

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif menggunakan metode penelitian korelasional yang ditujukan untuk mengidentifikasi korelasi serta taraf keterkaitan antara dua variabel atau lebih dengan tidak ada maksud untuk mengubah variabel tersebut, jadi tak ada manipulasi variabel yang terjadi. Fokus dari penelitian yang dilakukan yaitu untuk menggambarkan mahasiswa yang mengalami kecenderungan *impulsive buying* saat berbelanja secara *online*

Metode penelitian kuantitatif yaitu sebuah bentuk penelitian yang bertujuan untuk melakukan pencarian, pengembangan, serta pengujian kebenaran pengetahuan yang diproses dengan menerapkan metode ilmiah. Penelitian ini dilaksanakan secara obyektif dengan tujuan untuk menemukan, melakukan pengembangan, dan menguji ilmu melalui sejumlah prinsip serta teori yang telah disusun dengan sistematis yang dulakukan dengan proses yang intensif untuk melakukan generalisasi.¹

B. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini berada di dua lingkungan kampus. Yang pertama adalah lingkungan kampus UIN Antasari Banjarmasin 1 yang terletak di Jl. Ahmad Yani Km. 4,5 Kecamatan Banjarmasin Timur, Kalimantan Selatan.

¹ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Zifatama Publishing, 2016), 2.

Sedangkan yang kedua adalah lingkungan kampus UIN Antasari Banjarmasin 2 yang terletak di Jl. Pandarapan Guntung Manggis, Kemuning, Banjarbaru Selatan, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Adapun Kampus UIN Antasari memiliki lima Fakultas yang aktif, yakni Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, serta Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi yaitu kumpulan seluruh elemen yang memiliki informasi yang diperlukan dalam penelitian serta merupakan dasar dalam membuat kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasinya terdiri dari semua mahasiswa/i yang masih aktif di UIN Antasari Banjarmasin serta pernah melakukan pembelian secara *online*. Total mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin angkatan 2022/2023 yang aktif bisa diketahui melalui dari 3.1 di bawah ini.

Tabel 3.1 Jumlah Populasi Penelitian

No.	Fakultas	2022	Jumlah per-Fakultas
1	Ekonomi dan Bisnis Islam	250	250
2	Syariah	302	302
3	Dakwah dan Ilmu Komunikasi	269	269
4	Ushuluddin dan Humaniora	274	274
5	Tarbiyah dan Keguruan	879	879
Total		1974	1974

2. Sampel

Sampel merupakan bagian atau subset dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik yang serupa dengan populasi keseluruhan. Sampel ini dipilih menggunakan prosedur yang ditentukan agar bisa mewakili populasi tersebut.² Dalam penelitian ini, digunakan teknik pengambilan sampel *non-probability* dengan jenis *purposive sampling*.³ Teknik pengambilan sampel ini didasarkan pada kriteria tertentu, yakni:

- a. Mahasiswa aktif UIN Antasari Banjarmasin angkatan 2022,
- b. Berusia 18-23 Tahun,
- c. Pernah melakukan belanja *online* di *marketplace* (Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dll) selama 6 bulan terakhir.
- d. Sering mengunjungi *marketplace* (Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dll) ketika ingin berbelanja

Adapun penentuan jumlah populasi mahasiswa selama 1 angkatan sebanyak 1974 dalam penelitian ini menggunakan sampel dari angkatan 2022 sebanyak 1974 mahasiswa dengan menggunakan tabel Isac dan Michael,⁴ dengan taraf kesalahan 5% yaitu sebanyak 297 mahasiswa.

Dalam menentukan sampel dari masing-masing fakultas dihitung dengan menggunakan penghitungan di bawah ini:

² Sandu Sitiyo, *Dasar Metodologi Penelitian*, n.d., 64.

³ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Alfabeta, 2015), 7.

⁴ Jubilee Enterprise, "SPSS Untuk Pemula", (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014),

$$N = \frac{\text{Jumlah per Fakultas}}{\text{Jumlah keseluruhan}} \times \text{Kuota yang ditentukan}$$

Maka sampel yang akan dipakai masing-masing fakultas berjumlah:

1. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

$$879 / 1.974 \times 297 = 132$$

2. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

$$269 / 1.974 \times 297 = 40$$

3. Fakultas Ushuluddin dan Humaniora

$$274 / 1.974 \times 297 = 41$$

4. Fakultas Syariah

$$302 / 1.974 \times 297 = 46$$

5. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

$$250 / 1.974 \times 297 = 38$$

Tabel 3.2 Populasi dan Sampel

No	Fakultas	Populasi	Sampel
1	Ekonomi dan Bisnis Islam	250	38
2	Syariah	302	46
3	Ushuluddin dan Humaniora	274	41
4	Dakwah dan Ilmu Komunikasi	269	40
5	Tarbiyah dan Keguruah	879	132
TOTAL		1974	297

Setelah menghitung dengan menggunakan rumus yang telah disebutkan sebelumnya, diperoleh hasil sebagai berikut: terdapat 38 mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 46 mahasiswa dari Fakultas Syariah, 41 mahasiswa dari Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, 40 mahasiswa dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi, serta 132 mahasiswa sampel dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.

D. Data dan Sumber Data

Didasarkan sumbernya, data bisa dibedakan dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Data primer yaitu data yang di dapat langsung dari lokasi penelitian menggunakan teknik skala, yaitu skala modal psikologis.⁵ Data primer tersebut diperoleh melalui survey dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner.
2. Data sekunder, yaitu data yang didapatkan dari sumber kedua yang dibutuhkan ang didapat dari skripsi, jurnal, buku, serta literatur yang lainyang berkaaitan dengan tema yang diteliti.⁶

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, metode yang dipakai untuk mengumpulkan datanya yaitu menggunakan skala. Skala adalah metode pengukuran yang peneliti gunakan untuk melakukan pengukuran terhadap variabel yang sedang dikaji. Dengan menggunakan skala, peneliti dapat mendapatkan data yang selanjutkan akan

⁵ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Kencana, 2011), 132.

⁶ Bungin, 132

dilakukan analisis untuk mencapai tujuan penelitian.⁷ Skala yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu skala *impulsive buying*.

Dalam penelitian ini, dilakukan pengukuran skala memakai skala likert. Skala likert merupakan skala sikap yang terdiri dari sejumlah pertanyaan ataupun pernyataan untuk mengindikasikan sikap, seperti setuju ataupun tidak setuju pada sebuah item. Skala likert terdiri dari beberapa item, dan setiap item mempunyai empat pilihan tanggapan yang berbeda. Pemaparan hasil dari setiap tanggapan subjek tersaji dalam tabel berikut:

Tabel 3.3 Kategori Nilai Skor Dalam Setiap Jawaban

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

Menurut tabel di atas, angka 4 mengindikasikan tingkat persetujuan yang sangat tinggi (Sangat Setuju / SS), angka 3 mengindikasikan tingkat persetujuan yang baik (Setuju / S), angka 2 mengindikasikan ketidaksetujuan (Tidak Setuju / TS), serta angka 1 mengindikasikan ketidaksetujuan yang sangat tinggi (Sangat Tidak Setuju / STS). Skala ini ditentukan oleh responden langsung dengan menggunakan lembar kertas dan *Google Form*.

⁷ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 23.

1. *Impulsive buying*

Impulsive buying dapat dijelaskan sebagai pembelian yang tidak direncanakan, ditandai dengan pengambilan keputusan yang cepat saat melihat suatu produk dan tiba-tiba merasakannya sebagai kebutuhan atau tergoda oleh penawaran khusus. *Impulsive buying* mengacu pada kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian secara spontan, refleksif, tiba-tiba, dan otomatis.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala *impulsive buying* dari Verplanken & Herabadi yang telah diadaptasi oleh Dona Putri Andayani dalam skripsinya yang berjudul “Hubungan Antara *Impulsive Buying* Dengan Perilaku Berhutang Pada Masa Pandemi Covid-19” dari Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang. Skala ini terdiri dari 20 item yang terbagi menjadi 2 aspek, yaitu aspek kognitif dengan 10 item dan aspek afektif dengan 10 item. Informasi lebih rinci dapat ditemukan dalam Tabel 3.4.

Tabel 3.4 Blue Print *Impulsive Buying*

No.	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			Favourable	Unfavorable	
1.	<i>Cognitive</i>	Tidak adanya pertimbangan dan perencanaan saat membeli produk	3,9,10	1,2,4,5,6,7,8	10

2.	<i>Affective</i>	Perasaan senang dan gembira saat berhadapan dengan suatu barang, adanya dorongan untuk membeli produk dan kemungkinan penyesalan setelah membeli produk	11,12,13,15,16,17,18,19,20	14	10
----	------------------	---	----------------------------	----	----

F. Desain Pengukuran

Suatu tes dapat dikatakan sah, ketika suatu instrument dapat diukur secara akurat apa yang seharusnya diukur. Terdapat dua persyaratan yang semestinya dipenuhi untuk menetapkan kelayakan suatu instrument penelitian tersebut, yaitu:

1. Uji Validitas

Uji Validitas yaitu sebuah metode evaluasi yang digunakan untuk menentukan sejauh mana kuesioner yang digunakan dapat dianggap sah atau akurat. Kemampuan sebuah kuesioner untuk mencerminkan dan mengekspresikan informasi yang ingin diukur melalui pertanyaan-pertanyaan yang ada, menentukan apakah kuesioner tersebut dapat dianggap sah atau tidak.

Dalam skala *impulsive buying* pada skripsi Dona Putri Andayani tersusun atas 20 item, sesudah dilaksanakan pengujian validitas dinyatakan bahwa semua instrument item penelitian valid.

2. Uji Reliabilitas

Penggunaan Uji Reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa ukuran serta konsistensi responden ketika memberikan jawaban terhadap kuesioner selalu stabil serta tak berubah. Kuesioner ini merupakan cerminan konstruk sebagai dimensi sebuah variabel yang diwakili oleh pernyataan-pernyataan yang disusun. Setelah di ujikan reliabilitas pada skala *impulsive buying* oleh skripsi Dona Putri Andayani dilihat pada hasil *Alpa Cronbach* yaitu 0,899 , Bila nilai *Koefisien Alpha Cronbach* mendekati 1, dapat dikatakan bahwa reliabilitasnya tinggi. Sedangkan, jika nilai *Koefisien Alpha Cronbach* mendekati 0, maka reliabilitasnya semakin rendah. Sehingga dapat dikatakan skala *impulsive buying* layak digunakan sebagai instrument dalam penelitian.

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1 Teknik pengolahan data

Setelah mengumpulkan semua data yang diperlukan, langkah pertama yang harus dilakukan adalah memproses pengolahan data sebelum melanjutkan dengan analisis. Proses pengolahan data dalam penelitian ini terdiri dari langkah-langkah di bawah ini:

a. Editing

Pengeditan data adalah langkah penting dalam memeriksa data yang ditemukan di lapangan. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah data tersebut dapat dipercaya dan siap untuk digunakan dalam langkah

selanjutnya. Jika masih ada pertanyaan yang belum terjawab atau data yang belum lengkap, responden akan diminta untuk memberikan jawaban tambahan guna melengkapinya.

b. Coding

Proses ini melibatkan memberikan identifikasi unik kepada setiap responden dengan tujuan mengelompokkannya ke dalam kategori yang berbeda-beda. Selain itu, setiap jawaban juga diberi kode dengan menggunakan angka.

c. Scoring

Penilaian nilai untuk setiap pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner akan ditentukan sesuai dengan aturan yang berlaku dalam metode pengukuran yang digunakan.

d. Tabulasi

Tabulasi adalah langkah dalam menyusun dan menggabungkan informasi ke dalam format tabel. Tujuan utamanya adalah untuk mengkondensasi data agar lebih teratur dan mudah dianalisis.⁸

2. Analisis Data

Menganalisis data adalah melakukan klasifikasi temuan data didasarkan pada variabel serta jenis responden, melakukan tabulasi data didasarkan pada variabel dari semua responden, melakukan sajian data variabel yang ditelaah, melaksanakan penghitungan untuk memberikan

⁸ Tim Maestro Genta, *Inti Materi IPS* (Sidoarjo: Genta Group Production, 2020), 426.

jawaban pada masalah yang sudah dirumuskan.⁹ Dalam penelitian ini, metode analisis dan statistik diadopsi sebagai teknik untuk menganalisis data secara kuantitatif. Untuk melakukan analisis data penelitian, peneliti menggunakan program *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 25.0 untuk *platform Windows* sebagai alat bantu. Dalam penelitian ini teknik analisis datanya menggunakan teknik analisis korelasional, sebab mencari hubungan atau pengaruh berpikir positif terhadap *impulsive buying* belanja *online* pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

H. Prosedur Penelitian

Di bawah ini adalah empat tahapan yang peneliti terapkan sebagai prosedur penelitian:

1. Tahap Pendahuluan
 - a. Peneliti melakukan wawancara pendahuluan pada sejumlah mahasiswa di UIN Antasari Banjarmasin.
 - b. Menemukan variabel, rumusan masalah serta tujuan dari penelitian ini yang selanjutnya diolah menjadi berbentuk proposal penelitian
 - c. Berkonsultasi pada dosen pembimbing terkait proposal penelitian yang sedang dibuat.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 206

2. Tahap Persiapan

- a. Berkonsultasi kembali pada dosen pembimbing terkait proposal yang sudah diseminarkan untuk diperbaiki.
- b. Menentukan aspek serta instrument penelitian dan berkonsultasi dengan dosen pembimbing
- c. Memohon surat izin penelitian pada pihak jurusan yang selanjutnya disebarkan ke responden.

3. Tahap Pelaksanaan

- a. Membagikan skala penelitian.
- b. Menyusun, menganalisis serta menginterpretasikan data yang dibantu dengan software *SPSS Statistics*.

4. Tahap Penyusunan Laporan

- a. Mengumpul hasil data penelitian.
- b. Melakukan konsultasi tentang penyusunan laporan hasil penelitian.
- c. Menyusun seluruh laporan hasil penelitian skripsi.
- d. Melakukan pengujian plagiasi.
- e. Publish jurnal.
- f. Meminta surat persetujuan munaqasah skripsi ke jurusan.
- g. Hasil penelitian akan diajukan serta dipertahankan melalui ujian munaqasah skripsi di Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin.