

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *descriptive research* dan *verificative research*. Menurut Sugiyono (2012:29) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Sedangkan metode verifikatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012:55).

3.2 Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, jenis data yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data primer

Data yang diperoleh secara langsung dari Mahasiswa FEB Universitas Lampung melalui kuisioner yang disebarakan langsung. Berisi pertanyaan terkait penelitian yang dilakukan yaitu mengenai pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap *impulse buying* dalam belanja *online*.

2. Data sekunder

Data yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti literatur, artikel dari surat kabar, tulisan ilmiah, jurnal-jurnal atau publikasi dari internet yang dapat memberikan informasi pendukung bagi penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2000). Populasi penelitian adalah semua Mahasiswa FEB Universitas Lampung yang pernah melakukan *impulse buying* dalam belanja *online*.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012: 81) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menentukan jumlah sampel dilakukan sebuah teknik sampling. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel.

Penarikan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *non probability sampling* dimana jumlah populasinya tidak diketahui. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu. Kriteria yang

digunakan adalah Mahasiswa FEB Universitas Lampung yang pernah melakukan *impulse buying* dalam belanja *online*.

Menentukan sampel yang populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui, dapat menggunakan rumus menurut Rao Purba (2006) dalam Kharis (2011:50) sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan penentuan sampel 95% atau 1,96

Moe = Tingkat kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 10%

Maka dari perhitungan rumus diperoleh:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,4}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96,04. Jadi, jumlah sampel yang diambil adalah minimal 96 namun untuk memudahkan maka dibulatkan menjadi 100.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data sebagai berikut :

1. Kuesioner

Metode ini dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan yang bersifat tertutup dan terbuka kepada responden. Pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertutup diukur dengan menggunakan skala likert dengan skala 1-5, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

2. Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan cara mempelajari literatur dan sumber pustaka yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3.5 Deskripsi Operasional Variabel

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi yang tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:59). Berkaitan dengan penelitian ini, variabel penelitian terbagi menjadi dua yang terdiri dari variabel dependen dan variabel independen, sebagai berikut :

3.5.1 Variabel dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Hakikat sebuah masalah (*the nature of a problem*) mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti

(Ferdinand, 2006:26). Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah *impulse buying*.

3.5.2 Variabel independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah faktor internal dan faktor eksternal. Berikut adalah tabel definisi operasional variabel sebagai berikut :

Tabel 3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Pernyataan
Faktor Internal (X1)	Faktor yang berasal keadaan kognitif dan keadaan afektif seseorang seperti kesenangan, kegembiraan, dan rasa beresalah seseorang. Verplanken dan Herbaadi (2001)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berpikir cermat sebelum membeli sesuatu 2. Sulit berpaling ketika melihat produk yang disukai tanpa membeli. 3. Terkadang tidak bisa menekan perasaan ingin membeli sesuatu. 4. Melihat sesuatu yang baru, ingin membelinya. 5. Melihat sesuatu yang menarik setiap mengunjungi toko <i>online</i>. 6. Sangat bersemangat jika melihat sesuatu yang diinginkan.
Faktor Eksternal (X2)	Suatu stimuli yang dikontrol oleh pemasar dalam upaya untuk menarik minat konsumen agar melakukan pembelian. Youn dan Faber (2000)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli produk saat terdapat hadiah gratis. 2. Spontan membeli produk jika melihat promosi <i>buy one get one</i>. 3. Reflek membeli ketika melihat <i>display</i> produk yang menarik. 4. Harga diskon melatar belakangi melakukam pembelian impulsif. 5. Merasa sulit melewatkan harga murah. 6. Membeli produk ketika terdapat gratis biaya pengiriman.

Tabel 3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operansional (Lanjutan)

<i>Impulse Buying</i> (Y)	Suatu kondisi yang terjadi ketika individu mengalami perasaan terdesak secara tiba-tiba yang tidak dapat dilawan. Solomon dan Rabolt (2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli hanya produk yang sudah direncanakan saja (daftar belanja. 2. Membeli produk hanya yang disukai saja. 3. Kurang memperhatikan harga ketika berbelanja. 4. Sering membeli produk secara spontan. 5. Terkadang membeli produk karena rasa tertarik, bukan karena membutuhkannya. 6. Saya merupakan pembeli yang impulsif.
--	--	---

3.6 Alat dan Prosedur Pengumpulan Data

Alat dan prosedur pengumpulan data dalam pengisian kuesioner tentang pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap *impulse buying* dalam belanja *online* diukur dengan skala Likert. Skala Likert yaitu skala yang membuat responden untuk menentukan tingkat setuju dan ketidaksetujuan setiap pertanyaan yang ada didalam kuesioner (Malhotra, 2007). Variabel dihitung dengan memberikan skala pada masing-masing jawaban. Pemberian skala ditentukan dengan menggunakan skala Likert seperti tabel berikut :

Tabel 3.2. Skala Likert

No.	Pilihan Konsumen	Skala
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan kesesuaian data dengan masalah yang ingin dipecahkan. Menunjukkan tentang sifat suatu alat ukur dalam pengertian apakah suatu alat ukur cukup kuat akurat, stabil, dan konsisten dalam mengukur apa yang ingin diukur (Nazir, 2005:394). Pada penelitian ini, uji validitas menggunakan metode analisis faktor apabila hasil model analisis faktor menunjukkan signifikan dibawah 0,05 dan Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy (MSA) minimal 0,5 dinyatakan valid (Priyatno, 2012:110).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005 dalam Kharis, 2011:54). Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara one shot atau pengukuran sekali saja. Disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain. SPSS (*Statistical Package for Social Science*) memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Crobach Alpha dengan nilai crobach's $> 0,60$ dapat dikatakan reliabel.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Kualitatif

Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan ciri-ciri konsumen dan variabel penelitian (Pengabdian, 2011:59) sifatnya tidak dapat dihitung berupa informasi atau penjelasan yang didasarkan pada pendekatan teoritis dan penelitian logis. Analisis kualitatif menganalisis permasalahan dan mencari jalan pemecahan masalah dengan menggunakan data yang terkumpul dari hasil kuesioner yang dihubungkan dengan teori pemasaran atau pendekatan yang berkaitan dengan *impulse buying*.

3.8.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Setelah uji validitas dan reabilitas maka teknik analisis yang dilakukan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 19. Alat uji regresi linier berganda dimaksudkan untuk melihat seberapa besar pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = *Impulse Buying*

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X_1 = Faktor Internal

X_2 = Faktor Eksternal

e = Error

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali 2005 dalam Kharis, 2011:60). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis nol diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis nol ditolak (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.9.2 Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2005 dalam Kharis, 2011:60). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$).

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinan (R^2) adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. (Ghozali 2005 dalam Kharis, 2011:59).