penelitian yang tujuan utamanya adalah memberikan gambaran atau gambaran mengenai suatu subjek tertentu.

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2024) objek penelitian merupakan segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dengan tujuan memperoleh informasi mengenai hal tersebut, yang kemudian

digunakan untuk menarik kesimpulannya. Objek pada penelitian ini adalah *Platform* TikTok Shop.

3.2.2 Subjek Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2024) subjek penelitian merupakan salah satu anggota yang digunakan untuk mendapatkan informasi pada penelitian sebagai sampel sebagaimana elemen adalah anggota dari populasi. Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna *platform* TikTok Shop.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sujarweni, 2019, p. 80) populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah generasi z dan milenial di Kota Palembang yang melakukan pembelian di *Platform* TikTok Shop.

3.3.2 Sampel

Menurut (Sujarweni, 2019, p. 81) sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Untuk itu sampel diambil dari populasi harus benar mewakili dan harus valid. Sampel dalam penelitian ini adalah

pengguna yang sudah pernah melakukan pembelian di *Platform* TikTok *Shop*.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dan menggunakan metode *Purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan mempertimbangkan sesuai ketentuan (Sujarweni, 2019, p. 88). Adapun kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Responden berasal dari Kota Palembang
2. Responden yang pernah melakukan transaksi pembelian di *platform* TikTok *Shop*
3. Responden berkategori generasi z dan milenial

Populasi pada penelitian ini adalah generasi z dan milenial di Kota Palembang tetapi tidak diketahui berapa banyak pengguna TikTok Shop. Adapun jumlah penduduk generasi z dan milenial di Kota Palembang pada tahun 2023 sebanyak 690.841 jiwa (Badan Statistik Pusat, 2024). Peneliti menentukan jumlah sampel menggunakan Slovin dengan tingkat eror 5% (0,05) perhitungannya sebagai berikut :

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

$$\frac{690.841}{1+(690.841 \times 0.05^2)}$$

$$\frac{690.841}{1.728}$$

n = 399,80 dibulatkan menjadi 400 sampel

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Prosentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan

Dari penjelasan tersebut peneliti menggunakan rumus slovin sebagai acuan dalam menentukan jumlah sampel. Maka yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 400 sampel untuk di bagikan ke responden.

3.4 Jenis Data

3.4.1 Data Primer

Menurut (Sujarweni, 2019, p. 89) data primer yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber. Data yang diperoleh harus diolah kembali. Data primer dalam penelitian ini

didapatkan melalui penyebaran kuesioner, data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan dari pihak pengguna *platform* TikTok *Shop*.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut (Sujarweni, 2019, p. 89) data sekunder yang diperoleh dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Data yang diperoleh tidak harus diolah kembali. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah artikel, jurnal dan *website*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sujarweni, 2019, p. 93) teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkapkan atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner (angket), dengan memberikan beberapa pertanyaan tertulis terkait dengan hal-hal yang diteliti kepada responden. Menurut (Sujarweni, 2019, p. 93) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan

dari para responden. Dalam penelitian ini kuesioner akan diukur dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3. 1 Skala *Likert*

Skala <i>Likert</i>	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu-Ragu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sujarweni, 2019

3.6 Definisi Operasional

Menurut (Sujarweni, 2019, p. 94) definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari mana. Penelitian ini menggunakan empat variabel independen dan satu variabel dependen.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
<p>Potongan Harga (X1)</p> <p>(Rahmawati et al., 2020, p. 3)</p>	<p>Potongan harga merupakan pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Dengan memberikan potongan harga untuk item produk yang sama dengan pembisnis lain namun dengan harga yang lebih murah.</p>	<p>a. Tingginya potongan harga</p> <p>b. Masa potongan harga</p> <p>c. Bermacam produk mendapatkan potongan harga</p> <p>(Adiputa, 2022)</p>	<p><i>Likert</i></p>
<p><i>Free Shipping</i> (X2)</p> <p>Tjiptono dalam (Marpaung dan Lubis, 2022)</p>	<p>Gratis ongkos kirim merupakan bentuk persuasif langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.</p>	<p>a. Perhatian</p> <p>b. Ketertarikan</p> <p>c. Keinginan</p> <p>d. Tindakan</p> <p>(Sari, 2019)</p>	<p><i>Likert</i></p>
<p>Motivasi Belanja Hedonis (X3)</p>	<p>Motivasi belanja hedonis merupakan kecenderungan</p>	<p>a. <i>Adventure shopping</i></p> <p>b. <i>Value shopping</i></p> <p>c. <i>Idea shopping</i></p>	<p><i>Likert</i></p>

<p>Nopnukulvi sed dalam (Sutisna dan Susan, 2022)</p>	<p>memiliki nilai belanja yang mencari kepuasan dalam proses berbelanja, mencari kegembiraan dan kesenangan, serta bersosialisasi dengan orang lain.</p>	<p>d. <i>Social shopping</i> e. <i>Relaxation shopping</i> f. <i>Role shopping</i></p> <p>(Utami, 2020)</p>	
<p><i>Shopping Lifestyle</i> (X4)</p> <p>(Sutisna dan Susan, 2022, p. 294)</p>	<p>Gaya hidup berbelanja merupakan cara hidup seseorang menghabiskan waktu mereka untuk aktivitas apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri serta pendapat orang lain di sekitarnya.</p>	<p>a. Berbelanja kegiatan rutin b. Berbelanja kegiatan sosial c. Berbelanja dengan memilih tempat berbelanja d. Perencanaan secara periodik untuk berbelanja</p> <p>(Wahyuni dan Setyawati, 2020)</p>	<p><i>Likert</i></p>
<p><i>Impulse Buying</i> (Y)</p> <p>(Utami, 2020, p. 67)</p>	<p>Pembelian impulsif atau pembelian tak terencana merupakan suatu tindakan pembelian yang dibuat tanpa direncanakan sebelumnya, atau keputusan keputusan</p>	<p>a. Spontanitas b. Semangat dan stimulus c. Tidak peduli terhadap akibat (risiko)</p> <p>(Adiputra, 2022)</p>	<p><i>Likert</i></p>

	pembelian berbelanja dilakukan pada saat berada dalam toko offline maupun <i>online</i> .		
--	---	--	--

Sumber: Peneliti, 2024

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2024) Teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden. Gambaran data berdasarkan variabel dari seluruh responden. Menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Pada penelitian ini alat analisis yang digunakan ialah analisis kuantitatif pengelolaan data pada metode ini menggunakan metode statistik dan pada proses perhitungan data dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program For Society Science*) versi 26. Analisis yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut :

3.7.1 Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2021, p. 66) uji validitas digunakan untuk menilai apakah kuesioner itu sah atau tidak. Sebuah kuesioner dianggap valid jika pernyataannya mampu mengungkapkan aspek yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas menentukan apakah instrumen tersebut valid dengan mengikuti kriteria-kriteria

sebagai berikut:

1. Apabila nilai r hitung $>$ nilai r tabel maka pernyataan tersebut dianggap valid
2. Apabila nilai r hitung $<$ nilai r tabel maka pernyataan tersebut dianggap tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2021, p. 61) uji reliabilitas berfungsi untuk menilai konsistensi kuesioner yang mengukur indikator dari variabel atau konstruk tertentu. Sebuah kuesioner dianggap reliabel atau andal jika respons seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten dan stabil seiring waktu. Uji reliabilitas biasanya diukur dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, jika nilai *Alpha* $>$ 0,70 maka variabel tersebut dapat dianggap reliabel.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

3.7.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2021, p. 196) uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Uji-t dan uji-F mengasumsikan bahwa residual terdistribusi normal, dan jika asumsi ini tidak terpenuhi, maka uji statistik tersebut menjadi tidak valid, terutama untuk sampel kecil. Ada dua metode untuk memeriksa apakah residual berdistribusi normal, yaitu analisis grafik dan uji statistik. Pada penelitian ini uji normalitas yang

digunakan adalah statistic *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria :

1. Jika signifikan $>$ dari 0,05 maka berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikan $<$ 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Penelitian ini juga menggunakan uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik normal P-Plot of regression standardized residual dengan keputusan titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual dinyatakan normal.

3.7.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2021, p. 157) uji multikolinieritas bertujuan untuk mengevaluasi apakah ada korelasi diantara variabel-variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independennya. Jika variabel-variabel independen saling berhubungan, maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal atau bernilai nol. Pemeriksaan multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Untuk menentukan apakah terdapat multikolinieritas dalam model regresi, perhatikan kriteria berikut:

1. Jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 , maka ada indikasi multikolonieritas antara variabel independen dalam model.
2. Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai \leq VIF 10, maka tidak ada indikasi multikolonieritas antara variabel independen dalam model.

3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2021, p. 178) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian residual antara satu pengamatan dan pengamatan lainnya. jika varian residual tetap konstan diseluruh pengamatan, model dikatakan homoskedastis, sementara jika variannya bervariasi disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang ideal adalah yang homoskedastisitas. Data *cross-section* sering mengalami heteroskedastisitas karena mencakup data dari berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas dengan memeriksa grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen), yang disebut ZPRED dan residualnya SRESID. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat pola pada scatter plot antara SRESID dan ZPRED, di mana sumbu Y mewakili nilai yang

diprediksi dan sumbu X adalah residual (selisih antara nilai prediksi dan nilai sebenarnya) yang telah *dis-studentized*.

Dasar analisis :

1. Jika terlihat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola beraturan (misalnya bergelombang atau melebar kemudian menyempit), ini menandakan adanya heteroskedastisitas
2. Jika tidak terlihat pola yang jelas dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak ada indikasi heteroskedastisitas.

3.7.3.4 Uji Autokorelasi

Menurut (Sujarweni, 2019, p. 159) menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dengan kriteria jika :

1. Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
2. Angka D-W diantara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi
3. Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif

3.7.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini bertujuan melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linier, dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yang diolah dengan perangkat lunak SPSS (Sujarweni, 2019, p. 227) persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

$Y = \text{Impulse Buying}$

$X_1 = \text{Potongan Harga}$

$X_2 = \text{Free Shipping}$

$X_3 = \text{Motivasi Belanja Hedonis}$

$X_4 = \text{Shopping Lifestyle}$

$\alpha = \text{Konstanta (0,05)}$

$\beta = \text{Koefisien regresi masing-masing variabel}$

3.7.5 Uji Hipotesis

3.7.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen atau variabel penjelas secara individual terhadap variabel dependen. Menurut (Sujarweni, 2019, p. 229) jika nilai probabilitas signifikansi lebih kecil dari 5% (0,05), maka variabel

independen dianggap berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika nilai Sig. lebih kecil dari 0,05, dan ditolak jika nilai Sig. lebih besar dari 0,05. Dengan kriteria, jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sebaliknya, jika t hitung lebih kecil dari t tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.7.5.2 Uji Simultan (Uji f)

Menurut (Sujarweni, 2019, p. 228) Uji signifikansi model regresi secara simultan dilakukan dengan memeriksa nilai signifikansi (sig), di mana jika nilai sig $< 0,05$, maka variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Uji F-statistik digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen dan dependen. Kriterianya sebagai berikut :

1. Jika nilai F hitung $>$ dari F tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Jika F hitung $<$ dari F tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.7.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali dalam (Sujarweni, 2019, p. 228) Koefisien determinasi (Goodness of fit) yang dilambangkan dengan R^2 adalah ukuran yang sangat penting dalam analisis regresi. R^2 menggambarkan sejauh mana variabel dependen dipengaruhi oleh

variabel independen. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menghitung seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 menggambarkan proporsi variasi total pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar proporsi variasi total variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

