

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang analisisnya didasarkan pada data angka (numerik) yang kemudian diolah dengan metode statistik. Hasil yang diperoleh adalah signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti (Azwar, 2017).

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kausalitas. Menurut Azwar (2017) penelitian kausalitas memungkinkan peneliti untuk menentukan apakah ada hubungan kausal (sebab-akibat) antara variabel *independent* (yang memengaruhi) dan variabel *dependent* (yang dipengaruhi). Adapun variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengaruh *Fear of Missing Out* dan konformitas teman sebaya terhadap pembelian impulsif.

Variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel terikat (Y) : Pembelian impulsif
2. Variabel bebas (X_1) : *Fear of Missing Out*
3. Variabel bebas (X_2) : Konformitas teman sebaya.

B. Definisi Operasional Penelitian

Definisi operasional adalah batasan yang memandu penelitian ke area yang lebih spesifik. Azwar (2017) menjelaskan bahwa definisi operasional adalah definisi variabel yang dirumuskan berdasarkan sifat-sifat variabel yang dapat diamati. Definisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Pembelian impulsif

Pembelian impulsif merupakan pembelian yang tidak rasional dan diasosiasikan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik pikiran dan dorongan emosional. Pembelian impulsif diukur dengan menggunakan *Impulsive Buying Tendency Scale* (IBTS) dari Verplanken dan Herabadi (dalam Muharsih, 2025) yang diadopsi oleh peneliti dan terdiri dari aspek kognitif dan aspek afektif.

2. *Fear of Missing Out*

FoMO merupakan sindrom kecemasan sosial yang ditandai dengan keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain. FoMO diukur dengan menggunakan *Fear of Missing Out Scale* (FoMOS) dari Przybylski dkk. (2013) yang diadaptasi oleh peneliti dan terdiri dari aspek *self* dan *relatedness*.

3. Konformitas Teman Sebaya

Konformitas adalah suatu keterlibatan karakteristik keinginan untuk mengidentifikasi orang lain dan meniru, bergabung dengan

kelompok untuk menghindari konflik, dan lebih menjadi pengikut daripada pemimpin dalam menciptakan suatu nilai, ide, dan perilaku. Konformitas teman sebaya diukur dengan menggunakan *Conformity Scale* dari Mehrabian dan Stefl (1995) yang diadaptasi oleh peneliti dan terdiri dari aspek keinginan meniru kelompok, bergabung untuk menghindari konflik dan memicu pengikut kelompok.

C. Populasi dan Teknik Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian didefinisikan sebagai sekelompok subjek yang ingin dijadikan subjek generalisasi hasil penelitian (Azwar, 2017). Sebagai suatu populasi, kelompok sasaran perlu memiliki beberapa karakteristik atau karakteristik umum untuk membedakannya dari kelompok sasaran lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z di Kabupaten Karawang yang menggunakan aplikasi TikTok. Adapun kriteria dari penelitian ini yaitu :

1. Generasi Z kelahiran 1997-2012
2. Usia 13-28 tahun
3. Pengguna TikTok *Shop*
4. Domisili di Karawang

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi subjek. Setiap bagian dari populasi adalah sampel, terlepas dari apakah itu mencerminkan karakteristik

populasi secara keseluruhan atau tidak (Azwar, 2017). Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cohen*, hal ini dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti.

$$n = \frac{L}{F^2} + u + 1$$

Gambar 3.1 Rumus Sampel

Keterangan:

n : jumlah sampel yang diperlukan

F^2 : *effect size*

u : banyaknya ubahan yang terkaita dalam penelitian

L : fungsi power dari u , di peroleh dari tabel, t.s. 1%

Berdasarkan rumus di atas, diketahui power (p) = 0,95 dan *effect size* (F^2) = 0,1 lalu harga tabel L dengan t.s.1 % dari power = 0,95 dan $u = 5$ adalah 19,76.

Berikut adalah perhitungan sampel menggunakan rumus *Cohen* :

$$n = \frac{L}{F^2} + u + 1 = \frac{19,76}{0,1} + 5 + 1 = 203,6$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 204 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability*. Sugiyono (2021) mengatakan *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih

sampel. Pendekatan yang digunakan penelitian ini menggunakan *snowball sampling*. Menurut (Sugiyono, 2007) *snowball sampling* yakni teknik pengambilan sampel data yang pada awalnya jumlahnya sedikit, makin lama semakin besar, ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala psikologi. Menurut Azwar (2019) skala psikologi adalah alat yang berupa pernyataan atau pertanyaan yang digunakan untuk mengukur dan menentukan atribut psikologis responden.

Dalam penelitian ini terdapat 3 skala yang akan digunakan, yaitu *Fear of Missing Out Scale* (FoMOs) dari Przybylski (2013) yang diadaptasi oleh peneliti, *Conformity Scale* dari Mehrabian dan Stefl (1995) yang diadaptasi oleh peneliti, kemudian *Impulsive Buying Tendency Scale* (IBTS) diadopsi dari Muharsih (2025) yang dikembangkan dari teori Verplanken dan Herabdi (2001). Dalam pelaksanaannya skala psikologi akan disebarkan secara *online* yaitu dengan menggunakan *google form*. Ketiga skala tersebut berbentuk pernyataan, lalu jenis skala yang digunakan dalam ketiga skala adalah skala *likert*.

Skala *likert* terdapat dua jenis aitem, yaitu *favorable* (F) dan *unfavorable* (UF). Menurut Azwar (2017) *favorable* adalah pertanyaan/pernyataan yang isinya mendukung atau menunjukkan

aspek/dimensi dari variabel yang hendak diukur. Sedangkan, *unfavorable* adalah pertanyaan/pernyataan yang isinya tidak mendukung atau tidak menggambarkan aspek/dimensi dari variabel yang hendak diukur (Azwar, 2017).

a. Skala Pembelian Impulsif

Untuk mengukur variabel pembelian impulsif, skala yang digunakan mengacu pada disertasi Muharsih (2025) diukur menggunakan *Impulsive Buying Tendency Scale* (IBTS) dari Verplanken dan Herabadi (2001). Skala terdapat 2 Aspek yaitu aspek kognitif dan aspek afektif. Aitem pada skala ini berjumlah 11 aitem

Tabel 3. 1 *Blueprint* IBTS

Aspek	Nomor aitem		Jumlah aitem
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Kognitif	4, 5, 6	1, 2, 3	6
Afektif	7, 8, 9, 10, 11	-	5
Jumlah aitem			11

Tabel 3. 2 Distribusi Skor Aitem Skala IBTS

Kategori Jawaban	Skor <i>Favorable</i>	Skor <i>Unfavorable</i>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	7
Tidak Setuju (TS)	2	6
Cukup Setuju (CS)	3	5
Netral	4	4
Cukup Setuju	5	3
Setuju (S)	6	2
Sangat Setuju (SS)	7	1

Kategori jawaban yang digunakan dalam suatu survei atau kuesioner untuk mengukur pendapat responden terhadap suatu

pernyataan. Setiap kategori jawaban memiliki skor yang berbeda, di mana skor yang lebih tinggi (7 untuk "Sangat Setuju") menunjukkan pandangan yang lebih positif atau *favorable*, sedangkan skor yang lebih rendah (1 untuk "Sangat Tidak Setuju") menunjukkan pandangan yang lebih negatif atau *unfavorable*.

b. Skala *Fear of Missing Out*

Skala yang digunakan adalah *Fear of Missing Out Scale* (FoMOS) dari Przybylski (2013). Serta terdapat 2 aspek yaitu, *self* dan *relatedness*. Aitem pada skala ini berjumlah 10 aitem.

Tabel 3. 3 *Blueprint* FoMOS

Aspek	Indikator	Nomor aitem	Jumlah aitem
<i>Relatedness</i>	Rasa ingin terhubung dengan orang lain dan ingin memiliki kesempatan lebih untuk	1,2,3,4,5,6,9	7
<i>Self</i>	Tidak dapat membaur dengan orang lain. Individu cenderung menyalurkan melalui internet untuk menapatkan berbagai macam informasi dan berhubungan dengan orang lain	7,8,10	3
Jumlah aitem			10

Tabel 3. 4 Distribusi Skor Aitem Skala FoMOS

Kategori Jawaban	Skor <i>Favorable</i>	Skor <i>Unfavorable</i>
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Cukup Setuju (CS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Kategori jawaban yang digunakan dalam suatu survei atau kuesioner untuk mengukur pendapat responden terhadap suatu pernyataan. Setiap kategori jawaban memiliki skor yang berbeda, di mana skor yang lebih tinggi (5 untuk "Sangat Setuju") menunjukkan pandangan yang lebih positif atau *favorable*, sedangkan skor yang lebih rendah (1 untuk "Sangat Tidak Setuju") menunjukkan pandangan yang lebih negatif atau *unfavorable*.

c. Skala Konformitas Teman Sebaya

Skala yang digunakan adalah *Conformity Scale* dari Mehrabian dan Stell (1995) Serta terdapat 3 aspek yaitu keinginan meniru kelompok, bergabung untuk menghindari konflik dan memicu pengikut kelompok. Skala ini berjumlah 11 aitem, semua aitem skala ini bersifat *favorable* dan *unfavorable*.

Tabel 3. 5 *Blueprint Conformity Scale*

Aspek	Nomor aitem		Jumlah aitem
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
Keinginan meniru kelompok	1, 5, 8, 10		4
Bergabung untuk menghindari konflik	6	2, 7, 11	4
Memicu pengikut kelompok	3, 4	9	3
Jumlah aitem			11

Tabel 3. 6 Distribusi Skor Aitem *Conformity Scale*

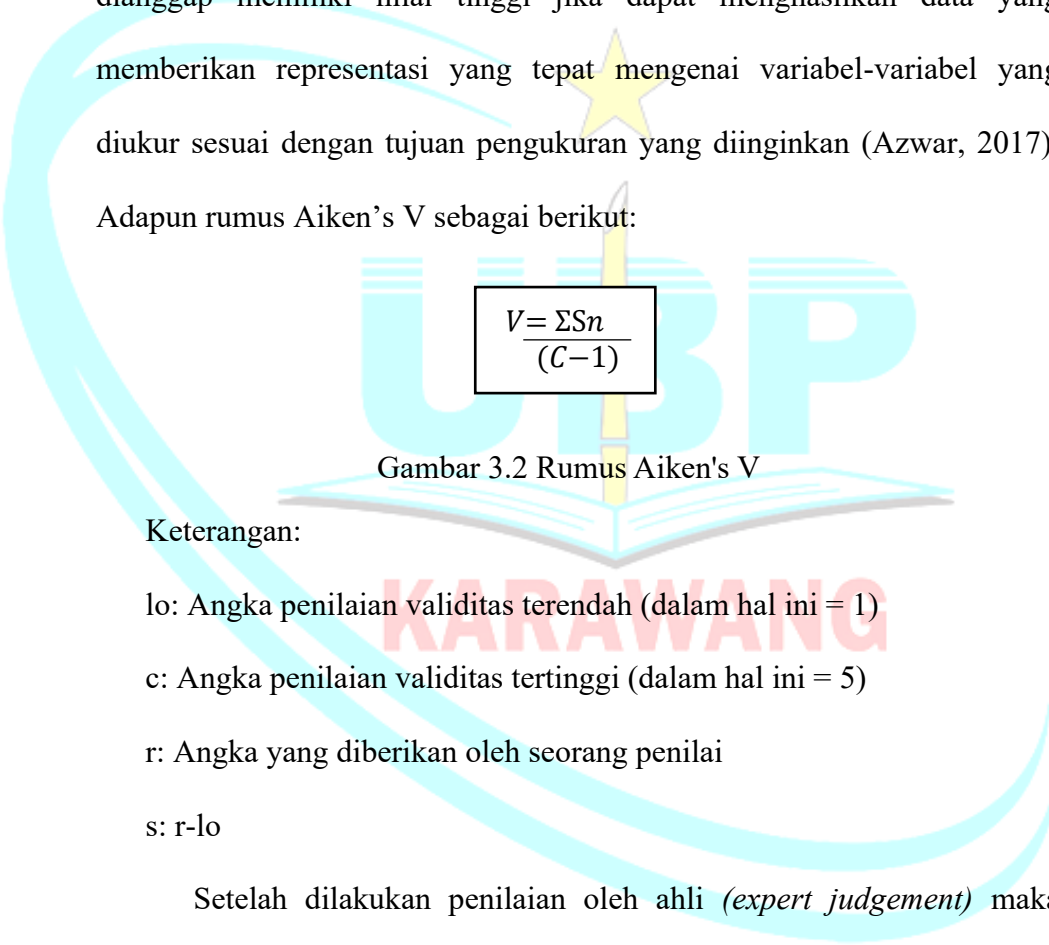
Kategori Jawaban			Skor <i>Favorable</i>	Skor <i>Unfavorable</i>
Sangat Tidak Setuju (STS)			1	4
Tidak Setuju (TS)			2	3
Setuju (S)			3	2
Sangat Setuju (SS)			4	1

Kategori jawaban yang digunakan dalam suatu survei atau kuesioner untuk mengukur pendapat responden terhadap suatu pernyataan. Setiap kategori jawaban memiliki skor yang berbeda, di mana skor yang lebih tinggi (4 untuk "Sangat Setuju") menunjukkan pandangan yang lebih positif atau *favorable*, sedangkan skor yang lebih rendah (1 untuk "Sangat Tidak Setuju") menunjukkan pandangan yang lebih negatif atau *unfavorable*.

E. Metode Analisis Instrumen

1. Uji Validitas Isi

Validitas adalah instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Validitas merupakan alat ukur yang valid dengan hasil pengukuran yang sesuai dengan maksud dan tujuan dari pengukuran tersebut. Suatu ukuran dianggap memiliki nilai tinggi jika dapat menghasilkan data yang memberikan representasi yang tepat mengenai variabel-variabel yang diukur sesuai dengan tujuan pengukuran yang diinginkan (Azwar, 2017). Adapun rumus Aiken's V sebagai berikut:



$$V = \frac{\sum Sn}{(C-1)}$$

Gambar 3.2 Rumus Aiken's V

Keterangan:

lo: Angka penilaian validitas terendah (dalam hal ini = 1)

c: Angka penilaian validitas tertinggi (dalam hal ini = 5)

r: Angka yang diberikan oleh seorang penilai

s: r-lo

Setelah dilakukan penilaian oleh ahli (*expert judgement*) maka tahapan berikutnya adalah uji coba aitem (*try out*).

2. Analisis Aitem

Metode koefisien korelasi aitem total digunakan untuk melakukan uji analisis aitem dalam penelitian ini. Koefisien korelasi aitem total

menunjukkan kesesuaian fungsi aitem dengan fungsi skala dalam mengungkapkan perbedaan individu (Azwar, 2018). Menurut kriteria, item skala dianggap valid jika nilai $r_{ix} \geq 0,30$. Jika nilai $r_{ix} \leq 0,30$ sehingga aitem skala tersebut dianggap gugur (tidak valid). Analisis data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program *software* SPSS versi 25.0 *for windows*.

3. Reliabilitas

Menurut Azwar (2019) reliabilitas berhubungan dengan akurasi instrumen dalam mengukur apa yang diukur, kecermatan hasil ukur dan seberapa akurat seandainya dilakukan pengukuran ulang. Azwar juga menyatakan reliabilitas sebagai konsistensi pengamatan yang diperoleh dari pencatatan berulang baik pada suatu objek maupun sejumlah subjek. Pada penelitian ini peneliti melakukan pengujian dengan menggunakan teknik varians *Alpha Cronbach* yang dibantu menggunakan aplikasi IBM SPSS *statistics version 25.0* yang mengacu pada koefisien reliabilitas *Guilford*. Adapun kriteria yang digunakan untuk menginterpretasikan hasil perhitungan reliabilitas :

Tabel 3.7 Reliabilitas

Koefisien Relibilitas	Interpretasi
> 0.9	Sangat Reliabel
0.7 – 0.9	Relibel
0.4 – 0.7	Cukup Reliabel
0.2 – 0.4	Kurang Reliabel
< 0.2	Tidak Reliabel

Kriteria yang dibagi menjadi lima kategori yaitu, sangat reliabel ($>0,9$) yang menunjukkan konsistensi sangat tinggi, reliabel ($0,7-0,9$) yang masih dapat diandalkan, cukup reliabel ($0,4-0,7$) yang menunjukkan keandalan yang memadai tetapi memerlukan perbaikan, kurang reliabel ($0,2-0,4$) yang menunjukkan tingkat keandalan rendah dan tidak reliabel ($<0,2$) yang menunjukkan hasil yang sangat tidak konsisten.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Sugiyono (2022) menyebutkan bahwa penggunaan statistik parametris pada setiap variabel yang akan digunakan harus berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* untuk menguji normalitas data. Perhitungan yang dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat signifikansi 5% atau $> 0,05$, yang menunjukkan bahwa data dapat dianggap berdistribusi normal, begitupun sebaliknya. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS *for windows* versi 25.

2. Uji Linieritas

Menurut Sugiyono (2019) mengatakan bahwa uji linearitas dilakukan untuk mengkonfirmasi linearitas hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas. Pengambilan keputusan linearitas adalah *sig.deviation from linearity* dengan klasifikasi jika nilai lebih besar atau sama dengan 0,05,

maka data linier atau ada hubungan linier, sebaliknya jika nilainya lebih kecil atau kurang dari 0,05, maka data tidak linier.

3. Uji Hipotesis (Regresi Linear Berganda)

Menurut Sugiyono (2021) analisis regresi linear berganda digunakan untuk memprediksi keadaan (naik dan turun) variabel terikat (*dependent*) ketika nilai variabel bebas meningkat atau menurun. Analisis ini digunakan karena dalam penelitian terdapat dua variabel bebas yaitu (X_1) FoMO dan (X_2): konformitas serta satu variabel terikat yaitu (Y) pembelian impulsif. Karena dalam penelitian ini terdapat 2 variabel bebas maka dilakukan uji parsial (uji T) dan uji Simulan (uji F).

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (uji T) digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2021). Pengambilan hipotesis dalam uji parsial adalah:

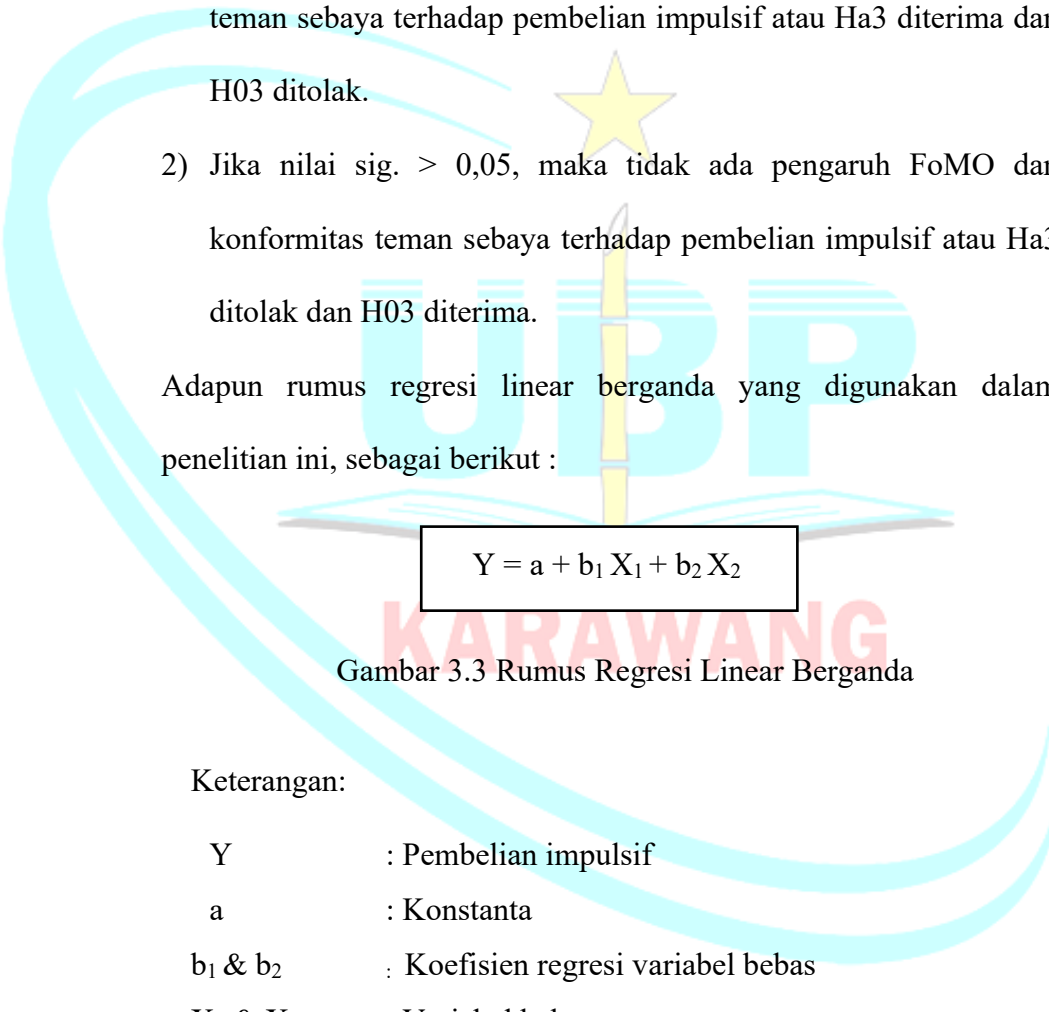
- 1) Jika nilai sig. $< 0,05$, maka ada pengaruh FoMO terhadap pembelian impulsif atau H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak.
- 2) Jika nilai sig. $> 0,05$, maka tidak ada pengaruh FoMO terhadap pembelian impulsif atau H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima.
- 3) Jika nilai sig. $< 0,05$, maka ada pengaruh konformitas terhadap pembelian impulsif atau H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.
- 4) Jika nilai sig. $> 0,05$, maka tidak ada pengaruh konformitas terhadap pembelian impulsif atau H_{a2} ditolak dan H_{02} diterima.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama sama (Sugiyono, 2021).

- 1) Jika nilai sig. < 0,05, maka ada pengaruh FoMO dan konformitas teman sebaya terhadap pembelian impulsif atau Ha3 diterima dan H03 ditolak.
- 2) Jika nilai sig. > 0,05, maka tidak ada pengaruh FoMO dan konformitas teman sebaya terhadap pembelian impulsif atau Ha3 ditolak dan H03 diterima.

Adapun rumus regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut :



$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Gambar 3.3 Rumus Regresi Linear Berganda

Keterangan:

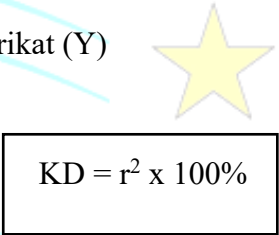
- Y : Pembelian impulsif
- a : Konstanta
- b_1 & b_2 : Koefisien regresi variabel bebas
- X_1 & X_2 : Variabel bebas.

Uji regresi berganda dilakukan dengan analisis *software* SPSS versi 25.0 *for windows* 64-bit. Atas dasar pengambilan keputusan, jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), maka dapat dikatakan ada pengaruh antara variabel penelitian.

G. Teknik Analisis Data Tambahan

1. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2021) koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Besarnya nilai R berkisar 0-1, semakin besar mendekati angka 1 nilai R tersebut maka semakin besar pula variabel bebas (X) mampu menjelaskan variabel terikat (Y)



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

Gambar 3.4 Rumus Koefisien Determinasi :

Keterangan :

KD : Koefisien determinasi

r^2 : Koefisien korelasi

2. Uji Kategorisasi

Menurut Azwar (2015), tujuan dari kategorisasi ordinal adalah untuk mengelompokkan individu ke dalam kategori-kategori yang memiliki tingkatan berdasarkan suatu kontinum yang ditentukan oleh atribut yang diukur. Perhitungan uji kategorisasi ini dihitung berdasarkan satuan standar deviasi (σ), satuannya mean (μ) dan nilai hitung responden (X) dengan menggunakan bantuan software IBM SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) version 25.0 for windows.

Adapun rumus kategorisasi menurut Azwar (2017) yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. 8 Rumus Kategorisasi

Rumus	Kategori
$X < M - 1SD$	Rendah
$M - 1SD < X < M + 1SD$	Sedang
$M + 1SD < X$	Tinggi

