

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Menurut Martono (2014:135) “Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan mengumpulkan data berupa angka-angka atau data kalimat yang diubah menjadi data yang berbentuk angka”.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh dan pertimbangan dalam menyusun skripsi ini, maka tempat penelitian yang digunakan dilakukan pada mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang sebagai pengguna Shopee *Paylater*.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian dijadwalkan dan dilaksanakan selama kurang lebih 6 bulan, waktu penelitian dimulai pada bulan Februari 2022 sampai dengan bulan Juli 2022, dengan jadwal kegiatan yang diuraikan pada tabel 3.1 Jadwal Kegiatan.

KARAWANG

Tabel 3.1

Jadwal Kegiatan

No	Nama Kegiatan	Waktu Kegiatan					
		Feb	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Pencarian data empiris						
2	Penulisan proposal						
3	Bimbingan proposal						
4	Seminar proposal						
5	Penyebaran kuesioner dan observasi						
7	Analisis data hasil kuesioner						
8	Penulisan skripsi						
9	Bimbingan skripsi						
10	Sidang skripsi						

Sumber : Data diolah oleh penulis (2022)

3.3 Desain Penelitian

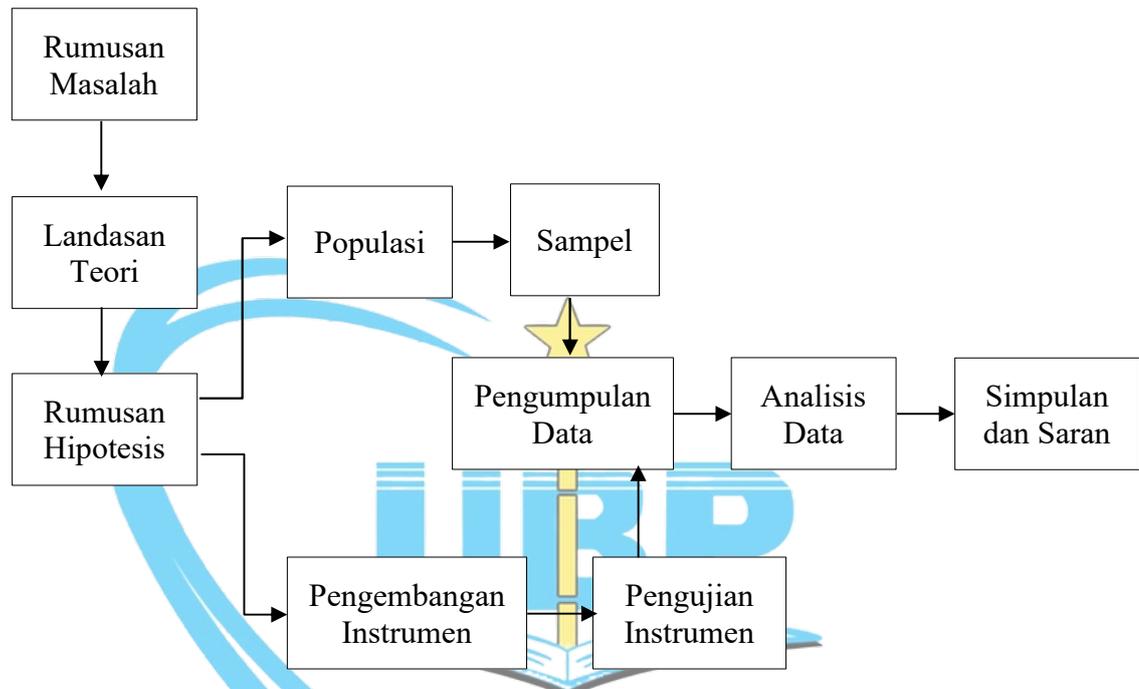
Penelitian dimulai dengan studi pendahuluan, pada tahap ini dilakukan studi pendahuluan pada objek Shopee *Paylater* dengan mengamati kondisi awal yang kemudian dijadikan latarbelakang penelitian. setelah itu dilakukan identifikasi masalah, dimana identifikasi masalah tersebut sebagai dasar dalam membuat suatu rangka penelitian dan selanjutnya menentukan hipotesis penelitian.

Setelah tahapan tersebut selesai, maka akan dibuat desain penelitian, desain tersebut merupakan kerangka yang digunakan sebagai gambaran penelitian. Kemudian dilakukan konseptualisasi variabel yang didapatkan dari beberapa sumber kepustakaan yang selanjutnya didefinisikan sebagai definisi operasional.

Pengumpulan data yaitu dengan menentukan data jumlah populasi untuk diambil sebagai sampel penelitian, sampel tersebut dijadikan sebagai responden untuk dimintai data dalam bentuk penyebaran kuesioner. Sebelumnya instrumen akan diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Data yang dikumpulkan dari responden selanjutnya akan dianalisis menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS). Setelah mendapatkan hasil analisis, kemudian dilakukan penarikan kesimpulan dan menginterpretasikan nya.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini digambarkan pada Gambar 3.1.

Gambar 3.1
Desain Penelitian



Sumber: Sugiyono (2017)

3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

3.4.2 Definisi Konseptual

Pada penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel yang terdiri dari 1 (satu) variabel bebas (*eksogen variable*) yaitu *gaya hidup* (X), satu variabel terikat (*endogen variable*) yaitu perilaku konsumtif (Y) serta variabel mediasi yaitu penggunaan *Shopee Paylater* (M) dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Variabel *Gaya hidup* (X)

Definisi konseptual dari *gaya hidup* adalah pola hidup seseorang yang di implementasikan melalui aktivitas, minat, opini seseorang serta cara seseorang dalam beraksi dan berinteraksi terhadap lingkungannya.

2. Penggunaan *Shopee Paylater* (M)

Definisi konseptual dari Penggunaan *Shopee Paylater* adalah bentuk pemanfaatan inovasi teknologi guna melakukan transaksi secara *online* sehingga lebih efektif dan efisien.

3. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Definisi konseptual dari perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang dalam melakukan pembelian yang tidak didasari oleh pertimbangan rasional serta cenderung memiliki keinginan dan hasrat untuk kesenangan semata-mata.

3.4.3 Definisi Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel dilakukan dengan cara menjelaskan pengertian konkrit dari setiap variabel tersebut, sehingga dimensi indikator dan pengukuran dapat dilakukan. Operasional variabel yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definis	Dimensi	Indikator	No	Skala
1	Gaya Hidup (X)	Menurut Kotler, Philip dan Armstrong (2012) menyebutkan bahwa “Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya”.	1. <i>Activity</i>	Tawaran iklan	1-4	Ordinal
				Intensitas berbelanja	5-6	Ordinal
			2. <i>Interest</i>	Model terbaru	7-9	Ordinal
				Merek terkenal	10-13	Ordinal
			3. <i>Opinion</i>	Sering membeli berbagai merek	14	Ordinal
Yakin ada merek lain dengan produk yang sama	15	Ordinal				
2	Penggunaan Shopee Paylater (M)	Menurut Sari (2017) menyebutkan bahwa “Penggunaan Shopee Paylater merupakan bentuk pemanfaatan inovasi teknologi guna melakukan transaksi secara <i>online</i> sehingga lebih efektif dan efisien.	1. Lama Penggunaan	Berapa lama penggunaan Shopee Paylater	1	Ordinal
			2. Intensitas	Pemahaman yang diberikan responden saat menggunakan fitur Shopee Paylater	2	Ordinal
			3. Durasi	Seberapa lama waktu yang dihabiskan dalam menggunakan fitur Shopee Paylater sekali waktu.	3	Ordinal
			4. Kemudahan pengoperasian	Kemudahan fitur	4	Ordinal
				Kemudahan pembayaran	5	Ordinal
				Kemudahan melakukan transaksi	6	Ordinal
				Kemudahan cicilan	7	Ordinal
			5. Kepuasan dengan produk	Penanganan Komplain	8	Ordinal
				Denda keterlambatan rendah	9	Ordinal
				Limit kredit yang besar	10	Ordinal
				Subsidi ongkos kirim	11	Ordinal
				Promo	12	Ordinal

No	Variabel	Definis	Dimensi	Indikator	No	Skala
			6. Desain	Tampilan cukup simple	13	Ordinal
				Tampilan mudah dimenegerti	14-15	Ordinal
3	Perilaku Konsumtif (Y)	Menurut Yuniarti (2015) menyebutkan bahwa “Perilaku konsumtif adalah suatu keyakinan dalam mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang di butuhkan dalam jumlah besar untuk mencapai pemenuhan yang maksimal”.	1. Pembelian <i>Impulsive</i>	Pembelian secara Berlebihan	1-2	Ordinal
				Melakukan pembelian secara tergesa-gesa	3-6	Ordinal
			2. <i>Wasteful buying</i>	Pembelian secara emosional	7-9	Ordinal
			3. <i>Irrational buying</i>	Mengutamakan keinginan	10-12	Ordinal
				Melakukan pembelian karena mengikuti trend	13-15	Ordinal

Sumber: Hasil Olah Penulis (2022)

3.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data Penelitian

Sebagai pendukung penelitian maka peneliti membutuhkan data dan informasi yang relevan dengan penelitian. Sumber pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini diuraikan melalui penjelasan berikut :

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang di dapatkan secara langsung. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang di dapatkan secara tidak langsung. Data sekunder yang dikumpulkan dalam penelitian ini melalui mencari informasi melalui jurnal, literatur buku dan skripsi.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini diuraikan melalui penjelasan berikut :

1. Wawancara

Teknik wawancara dilakukan oleh peneliti sebagai studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian.

2. Kuesioner

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yaitu peneliti memberikan sejumlah pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab.

3. Observasi

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan mengamati secara langsung terhadap pengguna *Shopee Paylater* di lingkungan Universitas Buana Perjuangan Karawang.

3.5.3 Teknik Skala

Dalam penelitian ini untuk mengukur pernyataan responden digunakan skala ordinal, pada skala ordinal terdapat jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Setelah dilakukan perhitungan skor mengenai jawaban masing-masing responden, kemudian ditabulasikan untuk menghitung validitas dan reliabilitas.

Tabel 3.3
Skala Pengukuran

Gaya Hidup (X)	Penggunaan <i>Shopee Paylater</i> (M)	Perilaku Konsumtif (Y)	Bobot Skor
Sangat Rendah (SR)	Sangat Rendah (SR)	Sangat Rendah (SR)	1
Rendah (R)	Rendah (R)	Rendah (R)	2
Cukup Tinggi (C)	Cukup Tinggi (C)	Cukup Tinggi (C)	3
Tinggi (T)	Tinggi (T)	Tinggi (T)	4
Sangat Tinggi (ST)	Sangat Tinggi (ST)	Sangat Tinggi (ST)	5

Sumber: Hasil Olah Penulis (2022)

3.6 Teknik Penentuan Data

3.6.1 Populasi Penelitian

Populasi yang dipilih dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang yang berusia 18-25 tahun dan menggunakan Shopee *Paylater* minimal dua kali transaksi, alasan dipilihnya responden tersebut karena berdasarkan hasil riset Katadata *Insight Center* (KIC) dan Kredivo menunjukkan bahwa transaksi *e-commerce* terhadap pendapatan bulanan paling banyak dilakukan pada usia 18-25 tahun. Data mahasiswa manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang yang memenuhi kriteria responden dapat dilihat pada tabel 3.4

Tabel 3.4
Data Mahasiswa Manajemen Pengguna Shopee *Paylater*

No	Angkatan	Responden yang Memenuhi Kriteria Penelitian
1	2018	74
2	2019	24
3	2020	18
4	2021	30
Total		146

Sumber : Data Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 3.4 diketahui populasi mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang yang memenuhi kriteria penelitian sebanyak 146 mahasiswa.

3.6.2 Sampel Penelitian

Teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu rumus slovin dengan menghitung jumlah sampel minimal namun dapat mewakili keseluruhan populasi.

Rumus Slovin dapat dilihat berdasarkan notasi sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = *Margin of error* (besaran kesalahan) 95% atau sig. (0,05)

Berdasarkan hasil pengumpulan data mahasiswa yang memenuhi kriteria penelitian yang dijadikan sebagai populasi berjumlah 146 mahasiswa. Untuk mengetahui jumlah sampel penelitian, maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{146}{1 + 146(0,05)^2}$$

n = 106,95 disesuaikan dengan peneliti menjadi 107 responden.

Berdasarkan perhitungan di atas maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 107 mahasiswa.

3.6.3 Teknik Sampling

Proses perolehan sampel untuk mewakili populasi dilakukan dengan menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan kategori *Cluster Sampling*. Peneliti menentukan kriteria sampel yang dituju sebagai responden yaitu sebagai berikut :

1. Responden merupakan mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang berusia 18 sampai 25 tahun.
2. Responden adalah pengguna Shopee *Paylater* (Minimal dua kali transaksi).

3.7 Rancangan Deskriptif

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis hasil kuesioner yang telah di isi oleh responden dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden terhadap variabel-variabel pada penelitian ini.

Untuk menentukan skala prioritas dari setiap variabel yang diukur, maka skala terukur kemudian dihitung dengan menggunakan *Analysis of Scale Design* (ARS) dengan rumus sebagai berikut:

$$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban (skor=5)

Rentang skala RS sebesar :

Skala terendah = skor terendah x jumlah sampel

Skala tertinggi = skor tertinggi x jumlah sampel

1) Skala penilaian tipe kriteria

Jumlah sampel yang diambil dari penyebaran kuesioner adalah sebanyak 107 orang. Instrumen menggunakan skala likert pada skala terendah 1 dan skala tertinggi 5.

2) Perhitungan skala

Skala terendah = skor terendah x jumlah sampel (n) = 1 x 107

Skala tertinggi = skor tertinggi x jumlah sampel (n)

= 5 x 107

= 535

Sehingga dapat penelitian ini rentang skalanya adalah :

$$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$$

$$RS = \frac{107(5 - 1)}{5}$$

$$RS = 85,6$$

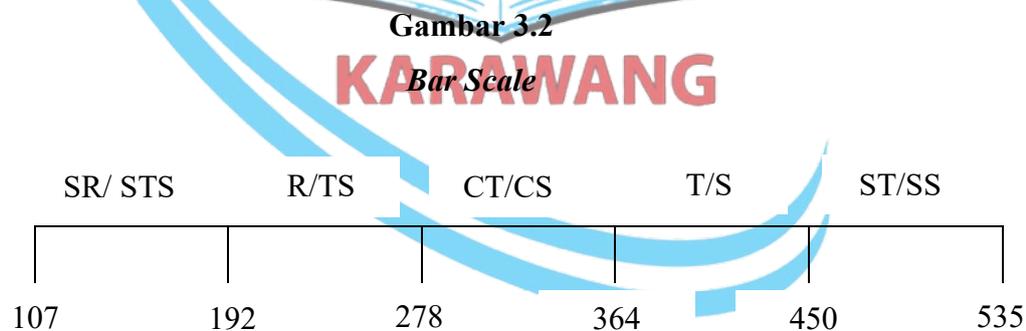
Pada analisis rentang skala ini jawaban responden atas kuesioner diinterpretasikan sesuai dengan variabel pada penelitian ini. Interpretasi jawaban tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.5 dibawah ini.

Tabel 3.5
Analisis Rentang Skala

Skala Skor	Rentang Skala	Interpretasi		
		Gaya hidup	Penggunaan Shopee Paylater	Perilaku Konsumtif
1	107-192	Sangat Rendah	Sangat Rendah	Sangat Rendah
2	193-278	Rendah	Rendah	Rendah
3	279-364	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi
4	365-450	Tinggi	Tinggi	Tinggi
5	451-535	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono (2017), diolah 2022

Rentang skala di atas dapat juga digambarkan dengan menggunakan Bar Skala atau *Bar Scale* :



Sumber : Sugiyono (2017)

3.8 Rancangan Verifikatif

Analisis verifikatif dalam penelitian ini yaitu dengan mengumpulkan data dari lapangan untuk menguji pengaruh gaya hidup terhadap perilaku

konsumtif melalui penggunaan Shopee *Paylater* sebagai variabel Mediasi (Studi pada mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang) variabel yang mempengaruhi (X), variabel yang dipengaruhi (Y) dan variabel Mediasi (M).

3.8.1 Transformasi Data

Skala yang digunakan dalam mengukur pernyataan responden yaitu skala ordinal, oleh karena itu perlu dilakukan transformasi data untuk mengubah data ordinal menjadi data dalam bentuk interval.

3.8.2 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Metode analisis dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan teknik analisis multivariat yang dapat melakukan perbandingan antara variabel endogen berganda dan variabel eksogen berganda. Pada program SmartPLS dilakukan dengan dua tahap yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model *structural* (*inner model*).

3.8.3 Analisa Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran atau *measurement model* dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model.

3.8.3.1 Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Parameter yang digunakan untuk mengukur validitas adalah uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan.

1. *Convergen Validity*

Validitas konvergen (*Convergent Validity*) memiliki arti bahwa seperangkat indikator mewakili satu variabel laten dan yang mendasari variabel laten tersebut. Dalam melakukan pengujian *convergent validity* dapat dinilai berdasarkan *outer loadings* atau *loading factor* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Menurut Ghozali (2016:52) nilai AVE setidaknya-tidaknya sebesar 0,5, sedangkan untuk nilai *outer loading* harus lebih besar dari 0,7 (Hair et al, 2017).

2. *Discriminant Validity*

Menurut Ghozali dan Latan (2015), “Metode *discriminant validity* merupakan pengujian *discriminant validity* dengan indikator refleksif yaitu dengan melihat nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus lebih dari 0,7, ($>0,7$)”.

3.8.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui akurasi dan konsistensi pengukurannya pada variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Parameter yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *cronbachs alpha* dan *composite reliability*.

Variabel dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilai *composite reliability* diatas 0,7 ($>0,7$) maupun nilai *cronbachs alpha* dan ρ_a diatas 0,6 ($>0,6$) atau dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki realibilitas yang baik atau kuisisioner yang digunakan sebagai alat dalam penelitian ini telah andal atau konsisten.

3.8.4 Analisa Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Hair et al (2017), “Evaluasi model struktural (*inner model*) bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten untuk menguji inner model dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (*R square*), *f square* dan *predictive relevance*”.

3.8.4.1 *R-Squares*

Nilai *R-squares* (R^2) dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah memiliki pengaruh yang substantif. Menurut Hair et al (2017), “Sebagai pedoman nilai *R-squares* 0,75, 0,50 dan 0,25 mewakili level substansial (kuat), moderat dan lemah”.

3.8.4.2 Pengujian Hipotesis (*Bootstrapping*)

Dalam metode *resampling bootstrap*, nilai signifikansi yang digunakan oleh peneliti yaitu (*two-tailed*) t-value 1,65 (*significance level* = 10%), 1,96 (*significance level* = 5% dan 2,58 (*significance level* = 1%).

Terdapat 3 kriteria pengujian dalam menguji hipotesis (*bootstrapping*) yaitu sebagai berikut :

1. *P-value*

Eksogen dikatakan berpengaruh terhadap variabel endogen jika nilai p-value di bawah 0,05 (interval keyakinan 95%) (Hair et al, 2017).

2. *T-Statistic*

T-Statistic digunakan untuk melihat yang nilai signifikan antar konstruk. Batas untuk menolak dan menerima hipotesis yang diajukan adalah 1,96 yang mana apabila rentang nilai -1,96 dan 1.96 maka hipotesis akan ditolak atau dengan kata lain menerima hipotesis nol (H_0).

3. Koefisien Jalur

Menurut Helm (2009) dalam (Hair et al, 2017) menyatakan bahwa nilai koefisien jalur yang berada dalam rentang nilai -1 hingga +1, dimana nilai koefisien jalur yang mendekati +1 merepresentasikan nilai positif yang kuat dan nilai koefisien jalur yang -1 mengindikasikan hubungan negatif yang kuat.

3.8.4.3 Analisis Efek Mediasi

Pengujian efek mediasi dalam analisis menggunakan PLS menggunakan prosedur yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny (1998) dalam (Ghozali dan Latan (2015) dengan tahapan sebagai berikut:

1. Model pertama, menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dan harus signifikan pada t-statistik $> 1,96$
2. Model kedua, menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel mediasi dan harus signifikan pada t-statistik $> 1,96$
3. Model ketiga, menguji secara simultan pengaruh variabel eksogen dan mediasi terhadap variabel endogen.