

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Pendekatan yang diaplikasikan pada penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan investigasi secara sistematis terkait sebuah fenomena dengan melakukan pengumpulan data yang terukur melalui penggunaan teknik statistik, matematika, atau komputasi (Ramadhan, *et al*, 2021). Metode penelitian kuantitatif menyajikan hasil berupa gambar, tabel, grafik, atau tampilan lain yang representatif yang dapat mempermudah pembaca dalam menyerap informasi yang disampaikan dalam penelitian (Priadana dan Sunarsi, 2021).

- Metode penelitian kuantitatif digunakan dengan tujuan untuk melakukan pengembangan dan penggunaan model matematis, teori, serta dugaan sementara mengenai suatu fenomena alam. Pada penelitian ini sendiri bertujuan agar dapat mengetahui pengaruh antar variabel yang ingin diteliti. Dengan kata lain, memiliki tujuan guna melihat bagaimana pengaruh antara penggunaan *e-wallet* dan promosi penjualan terhadap perilaku pembelian impulsif.

#### **3.2. Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah sebuah gambaran sasaran ilmiah yang dapat dijelaskan guna memperoleh informasi dan data menurut tujuan dan kegunaan tertentu (Cahyania, 2018). Bentuk dari objek penelitian ialah berupa orang, benda, transaksi, atau kejadian (Priadana dan Sunarsi, 2021). Adapun objek pada penelitian ini berkaitan dengan perilaku pembelian impulsif dalam melakukan transaksi di *platform* belanja *online* yaitu *e-commerce* secara keseluruhan.

### 3.3. Populasi dan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

Menurut Priadana dan Sunarsi (2021), populasi adalah keseluruhan jumlah subjek pada sebuah penelitian untuk diteliti. Populasi tidak hanya meliputi jumlah dari objek maupun subjek, tetapi juga bagaimana seluruh karakteristik dari objek maupun subjek itu sendiri (Darmanah, 2019). Pada penelitian ini, populasinya adalah pengguna *e-commerce* dengan jumlah populasi yang tidak diketahui.

#### 3.3.2. Sampel

Sampel dapat diartikan sebagai sebagian dari seluruh total atau kriteria pada populasi yang ada (Darmanah, 2019). Apabila populasi pada penelitian tersebut dalam jumlah yang banyak dan tidak memungkinkan untuk dipelajari secara keseluruhan oleh peneliti karena terdapat keterbatasan yang akan dihadapi, maka pada situasi berikut diperlukannya pengambilan sampel dari populasi yang ada (Priadana dan Sunarsi, 2021). Dengan kata lain, sampel ialah berupa sebagian populasi yang dapat mewakili populasi tersebut.

Peneliti memilih teknik pengambilan sampel *non-probability sampling*, yakni teknik dalam mengambil sampel di mana setiap anggota populasinya tidak diberikan kesempatan yang sama dalam menjadi anggota sampel. Adapun teknik *non-probability sampling* yang dipilih ialah *purposive sampling*. *Purposive sampling* ialah sebuah teknik dalam menentukan sampel melalui pertimbangan mengenai identitas atau syarat yang ditetapkan oleh peneliti dan sesuai dengan tujuan dari penelitian (Lenaini, 2021). Adapun berikut kriteria sampel pada penelitian ini antara lain:

1. Pengguna *e-commerce*
2. Pernah melakukan pembelian impulsif secara *online*

Dikarenakan jumlah populasi yang menjadi sumber data tidak diketahui maka rumus yang digunakan oleh peneliti adalah rumus menurut Hair, *et al* (2010). Menurut Hair, *et al* (2010), jumlah ukuran sampel paling sedikit

adalah 5 sampai 10 kali dari jumlah indikator kuisisioner yang akan dianalisis. Di mana perhitungan tersebut dapat dinyatakan menjadi rumus berikut:

$$\text{Sampel} = \text{Jumlah indikator kuisisioner} \times 8$$

Berdasarkan rumus tersebut, untuk mengukur sebanyak 8 variabel, terdapat sebanyak 13 indikator pernyataan yang dapat digunakan. Sehingga, jumlah sampel yang menjadi responden adalah 13 indikator pernyataan dikalikan 8 yakni sama dengan 104 sampel.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh untuk penelitian ini ialah data primer. Data primer merupakan data utama yang secara langsung diperoleh melalui responden individual dengan pengukuran dan perhitungan mandiri dalam bentuk angket, observasi, wawancara, dan lain sebagainya (Pridana dan Sunarsi, 2021). Sebagaimana data primer yang diperoleh ialah berupa kuisisioner yaitu dengan menyebarkan daftar pernyataan-pernyataan. Sumber data tersebut tentunya memiliki peran penting dalam terciptanya hasil penelitian yang padat, jelas, dan masuk akal.

Metode pengumpulan data menggunakan instrumen kuisisioner secara *online* yaitu menggunakan *platform* Google Form. Di mana *link* kuisisioner Google Form tersebut akan disebarluaskan secara *online* pula melalui media sosial. *Platform* tersebut digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dan memperoleh jawaban dari responden. Kuisisioner ini terdiri atas pernyataan-pernyataan terkait topik penelitian yang diteliti dengan dalam bentuk skala Likert. Melalui skala Likert, pernyataan dibuat dengan pilihan jawaban menggunakan skala 1-5 guna menggambarkan sudut pandang responden. Sehingga, salah satu dari jawaban yang disediakan harus dipilih oleh responden yang menjadi sampel penelitian. Berikut ini adalah lima skala dan kategori dari skala Likert:

Tabel 3. 1 Skala Likert

Nilai	Jawaban
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Sumber: (Setyawan dan Atapukan, 2018)

### 3.5. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan sebuah definisi dan penentuan konstruk yang akan dipelajari terkait variabel agar menjadi dapat diukur dengan tujuan mespesifikasikannya. Definisi operasional memberi batasan atau arti dari setiap variabel dengan merinci dalam mengukur variabel tersebut. Variabel tersebut yaitu penggunaan *e-wallet* (X1), promosi penjualan (X2), dan perilaku pembelian impulsif (Y). Berikut definisi operasional variabel penelitian ini:

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Perilaku Pembelian Impulsif (Y)	Sebuah perilaku berupa keputusan pembelian suatu barang tertentu oleh pelanggan dalam mencukupi kebutuhannya secara tiba-tiba atau tanpa direncanakan secara matang yang	1. Spontanitas 2. Kekuatan, kompulsi, dan intensitas 3. Kegairahan dan stimulasi 4. Mengabaikan konsekuensi Sumber: (Sari, 2020)

		dipengaruhi oleh berbagai aspek (Sari, <i>et al</i> , 2021, Setyawaati, 2020, dan Halim, 2020).	
2.	Penggunaan <i>E-wallet</i> (X1)	Sebuah layanan keuangan berbasis elektronik yang memanfaatkan media internet untuk digunakan sebagai tempat menyimpan data instrumen pembayaran dalam bertransaksi secara online menggunakan uang elektronik (Peraturan Bank Indonesia, 2016 dan Fitria, <i>et al</i> , 2022).	1.Persepsi kemudahan penggunaan 2.Persepsi kemanfaatan 3.Intensitas penggunaan 4.Perilaku penggunaan sesungguhnya Sumber: (Sari, 2020)
3.	Promosi Penjualan (X2)	Suatu bentuk aktivitas pemasaran untuk mempersuasi secara langsung melalui penggunaan beragam insentif guna merangsang adanya penjualan produk atau pembelian produk oleh konsumen dalam waktu yang singkat atau sesegera mungkin (Sitorus, <i>et al</i> , 2017,	1. <i>Discount</i> 2. <i>Free shipping</i> 3. <i>Sweeptakes</i> 4. <i>Loyalty program</i> 5. <i>Rebate</i> Sumber: (Lamb, <i>et al</i> , 2009 dalam Tanriady dan Septina, 2022)

		Kotler dan Armstrong, 2014, dan Reza, 2016).	
--	--	--	--

### 3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu cara dalam melakukan proses data penelitian melalui pemeriksaan data secara keseluruhan dari instrumen penelitian guna memperoleh informasi secara lebih mudah dipahami (Priadana dan Sunarsi, 2021). Metode yang tepat untuk penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda. Peneliti menggunakan metode tersebut dikarenakan terdapat lebih dari satu variabel independen pada penelitian ini. Sehingga, melalui penggunaan metode tersebut, peneliti dapat mencari tahu seberapa besar pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Adapun untuk menguji data penelitian ini, peneliti memanfaatkan alat ukur SPSS.

#### 3.6.1. Uji Statistik Deskriptif

Teknik analisis data yang diaplikasikan pada penelitian ini adalah uji statistik deskriptif. Menurut Priadana dan Sunarsi (2021), analisis statistik deskriptif diplikasikan saat terdapat performa data sebelumnya guna mendapatkan sebuah kesimpulan. Melalui uji ini, uraian data dapat dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, dan minimum (Yulia, 2019).

#### 3.6.2. Uji Instrumen Data

##### 3.6.2.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan untuk melakukan pengukuran seberapa cermat suatu uji menjalankan fungsinya (Fitria, 2022). Sebuah instrumen penelitian dinyatakan valid jika mampu mengukur sesuatu yang perlu diukur (Karim, 2017). Uji validitas yang digunakan ialah *Product*

*Moment* yakni pengujian yang melakukan korelasi antara skor setiap item dengan skor total. Melalui rumus tersebut akan diperoleh nilai *product moment*, dengan kriteria berikut:

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item pernyataan pada instrumen penelitian dikatakan valid
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka item pernyataan pada instrumen penelitian dikatakan tidak valid.

### **3.6.2.2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah suatu uji guna mencari tahu seberapa handal suatu item pernyataan dapat melakukan pengukuran variabel yang akan diteliti (Fitria, 2022). Uji reliabilitas juga berguna untuk mengetahui seberapa stabil suatu alat ukur. Uji reliabilitas yang digunakan adalah *Alpha Cronbach* yakni teknik uji untuk menentukan reabilitas laporan dari penelitian. Adapun menurut Nugraha (2022), kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas antara lain adalah:

1. Jika nilai reliabilitas  $>$  0,60, maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel
2. Jika nilai reliabilitas  $<$  0,60, maka instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel

### **3.6.3. Uji Asumsi Klasik**

Suatu model regresi haruslah memenuhi asumsi klasik yang digunakan agar peneliti mengetahui bahwa pada model regresi terdapat hubungan secara signifikan dan representatif. Menurut Budiman (2020), uji asumsi klasik berfungsi untuk menilai parameter penduga yang digunakan tepat dan sesuai dengan asumsi yang ada. Uji asumsi klasik yang digunakan antara lain ialah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas.

### 3.6.3.1. Uji Normalitas

Menurut Nuryadi, *et al* (2017), uji normalitas adalah tahapan yang dilakukan guna mencari tahu terdistribusi normal atau tidaknya data yang diperoleh. Di mana uji ini berfungsi untuk melakukan pengukuran data dengan skala ordinal, interval, maupun rasio. Uji normalitas yang digunakan adalah *Kolmogorov Smirnov*. Pada uji normalitas tersebut, terdapat pedoman dalam mengambil keputusan antara lain adalah (Nuryadi, *et al*, 2017):

- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dinyatakan distribusi tidak normal
- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dinyatakan distribusi normal.

### 3.6.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Abdullah (2020), uji heteroskedastisitas merupakan suatu uji yang dilakukan dengan tujuan untuk melakukan pengujian mengenai terjadi atau tidaknya ketidaksamaan varian pada model regresi antara residual satu pengamatan dengan yang lainnya. Dalam menguji hal tersebut maka dilakukan pengamatan menggunakan Uji Park. Melalui penggunaan Uji Park, terdapat atau tidaknya heterokedastisitas dapat diidentifikasi dengan memperhatikan acuan dalam mengambil keputusan sebagai berikut (Yanti, 2021):

- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dinyatakan terjadi gejala heterokedastisitas
- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dinyatakan tidak terjadi gejala heterokedastisitas



### 3.6.3.3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui terdapat atau tidaknya korelasi antara dua atau lebih variabel independen secara linier. Menurut Abdullah (2020), dalam mendeteksi terdapat atau tidaknya gejala multikolonieritas pada model penelitian dapat terlihat dari *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor*. Dengan kriterianya antara lain ialah:

- Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan *Variance Inflation Factor* < 10,00, maka dikatakan tidak terdapat gangguan multikolinearitas
- Jika nilai *tolerance* < 0,10 dan *Variance Inflation Factor* > 10,00, maka dikatakan terdapat gangguan multikolinearitas.

### 3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Peneliti memilih menggunakan analisis regresi linear berganda agar dapat melihat bagaimana pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun analisis ini dihitung menggunakan persamaan berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku Pembelian Impulsif

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien Regresi X1

$\beta_2$  = Koefisien Regresi X2

$X_1$  = Penggunaan *E-wallet*

$X_2$  = Promosi Penjualan

e = *Standard Error*

### 3.6.5. Uji Hipotesis

Menurut Nuryadi, *et al* (2020), uji hipotesis merupakan suatu tahapan berfungsi untuk melakukan pengujian terkait valid atau tidaknya hipotesis penelitian suatu populasi berdasarkan penggunaan data dari sampel populasi itu sendiri.

#### 3.6.5.1. Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Koefisien determinasi diaplikasikan guna menguji seberapa jauh variable terikat mampu dijelaskan oleh model penelitian. Nilai koefisien determinasi adalah pada rentang angka 0 sampai 1. Semakin besar atau mendekati 1 nilai *adjusted R<sup>2</sup>* maka semakin kuat pula pengaruh variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X) (Wahyuni, 2020). Dengan kata lain, semakin kecil nilai *adjusted R<sup>2</sup>* maka semakin rendah pula pengaruh variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X).

#### 3.6.5.2. Uji F (ANOVA)

Uji F dilakukan guna mengetahui mampu atau tidaknya model regresi yang telah dirumuskan memprediksi variabel terikatnya. Tingkat signifikansi yang menjadi kriteria pengujian adalah 0,05. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai signifikan  $< 0,05$  dan  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ , maka seluruh variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat
- Jika nilai signifikan  $> 0,05$  dan  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ , maka seluruh variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

#### 3.6.5.3. Uji t (Coefficient)

Uji t berfungsi dalam melakukan uji terkait terdapat atau tidaknya pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependennya melalui terdapatnya perbedaan variabel dependen dalam kedua kelompok sampel. Pengujian ini sendiri digunakan apabila peneliti belum mengetahui nilai simpangan baku populasi. Adapun berikut ketentuan untuk tingkat signifikansi 5% (Yulia, 2019):

- Jika nilai signifikan  $< 0,05$  dan  $t$  hitung  $> t$  tabel, maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat
- Jika nilai signifikan  $> 0,05$  dan  $t$  hitung  $< t$  tabel, maka tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

