

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Desain Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sugiyono (2022) mengatakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme merupakan metode penelitian kuantitatif. Sugiyono (2022) mengatakan metode kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel yang bertujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis dengan menggunakan data numerik yang telah ditetapkan. Menurut Jaya (2021) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menciptakan hasil analisis baru yang didapatkan dengan menggunakan data atau menggunakan suatu alat pengukuran. Variabel merupakan fokus perhatian pada metode kuantitatif, karena pada sebuah penelitian akan melihat fenomena yang memiliki perilaku tertentu dalam kehidupan manusia (Jaya, 2021).

Desain yang digunakan pada penelitian ini merupakan desain non-eksperimental atau survei. Menurut Sugiyono (2019), penelitian survei adalah suatu metodologi yang mengumpulkan informasi tentang masa lalu, masa kini, keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, dan hubungan antar variabel dan sebagai menguji hipotesa yang berbeda tentang variabel sosiologis dan psikologis berdasarkan sampel yang dipilih dari demografi tertentu.

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel independen yaitu *self-monitoring* dan variabel dependen yaitu pembelian impulsif. Menurut Sugiyono (2019) variabel independen adalah faktor yang berkontribusi, atau

mengakibatkan terciptanya variabel keterikatan, variabel yang dipengaruhi atau diakibatkan oleh adanya variabel bebas atau independen disebut dengan variabel terikat atau dependen.

B. Definisi Operasional Penelitian

Definisi operasional menurut Sugiyono (dalam Jufrizen 2021) merupakan penentuan kontrak atau sifat yang akan di teliti dengan sedemikian rupa untuk menjadi variabel yang terukur. Variabel *self-monitoring* (X) dan pembelian impulsif (Y) adalah variabel yang digunakan pada penelitian ini. Adapun definisi operasional sebagai berikut:

1. *Self-Monitoring*

Self-monitoring berkaitan pada kecenderungan untuk mengatur perilaku berdasarkan respon terhadap ketentuan sosial yang ada di lingkungannya. *Self-monitoring* diukur menggunakan *Self-Monitoring Scale* yang disusun berdasarkan aspek menurut Snyder dan Gangestad (dalam Ernayati, 2019) yaitu kontrol dalam penampilan diri (*expressive self control*), penampilan dalam situasi sosial (*social stage presence*), kesesuaian penampilan diri (*other directed self presence*).

2. Pembelian Impulsif

Pembelian impulsif berkaitan dengan pembelian sebuah produk yang sangat cepat tanpa adanya rencana serta perdebatan suatu konflik pikiran dan dorongan emosional sehingga bersifat irasional. Pembelian impulsif diukur menggunakan *The Impulse Buying Tendency Scale* yang disusun berdasarkan

aspek pembelian impulsif menurut Verplanken dan Herabadi (dalam Mukaromah, 2021) yaitu aspek kognitif dan aspek afektif.

C. Populasi dan Sampel

Sugiyono (2022) mendefinisikan populasi sebagai suatu wilayah generik yang terdiri dari objek atau subjek dengan berbagai tingkat atribut tertentu yang dipilih peneliti untuk dipelajari dan dijadikan kesimpulan. Populasi menurut Jaya (2021) adalah jumlah keseluruhan satuan individu yang dapat mencakup individu, lembaga, dan benda yang sifat-sifatnya perlu diteliti. Azwar (2019) mendefinisikan populasi sebagai sekumpulan partisipan yang digunakan untuk dijadikan temuan penelitian, populasi perlu memiliki sejumlah ciri atau sifat yang membedakannya dari kelompok subjek lainnya.

Sugiyono (2018) mengatakan jika populasi yang tidak diketahui serta tidak dapat di amati oleh peneliti, dikarenakan adanya keterbatasan waktu, tenaga dan dana, untuk itu peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2018) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jaya (2021) mengatakan sampel merupakan bagian yang diambil dari seluruh objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi. Sampel penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus perhitungan Jacob Cohen (dalam Arikunto, 2014) yaitu dengan rumus:

Gambar 2 Rumus Sampel

$$N = \frac{L}{f^2} + u + 1$$

$$N = \frac{19,76}{0,1} + 5 + 1 = 203,6 \text{ dibulatkan } 204$$

Keterangan:

N = Ukuran sampel

f^2 = Effect size (0,1)

u = Banyaknya ubahan yang terkait dalam penelitian (5)

Power (p) = 0,95

L = fungsi power dari u, diperoleh dari tabel, t.s. 1% (19,76)

Metode yang digunakan dalam menentukan sampel pada penelitian ini yaitu dengan *non-probability*. Sugiyono (2018) menyatakan *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi yang dipilih menjadi sampel. Jenis *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis *snowball sampling*. Metode *snowball sampling* digunakan untuk menemukan sampel yang awalnya kecil dan secara bertahap bertambah jumlahnya. Jenis *sampling* ini menyerupai bola salju yang menggelinding dan mengumpulkan massa seiring waktu. Dalam memilih sampel, peneliti mula-mula memilih satu atau dua subjek, namun ketika merasa data yang diterimanya kurang dari subjek, maka peneliti mencari subjek lain yang dianggap sesuai dengan kriteria sehingga menambah jumlah sampel yang diperlukan (Sugiyono, 2018).

Sampel dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Penggemar K-Pop atau menyukai *boyband* dan *girlband* K-Pop
2. Suka membeli *merchandise* K-Pop
3. Berdomisili di Karawang
4. Berusia 18–25 tahun

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dan skala psikologis digunakan sebagai alat pengumpulan data. Menurut Azwar (2017), skala adalah instrumen pengukuran yang memuat bobot pernyataan yang disusun untuk mengukur karakteristik melalui responden dalam setiap pernyataannya. Skala yang digunakan pada skala *The Impulse Buying Tendency Scale* menggunakan format skala likert. Sikap, pandangan, dan persepsi seseorang atau suatu kelompok terhadap fenomena sosial dapat diukur dengan menggunakan skala likert. Format skala yang digunakan pada *Self-Monitoring Scale* adalah skala guttman. Sugiyono (dalam Riyanti, 2021) skala guttman merupakan skala yang digunakan untuk mendapatkan jawaban yang tegas dari responden terhadap suatu pernyataan yang memiliki dua pilihan jawaban atau dalam bentuk interval, seperti “setuju-tidak setuju”, “ya-tidak”, “benar-salah”, “positif-negatif”, “pernah-tidak pernah”, dan lain-lain. Dalam penelitian fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Teknik pengumpulan yang digunakan dalam penelitian menggunakan skala baku *The Impulse Buying Tendency Scale* dan *Self-Monitoring Scale*.

1. Skala Pembelian Impulsif

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala pembelian impulsif yang menggunakan skala baku serta telah diterjemahkan di ULP UB Karawang, skala tersebut dikembangkan oleh Verplanken dan Herabadi (2016) dengan nama *The Impulse Buying Tendency scale* yang disusun berdasarkan aspek kognitif dan afektif. Skala tersebut memiliki 20 aitem pernyataan, dengan 15 aitem *favorable* dan 5 aitem *unfavorable*. Berikut blueprint skala pembelian impulsif :

Tabel 1 Blueprint Skala Pembelian Impulsif

No	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Kognitif	1, 2, 3, 5, 6	4, 7	7
2	Afektif	8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 18, 19, 20	15, 16, 17	13
		Total Aitem		20

Skala ini berisikan lima bobot jawaban yaitu: sangat sesuai (SS), sesuai (S), cukup sesuai (CS), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS). Pernyataan dalam skala ini terdapat 2 kriteria yaitu *favorable* dan *unfavorable*. Penilaian dalam kriteria *favorable* berdasarkan nilai skala likert yaitu 5 untuk nilai sangat sesuai (SS), 4 untuk sesuai (S), 3 untuk cukup sesuai (CS), 2 untuk tidak sesuai (TS) dan 1 untuk sangat tidak sesuai (STS). Adapun sebaliknya untuk kriteria *unfavorable* berdasarkan nilai skala likert yaitu 1 untuk sangat tidak sesuai (STS), 2 untuk tidak sesuai (TS), 3 untuk cukup sesuai (CS), 4 untuk sesuai (S), dan 5 untuk sangat sesuai (SS).

Tabel 2 Distributor Aitem

Skor Aitem	Nilai Skor	
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>
Sangat Sesuai (SS)	5	1
Sesuai (S)	4	2
Cukup Sesuai (CS)	3	3
Tidak Sesuai (TS)	2	4
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	5

2. Skala *Self-Monitoring*

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini merupakan skala *self-monitoring* dengan menggunakan skala baku yang telah diterjemahkan di ULP UBP Karawang, skala tersebut dibuat oleh Snyder (2015) dengan nama *Self-Monitoring Scale* yang disusun sesuai dengan aspek yang dikemukakan oleh Snyder dan Gangestad (dalam Ernayati, 2019) yaitu: kontrol dalam penampilan diri (*expressive self control*), penampilan dalam situasi sosial (*social stage presence*), kesesuaian penampilan diri (*other directed self presence*). Skala tersebut memiliki 25 aitem pernyataan, dengan 12 aitem *favorable* dan 13 aitem *unfavorable*. Berikut blueprint skala *self-monitoring* :

Tabel 3 Blueprint Skala *Self-Monitoring*

No	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unvaforable</i>	
1	Kontrol dalam penampilan diri (<i>expressive self control</i>)	5, 8 16, 24, 25	1, 20	7
2	Penampilan dalam situasi sosial (<i>social stage presence</i>)	6, 11, 18	3, 4, 12, 22	7
3	Kesesuaian penampilan diri (<i>other directed self presence</i>)	7, 13, 15, 19	2, 9, 10, 14, 17, 21, 23	11
Total Aitem		12	13	25

Bobot jawaban pada skala ini ada dua yaitu benar (B) dan salah (S). Skala ini memiliki dua kriteria pernyataan yaitu *favorable* dan *unfavorable*. Skala guttman digunakan untuk penilaian pada *Self-Monitoring Scale* dengan bobot jawaban pada kriteria *favorable* dua untuk jawaban benar (B) dan satu untuk jawaban salah (S), begitupun sebaliknya untuk kriteria *unfavorable* yang juga berdasarkan nilai skala guttman nilai satu untuk jawaban benar (B) dan dua untuk jawaban yang salah (S).

Tabel 4 Distributor Aitem

Skor Aitem	Nilai Skor	
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>
Benar (B)	2	1
Salah (S)	1	2

E. Metode Analisis Instrumen

1. Validitas Alat Ukur Penelitian

Uji validitas digunakan untuk menjamin kevalidan aitem pertanyaan yang digunakan pada penelitian (Sujarweni dan Utami, 2019). Aitem yang dikatakan valid dapat digunakan untuk mengukur apa yang perlu diukur (Sujarweni & Utami, 2019). Membangun konstruk pengukuran yang tepat merupakan tahap pertama dalam membuat skala psikologis, kemudian skala yang disusun berdasarkan area pengukuran yang teridentifikasi dengan baik dan terdefinisi dengan jelas secara teoritis akan valid (Azwar, 2021). Azwar (2021) mengatakan validitas merupakan uji untuk mengetahui skala yang dibuat dapat digunakan dan mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan ukurnya. Azwar (2021) kesesuaian isi aitem dengan indikator berperilaku dan dengan tujuan ukur

sebenarnya sudah dapat dievaluasi melalui nalar serta akal sehat (*common sense*) yang mampu menilai apakah isi skala memang mendukung konstruk teoretik yang diukur. Hasil evaluasi ini disebut *Logical Validity* sebagai bagian dari validitas isi (*Content Validity*).

Subject Matter Experts (SME) merupakan para penilai yang bertugas menilai apakah suatu aitem (1) esensial, (2) berguna tapi tidak esensial, (3) tidak diperlukan. Suatu aitem dianggap esensial apabila dapat digunakan dan mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan pengukuran (Azwar, 2021).

Gambar 3 Rumus Aiken V

$$V = \frac{\sum s}{n(c - 1)}$$

Keterangan:

S = r - lo

Lo = angka penilaian validitas terendah (1)

c = Angka penilaian validitas tertinggi (5)

r = Angka yang diberikan oleh penilai

2. Uji Analisis Aitem

Analisis aitem menurut Azwar (2020) adalah proses menentukan seberapa baik suatu aitem dapat membedakan antara orang atau kelompok yang memiliki atribusi yang baik dan tidak baik. Untuk menentukan daya diskriminasi aitem dengan menggunakan koefisien korelasi total aitem pada skala itu sendiri. Kriteria pemilihan aitem yang akan digunakan berdasarkan korelasi aitem total dengan

batas nilai 0,3 ($0 > 0,3$). Oleh karena itu aitem harus memiliki daya beda yang dianggap memuaskan agar dapat diketahui kriteria aitem tersebut.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran yang dapat dipercaya. Azwar (2023) mengatakan bahwa pengukuran reliabilitas mengandung makna hasil pengukuran sifat konsisten, stabil dari waktu ke waktu, dan terpercaya dalam arti tidak mengalami perubahan selain yang dikarenakan perubahan dari atribut yang diukur. Ingarianti (2020) alat ukur yang digunakan dalam penelitian reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dan dapat dikatakan reliabel bila *Alpha Cronbach* lebih dari 0,6. Reliabilitas dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis *Cronbach's Alpha* (Azwar, dalam Ingarianti, 2020) dengan bantuan aplikasi IBM SPSS *statistic versi 25.0 for mac*.

Makna ketelitian pengukuran akan menjadi lebih jelas jika memperhitungkan statistik lain seperti error standar dalam pengukuran (*standard error of measurement*), selain itu untuk melihat besarnya koefisien reliabilitas untuk menilai reliabilitas alat ukur dengan teknik *Cronbach Alpha* yang dibantu oleh program statistik IBM SPSS *statistic versi 25.0 for mac*. Koefisien *Cronbach Alpha* dipakai untuk menghitung instrumen penelitian ini, dengan standar error 5%. Adapun rumus *Cronbach Alpha* yaitu sebagai berikut:

Gambar 4 Rumus Reliabilitas

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum v_i}{vt} \right)$$

Keterangan:

α = Koefisien reliabilitas instrumen

N = Banyaknya butir pertanyaan atau soal

V_i = jumlah varians butir

V_t = varians skor total

Nilai koefisien reliabilitas atau skor *Cronbach Alpha* yang tergolong baik yaitu di atas 0,7 (cukup baik) dan di atas 0,8 (baik). Berikut tabel kriteria Guilford yang menetapkan standar untuk interpretasi koefisien reliabilitas:

Tabel 5 Kriteria Reliabilitas Guilford

Reliabilitas	Kriteria
>0,9	Sangat Reliabel
0,7 – 0,9	Reliabel
0,4 – 0,69	Cukup Reliabel
0,2 – 0,39	Kurang Reliabel
<0,29	Tidak Reliabel

KARAWANG

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan hal yang penting karena data yang digunakan dianggap dapat mewakili populasi (Priyatno, 2018). Menurut Sujarweni dan Utami (2019) uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data, yang berarti sebelum melakukan uji analisis data yang didapat harus diuji terlebih dahulu kenormalannya. Uji normalitas dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu dengan melihat grafik pp-plot, melihat nilai *Kolmogorov-Smornov* dan dengan cara melihat *skewness* dan standar errornya (Sujarweni & Utami, 2019). Pada penelitian ini peneliti dibantu dengan program IBM SPSS *statistic versi 25.0 for mac*.

2. Uji Linearitas

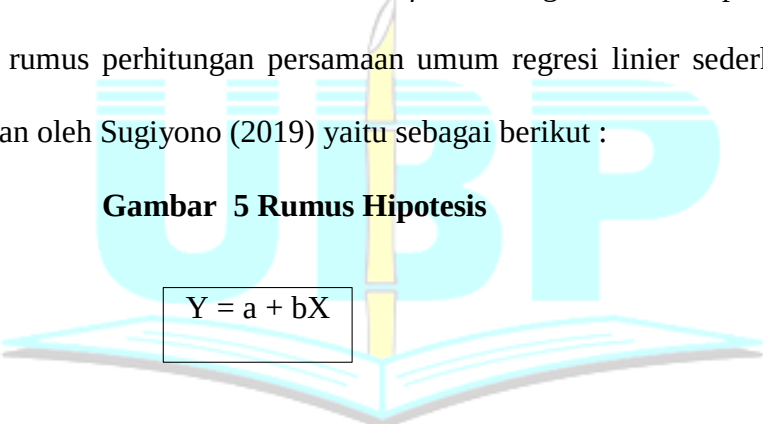
Menurut Priyatno (2018) uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear. Syarat untuk melakukan uji linearitas digunakan sebagai prasyarat dari analisis korelasi Pearson. Uji Linearitas digunakan pada pengujian *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linear jika signifikansinya (pada kolom *Deviation for Linearity*) lebih besar dari 0,05, namun menurut teori yang berbeda menyatakan jika signifikansi (pada kolom *F Linearity*) kurang dari 0,05 maka hubungannya dianggap linear. Pada penelitian ini peneliti dibantu dengan program IBM SPSS *statistic versi 25.0 for mac*.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis menurut Azwar (2017) berfungsi sebagai solusi sementara terhadap permasalahan penelitian yang telah dikembangkan sebelumnya dengan menggunakan teori untuk menjelaskan korelasi antar variabel penelitian. Pengujian hipotesis merupakan solusi jangka pendek terhadap rumusan masalah penelitian Sugiyono (2019). Uji Hipotesis menilai kondisi populasi melalui data sampel (Sugiyono, 2019). H_0 merupakan pernyataan tidak adanya perbedaan pada data sampel, sedangkan H_a merupakan hipotesis alternatif (Sugiyono, 2019). Program statistik IBM SPSS *statistic versi 25.0 for mac* digunakan oleh peneliti.

Terdapat rumus perhitungan persamaan umum regresi linier sederhana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2019) yaitu sebagai berikut :

Gambar 5 Rumus Hipotesis



$$Y = a + bX$$

Y = Variabel dependen (variabel terikat)

X = Variabel independen (variabel bebas)

a = Konstanta (nilai dari Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

4. Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi menurut Sugiyono (2019) digunakan untuk menggambarkan seberapa besarnya pengaruh variabel independen (X) *self monitoring* terhadap variabel dependen (Y), pembelian impulsif. Program IBM

SPSS *statistic versi 25.0 for mac* digunakan oleh peneliti. Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi yaitu sebagai berikut:

Gambar 6 Rumus Koefisien Determinasi

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

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

5. Uji Kategorisasi

Azwar (2023) mengatakan uji kategorisasi sebagai pengelompokan individu berdasarkan sifat-sifat yang diuji kedalam masing-masing kelompok dalam suatu kontinum (rendah-tinggi, lemah-kuat, dan seterusnya). Hasil uji kategorisasi digunakan untuk mengklasifikasikan kategori orang-orang berdasarkan skala pembelian impulsif dan skala *self-monitoring*. Program IBM SPSS *statistic versi 25.0 for mac*, digunakan oleh peneliti. Analisis data yang diperoleh berdasarkan pedoman kategorisasi menurut Azwar (2023) yaitu:

Tabel 1 Rumus Kategorisasi

Rentang Nilai	Kategori
$X < (\mu - 1\sigma)$	Rendah
$(\mu - 1\sigma) > X > (\mu + 1\sigma)$	Sedang
$(\mu + 1\sigma) > X$	Tinggi

Keterangan:

x = skor

μ = mean

σ = standar deviasi