

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

jenis penelitian *Field Research* yang ditujukan guna mencari fakta serta fenomena yang ada perilaku *Impulse Buying* generasi Z sekarang ini. Dan juga jenis penelitian yang memakai informasi yang didapatkan yang berasal dari respondennya dengan menggunakan pengumpulan datanya melalui wawancara, kuesioner, observasi dan lainnya (Rahmadi, 2011, hlm. 15).

Pendekatan penelitiannya berjenis kuantitatif adapun sifatnya yaitu penelitian yang memiliki maksud guna memberi penjelasan variabelnya serta hubungannya.

Penelitian ini dimaksudkan guna melihat pengaruh *Flash Sale* dan *Tagline* Gratis Ongkir terhadap perilaku *Impulse buying* generasi Z pengguna *Marketplace* Shopee di Kota Banjarmasin

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Indonesia. Penentuannya yakni berdasar pada pengamatan peneliti yang mana perilaku *Impulse Buying* sudah tidak asing lagi dikalangan generasi Z.

Dalam penelitian kali ini lebih memudahkan peneliti untuk mendapat responden karena sesuai dengan domisili peneliti.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Arikunto (2016:26) memaparkan bahwasanya subjek penelitian adalah diberikannya pembatasan subjek dalam bentuk orang, hal ataupun benda pada variabel, dan yang dipermasalahkan. Adapun Subjeknya adalah Generasi Z di Kota Banjarmasin.

Menurut Sugiyono (2017) objek penelitian yakni artibut objeknya, orang atau fenomena dengan variasi variasi khusus yang telah ditetapkan guna dipelajari dan diambil kesimpulannya oleh peneliti. Objeknya yakni *Flash Sale, Tagline Gratis ongkir terhadap perilaku Impulse Buying generasi Z*

D. Populasi dan Sampel

Sugiyono (2017:80) menjelaskan populasi yakni wilayah generalisasi yang di dalamnya terdapat subjek atau objeknya dengan karakteristik yang telah ditentukan dan diambil kesimpulannya. Populasinya yakni generasi Z di Kota Banjarmasin dan tidak ada kepastian jumlah.

Sampel yakni bagian dalam jumlah dan karakteristik populasinya (Sugiyono, 2017:81). Penentuan sampelnya yakni memakai *Probability Sampling* yaitu *Simple Random sampling* yang menurut Sugiyono (2017) yakni teknik diambilnya sampel yang berasal pada populasi secara acak tanpa melihat strata pada populasinya.

Karena pada penelitian ini populasinya tidak tentu jumlahnya, ditetapkan jumlah sampelnya yakni dengan rumusan *Cochran* (Sugiyono: 2019:136)

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04 = 96 \text{ orang}$$

Keterangan:

n= sampel

z= harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p= peluang benar 50% = 0,5

q= peluang salah 50% = 0,5

e= margin error 10%

Berdasar pada perolehan tersebut sebesar 96,04 yakni bentuk pecahan dan menurut Sugiyono (2019:143) perhitungannya sebaiknya dilakukan pembulatan ke atas, jumlahnya yakni menjadi 96 responden.

E. Data dan Sumber Data

a) Data Primer

Data primer yakni jenis data yang didapatkan langsung pada kegiatan wawancara, observasi, kuesioner dan lainnya. Didapatkannya data tersebut yakni melalui penggalian data yang ditentukan sebelumnya (Riyanto & Hatmawan, 2020, hlm. 27).

Data tersebut di dapat dari Generasi Z di Kota Banjarmasin melalui pernyataan yang dimuat dalam Kuesioner dan langsung dibagikan kepada generasi Z menggunakan link *google form*.

b) Data Sekunder

Diperolehnya data sekunder oleh peneliti yakni dari buku buku, Jurnal Nasional maupun Jurnal Internasional, literatur maupun dokumen yang memiliki kaitan langsung dengan permasalahan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Tahapan ini menjadi bagian paling utama karena tujuannya yakni memperoleh data (Sugiyono, 2014b, hlm. 224). Tekniknya yakni melalui:

Dikarenakan populasi yang cukup besar dan tidak diketahui jumlahnya, pengumpulannya yakni melalui kuesioner yang dibuat melalui aplikasi *Google Form* dan disebarakan pada responden yang telah di tentukan dengan bentuk *short link*.

Penelitian ini menggunakan kuesioner jenis tertutup. Arikunto (2010:194) memaparkan bahwasanya kuesioner tertutup yakni disediakanya jawaban oleh peneliti dan dijawab sesuai pada keadaan yang dialami respondennya.

Skala yang digunakan yakni *likert*. Digunakannya skala tersebut yakni untuk melakukan pengukuran pada sikap, opini, serta persepsi seseorang atau kelompok pada fenomena sosial yang ada. Melalui skala tersebut, variabelnya dijadikan indikator variabel dan menjadi titik utama saat menyusun instrumennya dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan. Berikut adalah skalanya menurut (Sugiyono, 2015, hlm. 132–133):

1. Sangat Setuju (SS) = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Netral (N) = 3
4. Tidak Setuju (TS) = 2

5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

G. Variabel dan Instrumen penelitian

Menurut Sugiyono (2019:68) variabel penelitian yakni atribut seseorang, fenomena atau objek dengan variasinya untuk dipelajari serta diambil kesimpulannya. Variabel penelitiannya yakni bebas dan terikat. Variabel bebas yakni variabel yang menyebabkan perubahan variabel terikatnya, adapun variabel bebasnya yakni *Flash Sale* dan *Tagline Gratis Ongkir*, Variabel terikat yakni akibat variabel bebas, variabelnya yakni Perilaku Impulse Buying (Sugiyono, 2015, hlm. 61).

Tabel 3.1
Variabel dan Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Teori
1.	<i>Flash Sale</i> (X1)	Kualitas/Kemenarikan promosi	Kotler dan Keller
		Ketetapan dan Kesesuaian Promosi	
		Frekuensi Promosi	
		Waktu Promosi	
2.	<i>Tagline “ Gratis Ongkir”</i> (X2)	<i>Familiarity</i> (Keakraban)	Kotler dan Keller
		<i>Differentiation</i> (Perbandingan/perbedaan)	
		<i>Massage Of Value</i> (Pesan atau Nilai)	
3.	<i>Impulse</i>	Spontanitas	Dharmo (2018)

	<i>Buying</i> (Y)	<i>Disregard For Consequences</i> (Pembelian Tanpa Berpikir)	Dharmo (2018)
		<i>Out Of Control</i>	
		<i>Power, Compulsion, Intensity</i> (Perasaan menuntut seseorang membeli sesuatu)	

Sumber : Data diolah 2023

H. Teknik Analisis Data

Didapatkan data dalam bentuk angka yang setelahnya dilakukan analisis dengan teknik perhitungan statistik. Berikut merupakan metode analisisnya:

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas menurut (Sugiyono, 2019) yakni pengujian yang dilakukan guna melakukan pengukuran sah atau kevalidan kuesioner. Validnya kuesioner apabila bisa menerangkan variabel yang diukurnya. Tujuannya yakni melihat sejauh mana tingkatan ketepatan data yang ada dengan objek yang dilaporkan.

Pengujian signifikansinya yakni melalui perbandingan nilai r hitung dengan r tabel berdasar nilai $df=n-2$, n merupakan jumlah sampelnya. Dinyatakan valid jika r hitung melebihi r tabelnya dan bernilai positif, serta sebaliknya. Perhitungann yakni melalui aplikasi SPSS.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas yakni nilai yang memperlihatkan konsistensinya pada alat pengukuran yang digunakan pada fenomena yang sama, harusnya memiliki

nilai atau hasil yang konsisten (Abdullah, 2015, hlm. 260–261). Apabila *Cronbach-Alpha* $> 0,60$ dan kriterianya yakni:

- a. Jika *Cronbach-Alpha* $> 0,60$, item pertanyaanya dikatakan reliabel
- b. Jika *Cronbach-Alpha* $< 0,60$, item pertanyaanya dikatakan tidak reliabel

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini menjadi syarat yang wajib dijalankan dalam analisis regresi linear berganda melalui ordinary least square. Terdapat satu OLS satu variabel terikatnya, dan independen nya lebih dari satu. Menurut Ghozali (2018:159) guna menentukan ketepatannya, dibutuhkan beberapa asumsi klasik yakni:

a) Uji Normalitas

Dijalankannya uji normalitas yakni untuk menguji seluruh variabelnya terdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016, hlm 154). Jika tidak normal, maka pengujian hasil statistik yang didapatkan bisa menurun. Dilakukan melalui pengujian *One Sample Kolmogorov Smirnov* dengan ketentuannya yakni:

- 1) Apabila nilai signifikansi diatas (ϵ) 0,05 (5%) dinyatakan berdistribusi normal.
- 2) Apabila nilai signifikansi dibawah (δ) 0,05 (5%) ditanyakan tidak berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji model yang memiliki keterkaitan variabel bebasnya. Model yang baik, harusnya tidak ditemukan keterkaitan atau korelasi. Dalam hal ini dilakukan melalui perhitungan nilai *tolerance* dan VIF

nya, ketentuannya yakni *tolerance* > 0.10 dan VIF <10 dinyatakan tidak ada multikolinieritas (Ghozali, 2013, hlm. 105).

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk melihat apakah dalam model regresinya ditemukan tidaksamaan *variance* ditemukan ketidaksamaan *variance* pengamatan satu ke lainnya. Apabila nilainya tetap maka dinamai homoskedastisitas serta sebaliknya yakni heteroskedastisitas. Baiknya dalam model ini yakni homoskedastisitas. Pengukurannya yakni melalui *Uji Glejser*. Ketentuannya yakni apabila nilai signifikansinya melebihi 5% maka tidak ditemukan heteroskedastisitas dan sebaliknya (Ghozali, 2013, hlm. 139)

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini menjadi alat yang dipakai dengan tujuan meramalkan nilai pengaruh yang diberikan variabel bebas pada terikatnya guna memberi pembuktian ditemukannya hubungan kausal keduanya.

Persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen perilaku *Impulse Buying*

α : Konstanta

b1 : Koefisien regresi variabel *Flash Sale*

b2 : Koefisien regresi variabel *Tagline* gratis ongkir

X1 : Variabel independen *Flash Sale*

X2 : Variabel independen *Tagline* gratis ongkir

e : Error/ Margin pengganggu

4. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi (R^2) yakni dilakukan untuk melakukan pengukuran sejauh mana kemampuan modelnya dalam memberi keterangan variasi variabel terikatnya. Nilainya yakni antara 0 hingga satu. Semakin kecilnya nilai R^2 artinya yakni kemampuannya semakin terbatas dalam menjelaskan variabel dependennya. Apabila mendekati satu, maka semakin baik dan bisa memberi prediksi (Ghozali, 2013, hlm. 97).

5. Uji Hipotesis

Guna melihat sejauh mana pengaruh yang diberikan variabel bebasnya pada terkaitnya dibutuhkan pengujian hipotesis yang meliputi:

a) Uji T (Uji Parsial)

Pengujian ini bertujuan guna melihat pengaruh tiap variabel bebas pada terikatnya secara sendiri. Hal ini perlu dijalankan sebab tiap variabel bebas memberi pengaruh yang berbeda. Ditetapkan tingkatan signifikansinya yakni 0.5. Dilakukan perhitungan dengan membandingkan nilai t hitung dan tabelnya. Diambilnya keputusan yakni berdasar pada.

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ (5%) maka H_0 ditolak dan H_a di terima, artinya variabel independen memberikan pengaruh kepada variabel dependen.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$ (5%) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak memberi pengaruh kepada variabel dependen.

b) Uji F (Uji Simultan)

Uji F yakni pengujian yang diterapkan pada koefisien regresinya secara bersamaan atau simultan, tujuannya yakni guna melihat pengaruh keseluruhan variabelnya. Dalam hal ini dilihat melalui melihat dimana cara mendapatkannya yakni melalui tingkat signifikansi 5% atau melalui *degree freedom* = $k (n-k-1)$ yang kriterianya yakni:

- 1) H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$
- 2) H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$

Jika H_0 diterima, artinya bahwasanya tidak adanya pengaruh signifikan pada model yang didapatkan, karenanya membuat tidak signifikannya juga variabel lainnya (Sugiyono, 2014c, hal. 257)