

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan merupakan suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada di lapangan (Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, 2019, hal. 58).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan untuk mengukur variabel bebas dan terikat dengan angka-angka yang diolah melalui analisis statistik. Pendekatan kuantitatif dipilih oleh peneliti untuk menganalisis pengaruh display produk dan promosi terhadap pembelian impulsif Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin secara *online*.

##### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Jl. Ahmad Yani Km 4,5 Telp. (0511) 3252829: Fax (0511) 3254344 Banjarmasin.

### **C. Data dan Sumber Data**

#### **1. Data Primer**

Data Primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, 2019, hal. 65). Penelitian ini menggunakan data Primer karena datanya diperoleh dari sumber pertama atau didapat langsung dari responden melalui pengisian kuesioner yang dibagikan oleh peneliti.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, 2019, hal. 66). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui dokumentasi.

### **D. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Menurut (Arikunto, 2019, hal. 123) Populasi adalah jumlah keseluruhan subjek penelitian. Keseluruhan subjek penelitian disebut juga sebagai populasi penelitian. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 UIN Antasari Banjarmasin yang masih aktif ditahun akademik 2021/2022 yaitu sebanyak 8.400 orang.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2014, hal. 99) Prosedur yang kemudian digunakan untuk pengumpulan data adalah teknik *non probability sampling*, yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Kemudian digunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling*, didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Sugiyono, 2019, hal. 112) yaitu mahasiswa S1 UIN Antasari Banjarmasin, yang terdiri dari lima fakultas, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah, Fakultas Ushuluddin dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Adapun penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Slovin yaitu menentukan sampel dari suatu populasi dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N_e^2}$$

Di mana :

n	=	Jumlah sampel
N	=	Ukuran Populasi
e	=	Batas Kesalahan (10%)

Sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel dapat ditentukan dengan cara:

$$n = \frac{8.400}{1 + 8400 (0,1^2)} = \frac{8400}{85} = 98,82 = 99$$

Berdasarkan perhitungan, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 99 orang.

### **E. Instrumen Penelitian**

Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner yang disebarkan kepada responden berisi sejumlah daftar pertanyaan secara tertulis untuk memperoleh informasi dari responden dengan menggunakan skala Likert. Menurut Sarjono dan Julianita skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, di mana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menjadikan item-item pertanyaan (Sarjono & Julianita, 2018, hal. 67). Skala likert mempunyai tingkatan dari sangat positif menjadi sangat negatif, biasanya menggunakan kata-kata berupa sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Skala likert dengan empat alternatif jawaban dirasakan sebagai hal yang paling tepat. Jika menggunakan skala likert dengan lima alternatif jawaban atau lebih, maka akan membuat hasil menjadi rancu, karena dalam kenyataannya dilapangan, sebagian besar responden akan memilih jawaban netral, dan sangatlah sulit memberikan kriteria penilaian pada jawaban netral. Dalam penelitian ini para

responden diminta memberikan jawaban dengan tanda silang (X) atau tanda centang (√) pada jawaban yang dipilih, di mana:

1. Jawaban sangat setuju diberi skor 5
2. Jawaban setuju diberi skor 4
3. Jawaban cukup setuju diberi skor 3
4. Jawaban tidak setuju diberi skor 2
5. Jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1

Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan informasi terkait dengan displai produk, promosi dan pembelian impulsif Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin secara *online*. Untuk lebih jelasnya mengenai instrument dalam penelitian dapat dilihat pada kisi-kisi berikut ini:

Tabel 3. 1  
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel/ Teori	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Displai Produk (X1) (Amelia, 2019, hal. 15)	<i>Window</i> displai	- <i>online shop</i> menampilkan produk dengan sangat detail - <i>online shop</i> menampilkan produk sesuai <i>real pic</i> - Tulisan yang ditampilkan dapat dibaca dengan jelas	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan Skala Likert
	<i>Interior</i> displai	- <i>online shop</i> menampilkan produk sesuai dengan kategori - Kategori peoduk yang ditampilkan <i>online shop</i> bisa diatur sesuai dengan pencarian konsumen	
Promosi (X2) (Kotler & Amstrong,	Periklanan ( <i>Advertising</i> )	- Saya sering melihat iklan produk dari toko <i>online</i> saat menggunakan internet	Diukur melalui kuesioner dengan

Variabel/ Teori	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
2012, hal. 433)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saya sering melihat iklan produk dari toko <i>online</i> saat menggunakan <i>facebook</i></li> <li>- Saya sering melihat iklan produk dari toko <i>online</i> saat menggunakan <i>Instagram</i></li> <li>- Iklan yang ditampilkan pada billboard membuat saya langsung mencari tahu mengenai produk tersebut</li> </ul>	menggunakan Skala Likert
	Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Besarnya diskon yang diberikan toko menjadi pertimbangan utama saya</li> <li>- Saya mempertimbangkan gratis ongkir yang diberikan toko</li> <li>- Voucher belanja yang saya miliki menjadi penyebab saya belanja</li> <li>- Toko <i>online</i> menampilkan demonstrasi penggunaan produk yang menarik bagi saya</li> </ul>	
Pembelian impulsif (Y) (Piron, 1991)	Tidak direncanakan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiba-tiba membeli produk setelah menjelajah aplikasi belanja <i>online</i></li> <li>- Tiba-tiba membeli produk karena harganya sangat murah</li> <li>- Membeli produk karena iklan yang tiba-tiba muncul saat menjelajah aplikasi belanja <i>online</i></li> </ul>	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan Skala Likert
	Hasil dari ekspose stimulus	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membeli produk setelah melihat <i>comment</i> pembeli terdahulu yang ditampilkan <i>online shop</i></li> <li>- Membeli produk karena <i>online shop</i> memiliki rating bintang lima</li> <li>- Membeli produk setelah melihat spesifikasi yang di tampilkan <i>online shop</i></li> </ul>	
	Diputuskan dilokasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membeli produk setelah melihat perbedaan harga</li> </ul>	

Variabel/ Teori	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
		produk yang cukup besar dari <i>online shop</i> lain - Membeli produk karena fungsi produk yang unik - Langsung membeli produk saat sedang menjelajah aplikasi belanja <i>online</i>	

## F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa teknik, yaitu :

### 1. Angket (*Questionnaire*)

Metode penghimpunan data yang dipergunakan peneliti adalah angket. Angket merupakan sekumpulan daftar pertanyaan yang dirancang secara tertata, kemudian dikirim atau disebarkan kepada responden untuk diisi atau di jawab. Sesudah itu angket dikembalikan kepada peneliti. (Bungan, 2011)

### 2. Dokumentasi

Teknik penghimpunan data yang diselenggarakan dengan cara menghimpun beragam catatan atau arsip tertulis dalam wujud referensi, jurnal dan lainnya yang memiliki kaitan dengan penelitian terutama data-data berkenaan dengan UIN Antasari Banjarmasin, seperti :

- a. Sejarah singkat
- b. Visi dan Misi
- c. Struktur organisasi
- d. Sumber Daya Manusia

e. Jumlah Mahasiswa

## **G. Teknik Analisis Data**

Teknik analisa dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis diskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif yaitu suatu metode penelitian yang bersifat menggambarkan kenyataan atau fakta sesuai dengan data yang diperoleh dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh display produk dan promosi terhadap pembelian impulsif Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin secara *online* (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, 2019, hal. 76).

Guna mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian, maka diperlukan pengujian, yaitu:

### **1. Uji Validitas Data**

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, 2019, hal. 172). Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan angket tertutup dengan jawaban sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Setiap jawaban diberi skor terlebih dahulu. Untuk mengukur tingkat validitas, tiap butiran angket digunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut (Arikunto, Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik, 2019, hal. 213) :

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- $r_{xy}$  = Angka indeks korelasi “r” atau product moment  
 $N$  = Number of cases  
 $\Sigma XY$  = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan skor Y  
 $\Sigma X$  = Jumlah seluruh skor X  
 $\Sigma Y$  = Jumlah seluruh skor Y

Suatu instrumen dikatakan valid, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka dikatakan tidak valid sehingga tidak dapat dipergunakan dan dihilangkan dalam analisis. Alasan digunakan rumus tersebut adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan sebuah instrumen. Pengujian validitas item dengan korelasi pearson yaitu dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total item, kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi (Priyatno, 2017, hal. 51). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig.0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid) harus di buang karena harga  $r_{hitung}$  untuk butir-butir soal tersebut lebih kecil dibandingkan  $r_{tabel}$ .

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas itu berkaitan dengan konsistensi skor, artinya kemampuan instrument atau tes untuk menghasilkan skor yang mendekati sama dari setiap individu dan kapan saja apabila dilakukan pengujian ulang. Reliabilitas berarti ketepatan atau dapat dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS dengan teknik belah dua (*split half*) dengan rumus *Spearman Brown*, yaitu (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, 2019, hal. 185):

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

$r_i$  = Reliabilitas internal seluruh instrumen

$r_b$  = Korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan program SPSS menggunakan menu analisis *Scale*. Butir pertanyaan yang ada pada instrumen angket diuji reliabilitasnya agar mendapatkan skala pengukuran instrumen yang baik. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada *output statistic*, apabila nilai *cronbach alpha* di atas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut reliabel (Priyatno, 2017, hal. 98).

## 3. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini juga menggunakan uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi

tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Santoso, 2014, hal. 358). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji Normalitas Data, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas berguna pada tahap awal dalam metode pemilihan analisis data. Adapun ketentuan dalam uji normalitas data adalah:

- 1) Jika data normal, maka digunakan statistik parametrik,
- 2) Jika data tidak normal, gunakan statistik nonparametrik.

Tujuan uji normalitas data ini adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian ini diperlukan karena untuk melakukan uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal (Erlina & Mulyani, 2018, hal. 103).

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik *Kolmogrov-Smirnov (K-S)*” (Ghozali, 2016, hal. 115). Uji K-S dibuat dengan membuat hipotesis :

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

Bila  $\text{sig} > 0,05$  dengan  $\alpha = 5\%$ , berarti distribusi data normal (Ho diterima), sebaliknya bila  $\text{sig} < 0,05$  dengan  $\alpha = 5\%$ , berarti distribusi data tidak normal (Ha diterima).

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variabel residual tersebut tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas (Ghozali, 2016, hal. 105). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID).

Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *Scaterplot* antara nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya. Dasar yang digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas antara lain :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### c. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi di antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2016, hal. 91). Pengujian ada tidaknya gejala multikolinieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*) dan Toleransinya. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- 1) Menganalisis matrik korelasi variabel – variabel independen, jika di antara variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas.
- 2) Multikolinieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation faktor* (VIF), nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance*  $< 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $> 10$

## 4. Uji Hipotesis

### 1) Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono analisis regresi ganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi

(dinaik turunkan nilainya). Model analisis ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel tidak bebas. Persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, 2019, hal. 275):

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

Keterangan:

Y	=	Pembelian impulsif
X1	=	Displai Produk
X2	=	Promosi
e	=	Penambahan variabel bebas

## 2) Uji t

Uji signifikansi parameter individual (uji statistik t) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016, hal. 95). Pengujian secara parsial ini dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansi t dari hasil pengujian dengan nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini. Cara pengujian parsial terhadap variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih kecil dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu sebesar 5 persen maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

b) Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih besar dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu sebesar 5 persen maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

### 3) Uji F

Uji F digunakan menguji signifikansi pengaruh variabel X secara terhadap Y secara bersama-sama dengan formulasi sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R)^2/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

R : Koefisien korelasi ganda  
 k : Jumlah variabel independen  
 n : Jumlah anggota sampel

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah :

- a) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak.
- b) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima.

Berdasarkan dasar signifikan, kriterianya adalah :

Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka signifikan.

Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka tidak signifikan.