

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif mendefinisikan metode yang penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dapat digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian dan kemudian menganalisis data secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013:8) Penelitian ini menggunakan metode survey. Metode survey adalah metode metode yang memberikan kuisioner atau skala pada satu sampel untuk mendeskripsikan sikap, opsi, perilaku, atau karakteristik responden (Alsa, 2014).

3.2 Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diperiksa untuk mengumpulkan informasi dan membuat kesimpulan (Sugiyono, 2015:60).

3.2.1 Variabel dependen (variabel terkait)

Variabel Dependen: Variabel output, kriteria, atau konsekuen Variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas dikenal sebagai variabel terikat (Sugiyono, 2018:68). Variabel dependen dalam penelitian merupakan *impulse buying Tendency* (Y).

3.2.2 Variabel independen (variabel bebas)

Variabel independen ini adalah variabel stimulus atau prediktor antecedent. Variabel yang mempengaruhi atau menampilkan variabel dependen disebut variabel bebas (Sugiyono, 2018:68). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *discounted price* (X1) dan *self esteem* (X2).

3.3 Definisi Operasional

3.3.1 Definisi Operasional *Impulse Buying Tendency*

Impulse buying tendency adalah kecenderungan membeli barang secara tiba-tiba yang tidak direncanakan sebelumnya, serta merasa kepuasan tersendiri atas

barang yang telah dibelinya. Impulse buying tendency diukur melalui skala impulse buying tendency yang disusun berdasarkan dari aspek Verplanken & Herabadi (2001), yang meliputi :

- a. Aspek Kognitif merupakan kekurangan pada unsur pertimbangan dan unsur perencanaan dalam pembelian yang dilakukan.
- b. Aspek Afektif merupakan dorongan emosional yang secara serentak meliputi perasaan senang dan gembira setelah membeli tanpa perencanaan.

3.3.2 Definisi *Discounted Price*

Discounted Price merupakan potongan harga yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli tertentu untuk menarik pembeli. *Discounted Price* diukur melalui skala dari indikator Menurut Chao & Liao (2016), indikator *Discounted Price* meliputi:

1. Harga diskon yang menarik
Potongan harga dari perusahaan kepada konsumen dapat menghemat pengeluaran Konsumen sendiri.
2. Harga diskon memberi konsumen perasaan berharga
Pelanggan akan merasakan nilai dan dampak dari barang yang dijual, serta nilai yang diberikan oleh organisasi.
3. Harga diskon sangat hemat biaya
Nilai yang baik adalah segala sesuatu yang kelebihan dan pemanfaatan bernilai setidaknya sebanyak harga yang dibayarkan untuk itu.
4. Harga diskon akan memberi saya manfaat nyata
Menyiratkan bahwa ketika pelanggan membeli barang di harga diskon, mereka akan menuai beberapa keuntungan, seperti membeli dengan biaya lebih rendah dan sebagainya.
5. Harga diskon membuat konsumen merasakan nilai dari pembelian.

3.3.3 Definisi *Self Esteem*

Self esteem merupakan penilaian diri terhadap diri sendiri untuk menentukan positif atau negatifnya nilai harga diri. *Self esteem* diukur melalui aspek dari Rosenberg (1979) yaitu sebagai berikut :

a. *Self-Acceptance*

Aspek ini menggambarkan menggambarkan cara seseorang dapat menerima apa pun yang ada dalam dirinya.

b. *Self-Respect*

Aspek ini menggambarkan bagaimana seseorang dapat memahami dan menghargai keberadaan mereka sendiri.

3.4 Populasi dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari: subjek atau objek yang memiliki kualitas dan atribut tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian menghasilkan kesimpulan (Sugiyono, 2015:117). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah siswa siswi kelas x SMA X Gresik.

Tabel 3. 1 Populasi

No	Kelas	Jumlah
1.	X1	30
2.	X2	35
3.	X3	34
4.	X4	35
5.	X5	35
6.	X6	34
7.	X7	27
8.	X8	27
Jumlah		257

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015:118). Sampel penelitian ini adalah siswa siswi kelas x SMA NU 1 GRESIK sejumlah 257 dihitung dengan rumus slovin dengan taraf 5%. Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling. Nonprobability sampling adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberikan

peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap komponen populasi atau individu (Sugiyono 2018: 142). Berikut perhitungan sampel dengan rumus Slovin:

$$\begin{aligned} & \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{257}{1 + 257(0,05)^2} \\ &= \frac{257}{1 + 257(0,0025)} \\ &= \frac{257}{1 + 0,6425} \\ &= \frac{257}{1,6425} \\ &= 156 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diketahui dari jumlah populasi 257 dengan taraf 5% maka jumlah sampel yaitu 156.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan memberi responden seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab (Sugiyono 2015: 199). Kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner tertutup. Menurut sugiyono (2015) kuesioner tertutup adalah pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia. Kuesioner dalam penelitian ini dibuat dalam bentuk pertanyaan yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti berdasarkan indikator variabel (X1) *Discounted Price*, variabel (X2) *Self Esteem*, dan variabel (Y), *Impulse Buying Tendency*. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert

merupakan Skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Pada penelitian ini variabel yang diukur menggunakan skala likert dengan alternatif empat pilihan jawaban yang terdiri atas : Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS). Model likert pada penelitian ini terdiri dari pernyataan sesuai indikator (*favorable*) dan pernyataan yang tidak sesuai indikator (*unfavorable*). Berikut adalah tabel dari penjelasan alternatif jawaban.

Tabel 3. 2 Skoring Alat Ukur

No	Favorable		Unfavorable	
	Alternatif Jawaban	Nilai	Alternatif Jawaban	Nilai
1.	Sangat Sesuai	4	Sangat Sesuai	1
2.	Sesuai	3	Sesuai	2
3.	Tidak Sesuai	2	Tidak Sesuai	3
4.	Sangat Tidak Sesuai	1	Sangat Tidak Sesuai	4

3.5.1 Skala Impulse Buying Tendency

Skala *impulse buying tendency* yang digunakan pada penelitian ini dari Verplanken & Herabadi (2001) yang diterjemahkan oleh oleh peneliti dengan bantuan LC (language Center), kemudian peneliti melakukan uji keterbacaan oleh *expert judgment* dengan bantuan dosen pembimbing dengan hasil adanya perubahan kata dalam item *impulse buying tendency*. Setelah dilakukan perubahan kata, peneliti melakukan uji coba terpakai. Skala ini berjumlah 20 item dengan 2 aspek yaitu aspek , kognitif dan aspek afektif.

Tabel 3. 3 Blue Print Skala *Impulse Buying Tendency*

No	Aspek	Indikator Perilaku	F	UF	Jumlah
1.	Kognitif	Tidak mempertimbangkan harga dan kegunaan suatu produk.	3, 9	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8	9
		Membeli produk tanpa memikirkan konsekuensi yang terjadi.	10	-	1

2.	Afektif	Adanya dorongan perasaan senang dan antusias ketika membeli.	15	-	1
		Adanya perasaan yang kuat untuk berbelanja dengan segera.	11, 12, 16, 17, 18, 19, 20	14	8
		Perasaan menyesal dan kecewa setelah melakukan pembelian.	13	-	1
Total			12	8	20

3.5.2 Skala Discounted Price

Skala *Discounted Price* disusun oleh peneliti berdasarkan indikator dari Chao dan Liao (2016) :

Tabel 3. 4 Blue Print Skala *Discounted Price*

No	Indikator	F	UF	Jumlah
1.	Harga diskon yang menarik.	1	2, 3, 4, 5	5
2.	Harga diskon memberi konsumen perasaan berharga.	6, 7	8, 9	4
3.	Harga diskon sangat hemat biaya.	10, 11	12, 13	4
4.	Harga diskon akan memberi manfaat nyata.	14	15, 16, 17	4
5.	Harga diskon membuat konsumen merasakan nilai dari pembelian.	18	19, 20	3
Total		7	13	20

3.5.3 Skala *Self Esteem*

Skala *Self Esteem* yang digunakan pada penelitian ini dari Rosenberg (1979) yang diterjemahkan oleh oleh peneliti dengan bantuan LC (*language Center*), kemudian peneliti melakukan uji keterbacaan oleh *expert judgment* dengan bantuan dosen pembimbing dengan hasil adanya perubahan kata dalam item *Self Esteem*. Setelah dilakukan perubahan kata, peneliti melakukan uji coba terpakai. Skala ini berjumlah 10 item dengan 2 aspek yaitu *Self-acceptance* dan *Self-respect*.

Tabel 3. 5 Blue Print Skala *Self Esteem*

No	Aspek	Indikator Perilaku	F	UF	Jumlah
1.	<i>Self-acceptance</i>	Menerima diri apa adanya	4,6,7	3,9	5
2.	<i>Self-respect</i>	Memiliki rasa dihargai dan dihormati	2,1	5,8,10	5
Total			5	5	10

3.6 Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Validitas

Dalam proses mengevaluasi kualitas tes sebagai alat ukur, Menurut Sugiyono (2013:121) validitas adalah suatu instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini menggunakan uji validitas isi (content validity). Validitas isi merupakan pengujian dengan membandingkan isi instrumen dengan materi yang telah diajarkan. Menurut Azwar (2012) indikasi terpenuhinya validitas isi dapat diperoleh melalui prosedur validitas terhadap item-item dalam tes yang bertujuan untuk mengestimasi kelayakan atau kesahihan sebuah item-item yang mewakili setiap komponen dari area isi materi yang diukur atau sejauh mana kesesuaian item-item dalam indikator tingkah laku dari atribut yang diukur. Peneliti menggunakan validitas isi karena menggunakan rancangan *blue print*, sehingga tidak keluar dari batasan tujuan pengukuran.

Analisis item dalam dilakukan dengan meminta pendapat para ahli (expert judgment) yang dilampirkan pada lampiran untuk memberikan catatan-catatan yang meliputi kritik atau saran pada alat ukur penelitian ini. penelitian ini menggunakan *Try Out* terpakai, karena keterbatasan waktu dan juga responden. *Try Out* terpakai adalah data kuesioner yang disebar pertama kali ke responden penelitian, langsung digunakan serta di analisis langsung (Rahman, 2018).

Instrumen yang baik dan dapat dikatakan valid jika setiap item nilainya lebih besar dari batasan $\geq 0,30$ daya bedanya dianggap memuaskan dan valid. Tetapi, jika total item tidak mencukupi maka dapat menurunkan batas kriteria 0,30 menjadi 0,25 agar jumlah item yang diinginkan dapat tercapai. Dalam penelitian ini batas koefisien korelasi yang digunakan adalah $r_{ix} \geq 0,25$ sehingga jumlah item yang diinginkan dapat tercapai dan valid (Azwar, 2011:65). Dalam penelitian ini proses pengujian validitas instrumen menggunakan bantuan program komputer *JASP (Jeffrey's Amazing Statistics Program)* versi 0.18.

3.6.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah singkatan dari reliabilitas. Salah satu istilah untuk reliabilitas adalah konsistensi, keterandalan, keterpercayaan, kestabilan, dan kejelasan, tetapi inti dari istilah ini adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya.

Pengukuran yang mampu menghasilkan data dengan tingkat reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (Azwar, 2016:7). Uji Alpha Cronbach dimana ketentuan standar besarnya koefisien reliabilitas berkisar antara 0,00 sampai 1.00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas jika mendekati angka 1.00 maka semakin tinggi reliabilitas. Sebaliknya, jika koefisien reliabilitas semakin rendah yaitu mendekati angka 0 maka semakin rendah reliabilitasnya (Azwar, 2012).

Dalam penelitian ini menggunakan Uji reliabilitas yang digunakan untuk menguji alat ukur ialah uji *Alpha Cronbach* dengan pernyataan bahwa alat ukur mempunyai tingkat keandalan yang baik serta dapat digunakan jika nilai hasil uji *Alpha Cronbach* $> 0,60$ maka alat ukur tersebut termasuk reliabel. Begitu pun sebaliknya, jika nilai hasil uji *Alpha Cronbach* $< 0,60$ maka alat ukur tersebut mempunyai nilai reliabilitas yang rendah (Azwar, 2019). Pada penelitian ini untuk menguji reliabilitas dari instrumen digunakan perhitungan yang dibantu dengan program komputer *JASP (Jeffrey's Amazing Statistics Program)* versi 0.18.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data adalah kegiatan setelah data dari responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data merupakan mengelompokkan data berdasarkan variabel serta jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2016). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda termasuk dalam statistik parametrik. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen (Ghozali, 2013:148). Kemudian proses analisis statistik dalam peneliti ini menggunakan alat bantu program komputer *JASP (Jeffrey's Amazing Statistics Program)* versi 0.18.

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji asumsi yang digunakan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan sebelum data diolah dengan analisis penelitian

yang telah ditentukan. Jika hasil menunjukkan data berdistribusi normal maka uji hipotesis penelitian yang digunakan adalah statistik parametrik. Sebaliknya, jika hasil menunjukkan data berdistribusi tidak normal, maka uji hipotesis penelitian yang digunakan adalah statistik non parametrik (Ghozali, 2018: 111). Menurut Sugiyono (2016) pengujian normalitas dilakukan dengan metode kolmogrov-Smirnov tes. Data dapat dikatakan tidak berdistribusi normal apabila $Asymp.Sig > 0,05$ sebaliknya Data dapat dikatakan tidak berdistribusi normal apabila $Asym.Sig < 0,05$. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program komputer *JASP (Jeffrey's Amazing Statistics Program)* versi 0.18.

3.7.2 Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel penelitian terdapat hubungan linier yang signifikan atau tidak. Pengujian ini biasanya digunakan sebagai prasyarat untuk analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan test for linearity dengan pada taraf signifikan $< 0,05$. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikan (linearity) lebih dari 0,05 (Gunawan, 2018).

3.7.3 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen (Ghozali, 2013:105). Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Dikatakan tidak terjadi multikolinearitas jika nilai VIF < 10 . Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas. Uji multikolinearitas akan menggunakan alat bantuan program komputer *JASP (Jeffrey's Amazing Statistics Program)* versi 0.18.

3.7.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, (2018: 135). Uji heteroskedastisitas akan menggunakan alat bantuan program komputer *JASP (Jeffrey's Amazing Statistics Program)* versi 0.18. Menurut (Ghozali, 2013) terdapat beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu:

1. Dilihat dari nilai koefisien Rank Spearman antara masing-masing variabel bebas dengan variabel pengganggu. Apabila nilai probabilitas (sig) > dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Dilihat dari ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Dasar analisisnya yaitu:
 - a. Jika ada pola tertentu atau titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, dan menyempit maka mengidentifikasi terjadinya heteroskedastisitas.
 - b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, maka mengindikasikan tidak terjadinya heteroskedastisitas.

3.7.5 Uji Hipotesis

Menurut Ghazali (2016: 154) mengatakan uji hipotesis dilakukan untuk mengukur hubungan antar dua variabel atau lebih dan menunjukkan arah hubungan antara variabel tersebut. Uji hipotesis bertujuan untuk menguji apakah data dari sampel yang ada sudah cukup untuk menggambarkan populasi.