

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka kerja yang dapat digunakan sebagai penentu arah atau pemetaan dalam penelitian. Desain penelitian sendiri diperlukan dalam suatu penelitian sebagai alur yang dapat dijadikan pedoman agar penelitian yang dilakukan tidak keluar dari ketentuan yang sudah ditentukan, sehingga tujuan dan hasil dari penelitian akan sesuai dengan apa yang diharapkan. Adapun metode penelitian merupakan suatu cara yang ilmiah guna memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, metode ini disebut sebagai kuantitatif karena data penelitian berbentuk angka yang dianalisis secara statistik (Sugiyono, 2013). Adapun data kuantitatif yang dikumpulkan pada penelitian ini yaitu melalui penyebaran skala psikologi kepada responden, hal tersebut membuat variabel dapat diamati, diukur, dan diklasifikasikan dengan suatu instrumen yang tetap, baku, serta objektif (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tipe asosiatif kausal, adapun asosiatif kausal menurut Sugiyono (2016) yaitu memiliki sifat menanyakan hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih, sehingga kausal memiliki arti hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih.

B. Definisi Operasional Penelitian

1. Kecenderungan Pembelian Impulsif

Pembelian impulsif ialah perilaku pembelian secara spontan atau mendadak, sehingga cepatnya proses pengambilan keputusan dan minimnya perencanaan serta pertimbangan yang diukur melalui aspek-aspek kecenderungan pembelian impulsif menurut Verplanken dan Herabadi (2009) di antaranya yaitu aspek kognitif dan aspek afektif.

2. Konsep Diri

Konsep diri adalah suatu persepsi, pengetahuan, serta sikap dari diri sendiri yang terbentuk dari hubungan dengan lingkungan sekitar, sehingga kita dapat melakukan evaluasi terhadap diri sendiri yang diukur melalui aspek-aspek konsep diri menurut Fitts (dalam Zulkarnain, Asmara, & Sutatminingsih, 2020) diantaranya yaitu aspek pertahanan diri (*self defensiveness*), aspek penghargaan diri (*self esteem*), aspek integrasi diri (*self integration*), dan aspek kepercayaan diri (*self confidence*).

C. Populasi dan Teknik Sampel

1. Populasi

Populasi ialah bagian generalisasi yang berdasarkan pada objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipahami dan diambil suatu kesimpulan (Sugiyono, 2013). Selain itu, populasi merupakan keseluruhan pada unit yang diteliti dengan karakteristik yang telah ditetapkan (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Populasi merupakan

keseluruhan objek yang akan digunakan atau ingin diteliti, terdapat populasi yang jumlahnya belum diketahui yang disebut infinitif, selain itu, terdapat populasi yang sudah diketahui jumlahnya yang disebut sebagai populasi finitif (Syahrums & Salim, 2012). Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah populasi infinitif, karena jumlahnya yang belum diketahui, yaitu merupakan masyarakat Karawang sekaligus konsumen dari media belanja *online* atau *online shopping* dengan rentang usia 18-25 tahun. Adapun pengambilan populasi tersebut dikarenakan dari fakta-fakta dan fenomena, serta survei atau studi pendahuluan yang ditemui peneliti terdapat beberapa fenomena yang mengarah kepada kecenderungan pembelian impulsif secara *online* dari individu pada usia 18 tahun hingga 25 tahun.

2. Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *sampling non probability sampling*. *Non probability sampling* merupakan teknik dalam mendapatkan sampel dengan tidak memberikan kesempatan sama pada anggota populasi untuk menjadi sampel pada penelitian ini (Sugiyono, 2013). Adapun caranya dengan menggunakan teknik *sampling* kuota yang merupakan teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang memiliki ciri-ciri tertentu hingga jumlah (kuota) yang diinginkan (Sugiyono, 2013). Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini tidak atau belum diketahui, oleh karenanya peneliti menggunakan rumus *CoChran* yang dikemukakan dalam buku Sugiyono (2016) adapun rumus tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

$$\text{Dimana: } n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

- n : Total sampel yang dibutuhkan
 z : Nilai dalam kurva normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96
 P : Peluang benar 50% = 0,5
 q : Peluang salah 50% = 0,5
 e : *sampling error* 5%

Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% yang dimana nilai Z adalah 1,96 dan tingkat maksimal error sebesar 5%. Adapun pengoperasian rumus tersebut adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,5)^2} \quad n = 384$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus tersebut, maka dapat diketahui jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 384 orang responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan skala psikologi. Menurut Azwar (2016) skala psikologi merupakan sebuah alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur suatu aspek atau atribut psikologi. Adapun karakteristik dari skala tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Aitem dalam skala psikologi berupa pertanyaan yang dapat mengungkapkan indikator perilaku dari atribut yang di ukur.
- 2) Memiliki jumlah aitem yang banyak
- 3) Respon yang diberikan oleh responden tidak dianggap sebagai jawaban yang benar atau pun jawaban yang salah.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model skala Likert. Adapun skala likert menurut Azwar (2016) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap dan berisi pernyataan-pernyataan mengenai sikap yang di bagi kedalam dua macam pernyataan, yaitu pernyataan *favorable* dan *unfavorable*.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan format penskalaan “respon”, yakni respon positif dan respon negatif dan digunakan untuk meletakkan respon dalam kontinum penilaian. Adapun jenis respon skala tersebut yaitu jawaban “Kesesuaian”. Respon-respon tersebut terdiri dari lima alternatif jawaban, yaitu Sangat Sesuai, Sesuai, Cukup Sesuai, Tidak Sesuai, dan Sangat Tidak Sesuai (Azwar, 2012). Adapun pemberian skor dapat dirincikan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skor Respon

Alternatif Jawaban	Skor Favorable	Skor Unfavorable
Sangat Sesuai	5	1
Sesuai	4	2
Cukup sesuai	3	3
Tidak Sesuai	2	4
Sangat Tidak Sesuai	1	5

1. Skala Kecenderungan Pembelian Impulsif

Dalam penelitian ini skala kecenderungan pembelian impulsif disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Verplanken dan Herabadi (2009). Adapun aspek tersebut terdiri dari 2 (dua) aspek, diantaranya adalah aspek kognitif dan aspek afektif. Terdapat dua tipe butir yaitu pernyataan yang mendukung variabel pembelian impulsif (*favorable*) dan pernyataan yang tidak mendukung variabel pembelian impulsif (*unfavorable*). Pada variabel pembelian impulsif dalam penelitian ini menggunakan 24 butir pernyataan. Adapun kisi-kisi

skala kecenderungan pembelian impulsif pada penelitian ini dapat dirincikan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kisi-kisi Pembelian Impulsif

No	Aspek	Indikator	Keterangan	
			<i>Favorabel</i>	<i>Unvaforabel</i>
1	Aspek Kognitif	Individu kurang mampu dalam membuat pertimbangan dan perencanaan	1, 9, 17	5, 13, 21
		Individu kurang mampu dalam melakukan evaluasi terhadap sikap dan aktivitasnya	2, 10, 18	6, 14, 22
2	Aspek Afektif	Ketidakmampuan individu dalam mengontrol emosi	3, 11, 19	7, 15, 23
		Adanya dorongan pembelian serta rasa penyesalan setelah memberi produk	4, 12, 20	8, 16, 24
Total			12	12

2. Skala Konsep Diri

Skala konsep diri dalam penelitian ini disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Fitts (dalam Zulkarnain, Asmara, & Sutatminingsih, 2020). Aspek tersebut terdiri dari 4 (empat) aspek, diantaranya yaitu aspek pertahanan diri (*self devensiveness*), aspek penghargaan diri (*self esteem*), aspek integrasi diri (*self integration*), dan aspek kepercayaan diri (*self confidence*). Terdapat dua tipe butir yaitu pernyataan yang mendukung variabel konsep diri (*favorable*) dan pernyataan yang tidak mendukung variabel konsep diri (*unfavorable*). Pada skala konsep diri menggunakan 42 butir pernyataan. Adapun kisi-kisi skala konsep diri pada penelitian ini dapat dirincikan sebagai berikut:

Tabel 3.3
Kisi-kisi Skala Konsep Diri

No	Aspek	Indikator	Keterangan	
			<i>Favorabel</i>	<i>Unfavorabel</i>
1	Pertahanan Diri (<i>Self Defensiveness</i>)	Membangun solusi diri untuk menghadapi suatu masalah	1, 15, 29	8, 22, 36
		Kemampuan diri untuk keluar dari tekanan	2, 16, 30	9, 23, 37
2	Penghargaan Diri (<i>Self Esteem</i>)	Penilaian terhadap diri sendiri	3, 17, 31	10, 24, 38
		Hubungan dengan lingkungan sosial	4, 18, 32	11, 25, 39
3	Integrasi Diri (<i>Self Intergration</i>)	Teguh dalam prinsip diri	5, 19, 33	12, 26, 40
4	Kepercayaan Diri (<i>Self Cofidence</i>)	Kepuasan terhadap diri sendiri	6, 20, 34	13, 27, 41
		Yakin terhadap kemampuan diri	7, 21, 35	14, 28, 42
		Total	21	21

E. Metode Analisis Instrumen

Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa instrumen penelitian merupakan suatu alat pengumpulan data yang dapat digunakan untuk mengukur suatu fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati. Adapun penggunaan instrumen dalam penelitian ini bertujuan untuk mencari informasi-informasi yang dibutuhkan mengenai suatu masalah atau fenomena sosial. Adapun uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji analisis aitem, dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Instrumen yang valid merupakan suatu alat ukur yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang akurat atau tepat sasaran, sehingga dengan kata lain instrumen dapat mengukur apa yang seharusnya diukur oleh peneliti dalam penelitiannya tersebut (Sugiyono, 2013). Menurut Arikunto (2013) validitas dapat dikatakan sebagai metode untuk melihat tingkat pengukuran yang dapat menunjukkan suatu kevalidan instrumen, sehingga instrumen yang valid dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mendapatkan suatu data penelitian yang baik. Menurut Azwar (2016) validitas berasal dari kata *validity* yang berarti sejauh mana tingkat ketepatan dan tingkat kecermatan pada suatu instrumen pengukur dalam melakukan tugas ukurnya. Validitas isi disepakati oleh para ahli, sehingga dari kesepakatan ahli tersebut dapat diketahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur konstruk psikologi yang akan diukur (Retnawati, 2016). Berdasarkan penjelasan para ahli di atas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa alat tes yang memiliki validitas tinggi adalah instrumen yang dapat mengoperasikan fungsi ukurnya dengan tepat dan akurat sesuai tujuan pengukuran.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan validitas isi dengan metode penilaian *Aikens V* dari Aiken (1985). Penilaian terhadap aitem dilakukan dengan cara memberikan angka 1 (sangat tidak relevan) sampai dengan angka 5 (sangat relevan). Adapun rumus *Aikens* tersebut diantaranya :

$$V = \sum s / [n (c - 1)]$$

Keterangan :

S : r – lo

lo : Nilai validitas terendah
 c : Nilai validitas tertinggi
 r : Nilai yang diberikan oleh peneliti
 n : Total penilai

2. Uji Analisis Aitem

Dalam menentukan aitem atau seleksi aitem skala psikologi untuk mengukur atribut afektif, parameter yang paling penting merupakan daya diskriminasi aitem. Azwar (2012) menjelaskan bahwa daya diskriminasi aitem atau daya beda merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tingkatan aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan yang tidak memiliki atribut yang diukur. Pengujian aitem dilaksanakan untuk membedakan setiap aitem yang dianggap layak atau tidak layak untuk dipakai menjadi alat pengukuran pada penelitian yang akan dilaksanakan.

Adapun pengujian dilakukan dengan cara menghitung jumlah koefisien korelasi antara distribusi skor aitem dengan distribusi skor skala itu sendiri, dimana akan menghasilkan koefisien korelasi total. Aitem-aitem yang memiliki koefisien korelasi (r_{it}) $\geq 0,30$ maka dapat dianggap memiliki daya beda yang cukup tinggi, sedangkan aitem yang memiliki jumlah $\leq 0,30$ dianggap memiliki daya beda yang rendah (Azwar, 2012). Pengujian daya diskriminasi aitem dilakukan dengan menggunakan program JASP 0.16.2.0 *for windows*.

3. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa reliabilitas merupakan suatu uji yang dapat digunakan untuk mengatur suatu ketepatan ukur atau alat untuk mengukur

tingkat keandalan. Selain itu menurut Azwar (2016) menjelaskan bahwa reliabilitas merupakan suatu hasil pengukuran yang dapat dipercaya ketika telah dilakukan beberapa kali pengukuran kepada kelompok subjek yang sama. Menurut Azwar (2012) reliabilitas sebenarnya mengacu kepada konsistensi, keandalan, keajegan, kestabilan dan suatu keterpercayaan pada hasil ukur yang memiliki sebuah makna kecermatan dalam pengukuran.

Teknik reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *Cronbach alpha*. Menurut Azwar (2012) reliabilitas dinyatakan koefisien reliabilitas (r_{xy}) apabila angkanya berada pada rentang 0 sampai dengan 1,00, dengan demikian jika semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi pula reliabilitasnya. Sebaliknya koefisien yang semakin rendah yaitu mendekati angka 0 berarti reliabilitasnya akan semakin rendah juga. Adapun perhitungan reliabilitas yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan program JASP versi 0.16.0.2.0 *for windows* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

r_i : Reliabilitas instrumen
 k : Total aitem
 $\sum \sigma b^2$: Total varians butir
 σ^2 : Varians total

Adapun ketentuan kriteria reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pendapat yang diutarakan oleh Guilford (dalam Rangkuti & Wahyuni, 2015).

Tabel 3. 4
Kriteria Rliabilitas

Reliabilitas	Kriteria
>0.9	Sangat reliabel
0.7–0.89	Reliabel
0.4–0.69	Cukup reliabel
0.2–0.39	Kurang reliabel
<0.2	Tidak reliabel

F. Teknik Analisis Data

Data kuantitatif yang sudah berhasil dikumpulkan dapat diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode statistika. Adapun dalam penentuan teknik statistik akan didasarkan kepada 2 (dua) faktor utama, yaitu diantaranya adalah faktor tujuan penelitian dan faktor jenis data dapat bertujuan mengetahui pengaruh ataupun hubungan antar variabel (Syahrums & Salim, 2012).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi secara normal (Rangkuti dan Wahyuni, 2015), adapun perhitungannya dilakukan dengan menggunakan *kolmogorov smirnov* dimana nilai (*p – value*) lebih besar dari taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) maka penyebarannya dapat dikatakan tergolong normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan metode *monte carlo*, yakni metode yang bertujuan untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak dari sampel yang bernilai acak atau memiliki nilai yang terlalu *extream* (Mustofa & Nurfadillah, 2021).

2. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan suatu uji yang dimaksudkan untuk dapat melihat hubungan antara dua variabel yang tergolong linear atau tidak. Rangkuti dan Wahyuni (2017) menjelaskan bahwa jika *p* memiliki jumlah yang lebih kecil

dari (α) maka kedua variabel tersebut dapat dikatakan memiliki sifat satu linear satu sama lain.

3. Uji Analisis Regresi

Uji analisis regresi dapat di pakai untuk memprediksi suatu variabel (Rangkuti dan Wahyuni, 2017). Menurut Sugiyono (2013) analisis regresi di pakai untuk mengetahui suatu perubahan nilai variabel dependen, jika variabel independen dimanipulasi. Adapun dalam penelitian ini analisis regresi digunakan untuk menguji suatu sifat hubungan sebab-akibat antara variabel dependen dan independen atau antara variabel X dan Y, sehingga persamaan regresi yang dihasilkan berupa regresi linier sederhana (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini jenis analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi satu prediktor, karena hanya memiliki satu variabel prediktor saja dan rumus persamaan pada garis regresi dengan satu variabel prediktor dapat diuraikan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Variabel yang diprediksi (Kecenderungan Pembelian Impulsif)

X : Variabel Prediktor (Konsep Diri)

a : Konstanta (Kecenderungan Pembelian Impulsif)

b : Koefisien Prediktor (Konsep Diri)

4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang ditentukan dengan menggunakan teknik statistik (Sugiyono, 2018). Adapun koefisien determinasi pada penelitian ini digunakan untuk dapat mengetahui

seberapa besar sumbangan pengaruh variabel konsep diri terhadap variabel kecenderungan pembelian impulsif pada konsumen. Menurut Sugiyono (2018) dalam uji koefisien determinasi, peneliti memakai rumus berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : *coefecient* Determinasi

r : *coeficien corelation*

5. Uji Kategorisasi

Penelitian ini menggunakan uji kategorisasi berdasarkan jenjang (ordinal) dan kategorisasi bukan jenjang (nominal). Azwar (2020) menjelaskan bahwa uji kategorisasi digunakan untuk dapat mengelompokkan individu ke dalam kategori yang memiliki posisi berjenjang berdasarkan nilai atribut yang diukur. Adapun nilai tersebut terdiri dari 2 (dua) taraf kategorisasi diantaranya variabel kecenderungan impulsif memiliki taraf tinggi dan rendah. Sedangkan pada variabel konsep diri memiliki taraf positif dan negatif, adapun kalsifikasi tersebut dapat dirincikan melalui tabel dibawah ini:

Tabel 3.5
Klasifikasi Kategorisasi Kecenderungan Impulsif

Kategori	Klasifikasi
Tinggi	$X \geq M$
Rendah	$X \leq M$

Tabel 3.6
Klasifikasi Kategorisasi Konsep Diri

Kategori	Klasifikasi
Positif	$X \geq M$
Negatif	$X \leq M$