

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian menurut Sugiyono (2013) adalah sasaran ilmiah yang ditentukan untuk memperoleh data dengan kegunaan dan tujuan tertentu mengenai suatu hal objektif, valid, dan *reliable*. Objek dari penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *flash sale* dan sistem *buy-now pay-later* terhadap perilaku konsumsi impulsif pengguna Shopee di Kota Cirebon ini mencakup dua variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y). Variabel independen pada penelitian ini adalah *flash sale* (X1) dan *paylater* (X2), dengan perilaku konsumsi impulsif sebagai variabel dependen (Y). Calon responden pada penelitian ini adalah warga Kota Cirebon yang memiliki akun Shopee dan pernah menyelesaikan transaksi dengan membeli barang *flash sale* dan melakukan pembayaran dengan Shopee PayLater.

#### 3.2 Metode Penelitian

##### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2013), metode penelitian adalah cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data yang valid agar dapat dipergunakan untuk memahami, mengantisipasi, dan memecahkan suatu persoalan atau masalah. Berdasarkan rincian variabel yang diteliti, jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian kuantitatif kausalitas. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel sebagai cara untuk menguji serangkaian hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013).

Jenis penelitian kuantitatif dipilih agar data yang diperoleh berupa angka yang kemudian dapat diolah untuk mengetahui seberapa besar dan bagaimana pengaruh *flash sale* dan *paylater* terhadap perilaku konsumsi impulsif. Sedangkan penelitian kausalitas dipilih karena penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan bukti sebab akibat, yaitu hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya (Sugiyono, 2013). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei, dimana teknik pengumpulan dan analisis data berupa opini dari subjek yang diteliti (responden) melalui

tanya-jawab (Digdowiseiso, 2017). Menurut Digdowiseiso (2017), survei cenderung dilakukan untuk menguji variabel penelitian dalam jumlah relatif sedikit dengan jumlah sampel yang relatif banyak.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dilakukan dengan mendefinisikan setiap variabel yang akan diteliti untuk memudahkan pengukuran dan memudahkan pencarian hubungan antarvariabel (Hermawan & Amirullah, 2016). Menurut (Hermawan & Amirullah, 2016), operasionalisasi variabel bermanfaat untuk mengidentifikasi kriteria yang dapat diobservasi, menunjukkan bahwa suatu objek mungkin memiliki lebih dari satu definisi operasional, dan untuk mengetahui bahwa definisi operasional bersifat unik. Berdasarkan definisi dan manfaat yang telah dijelaskan di atas, maka penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel di bawah ini.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Flash sale</i> (X1) (Lamis dkk., 2022; Putri, 2022; Widiyanto & Octaviani, 2020)	Kemenarikan	Saya tertarik menggunakan Shopee untuk melihat produk <i>flash sale</i>	Likert
		Produk yang ditawarkan pada program <i>flash sale</i> di Shopee membuat saya tertarik untuk membeli produk tersebut	
		Besaran diskon <i>flash sale</i> yang diberikan membuat saya tertarik untuk membeli produk <i>flash sale</i>	
		Saya akan membeli produk <i>flash sale</i> pada <i>event</i> tertentu seperti Harbolnas dan <i>Big Ramadhan Sale</i>	

		Produk yang ditawarkan dalam program <i>flash sale</i> sesuai dengan yang saya inginkan	
		Shopee sering memberikan promo <i>flash sale</i> dengan potongan harga yang besar pada <i>event</i> tertentu seperti Harbolnas dan <i>Big Ramadhan Sale</i>	
	Frekuensi	Saya sering membuka aplikasi Shopee untuk melihat produk yang ada pada program <i>flash sale</i>	
		Saya sering membeli produk yang ditawarkan dalam program <i>flash sale</i>	
	Manfaat	Saya merasakan manfaat dari potongan harga yang diberikan selama <i>flash sale</i>	
		<i>Flash sale</i> memudahkan saya dalam menemukan produk yang saya inginkan dengan harga lebih murah	
<i>Paylater</i> (X2) (Cornelia, 2021; Dude dkk., 2022; Rossa & Ashfath, 2022)	Kemudahan	Pendaftaran akun Shopee PayLater mudah dilakukan	
		Syarat dan ketentuan pendaftaran akun Shopee PayLater mudah dipahami	
		Pembayaran transaksi dengan Shopee PayLater mudah dilakukan	Likert
		Syarat dan ketentuan pembayaran transaksi dengan Shopee PayLater mudah dipahami	
		Saya merasa pembayaran	

		transaksi menggunakan Shopee PayLater lebih mudah dilakukan dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya	
	Manfaat	<p>Saya merasa Shopee PayLater berguna dalam mendukung kehidupan saya sehari-hari, seperti untuk berbelanja atau membayar tagihan</p> <p>Saya merasakan manfaat dari promosi khusus (gratis ongkir dan <i>cashback</i>) yang didapatkan dengan membayar transaksi menggunakan Shopee PayLater</p> <p>Shopee PayLater menjadi metode pembayaran alternatif yang saya pilih ketika mendesak</p>	
	Keamanan	<p>Saya merasa pembayaran transaksi menggunakan Shopee PayLater aman untuk dilakukan</p> <p>Saya merasa pihak Shopee PayLater dapat menjaga data pribadi saya dengan baik</p> <p>Saya merasa pembayaran transaksi dengan Shopee PayLater lebih aman dibandingkan dengan metode pembayaran digital lainnya</p>	
Perilaku konsumsi impulsif (Y) (W. T. Yunita, 2018)	Spontanitas	<p>Saya memiliki keinginan yang kuat untuk langsung membeli produk yang menarik perhatian saya</p> <p>Saya sering melakukan transaksi di Shopee tanpa ada rencana</p>	Likert

	<p>sebelumnya setelah melihat produk yang ditawarkan pada program <i>flash sale</i></p> <p>Saya sering melakukan transaksi di Shopee tanpa ada rencana sebelumnya setelah mendapatkan penawaran khusus jika membayar menggunakan Shopee PayLater (diskon lebih besar, gratis ongkir ekstra, <i>cashback</i>)</p>
	<p>Dengan adanya metode pembayaran Shopee PayLater, saya merasa lebih terdesak untuk membeli produk <i>flash sale</i></p> <p>Dengan adanya metode pembayaran Shopee PayLater saya semakin tidak bisa mengendalikan diri untuk berbelanja ketika ada produk menarik pada program <i>flash sale</i></p> <p>Semakin sering saya membuka fitur <i>flash sale</i>, semakin besar kemungkinan saya membeli produk <i>flash sale</i> yang ditawarkan</p>
Kekuatan, kompulsi, dan intensitas	
	<p>Adanya program <i>flash sale</i> dan metode pembayaran Shopee PayLater membuat saya berkeinginan untuk berbelanja</p> <p>Program promosi seperti <i>flash sale</i> memiliki kemampuan dalam mempengaruhi saya untuk berbelanja</p> <p>Adanya metode pembayaran</p>
Kegairahan dan Stimulasi	

	Shopee PayLater memiliki kemampuan dalam mempengaruhi saya untuk berbelanja
Ketidakpedulian akan akibat	Terkadang saya membeli produk yang sebenarnya tidak saya butuhkan Terkadang saya membeli suatu produk tanpa mempertimbangkan jumlah pengeluaran saya

Dalam operasionalisasi seluruh variabel digunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap suatu fenomena (Sugiyono, 2013). Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan tolok ukur untuk menyusun instrumen penelitian (Sugiyono, 2013). Setiap item instrumen memiliki jawaban dengan skor yang akan menggambarkan kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan yang diberikan. Pemberian skor atas pilihan jawaban kuesioner adalah sebagai berikut.

**Tabel 3.2**  
**Scoring Jawaban Kuesioner**

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2013)

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data berbentuk angka yang dapat diolah dan dianalisis menggunakan perhitungan statistika atau matematika (Digdowiseiso, 2017). Pada penelitian ini, data primer akan diolah menggunakan aplikasi analisis statistik IBM SPSS 25 untuk memperoleh keseluruhan hasil dari uji yang akan

dilakukan. Sedangkan sumber data adalah sumber diperolehnya data untuk sebuah penelitian, sumber data dapat diperoleh secara langsung (primer) atau secara tidak langsung (sekunder) (Sugiyono, 2013).

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yang telah ditentukan (Sugiyono, 2013). Sumber data primer pada penelitian ini adalah responden pengisi kuesioner (angket) yang disebarkan kepada sampel penelitian. Sedangkan data primernya adalah hasil pengisian kuesioner yang telah disebarkan kepada sampel penelitian.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung dari objek penelitian, tetapi dapat membantu serta memberikan informasi untuk bahan penelitian (Sugiyono, 2013). Data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang diperoleh dari sumber data primer dan sebagai data pendukung dalam penyusunan teori.

Sumber data sekunder dapat berupa dokumen atau informasi yang diperoleh dari orang lain (Sugiyono, 2013). Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah artikel jurnal, buku, dan situs yang berkaitan dengan penelitian.

### 3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah wilayah general yang terdiri atas objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari dalam penelitian. Karena penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *flash sale* dan *paylater* terhadap pengguna Shopee di Kota Cirebon, maka populasi yang dipilih pada penelitian ini adalah pengguna Shopee di Kota Cirebon.

#### 3.2.4.2 Sampel

Sampel merupakan suatu sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2013). Sampel digunakan untuk mempermudah penelitian karena keterbatasan waktu dan biaya serta

jumlah populasi yang sangat besar. Oleh karena itu, ditarik beberapa anggota yang dapat menjadi representatif dari populasi dengan menentukan beberapa syarat dan ketentuan calon responden (Gray, 2017).

Perhitungan yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini adalah perhitungan Ferdinand. Menurut Ferdinand dalam (Nastiti & Nugroho, 2020), sampel penelitian yang dibutuhkan paling sedikit lima kali jumlah seluruh indikator. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 160 orang.

#### **3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel**

Teknik penarikan sampel atau *sampling* adalah metode sistematis yang dilakukan untuk memilih objek atau subjek penelitian (Nurdiani, 2014). Teknik penarikan sampel yang dipilih pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dimana kemungkinan setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel adalah nol (Sugiyono, 2013).

Metode yang digunakan adalah *purposive sampling*, sebuah metode penentuan sampel dengan melakukan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013), didasarkan pada tujuan penelitian dan keputusan penarikan sampel bergantung pada kebutuhan penelitian (Digdowiseiso, 2017).

Menurut Ferdinand dalam (Rahman, 2022), kriteria yang digunakan untuk pertimbangan pemilihan sampel disusun oleh peneliti sendiri sesuai dengan kebutuhan. Oleh karena itu, dibuatlah beberapa poin kriteria yang harus dipenuhi untuk menjadi sampel dalam penelitian ini. Poin-poin tersebut adalah sebagai berikut:

1. responden berusia minimal 18 tahun,
2. berdomisili di Kota Cirebon,
3. pernah menyelesaikan transaksi dengan produk yang dibeli dari program *flash sale*, dan
4. pernah menyelesaikan transaksi di Shopee dengan metode pembayaran Shopee PayLater.

#### **3.2.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan teknik pengumpulan data yang dibutuhkan untuk memecahkan rumusan masalah.

## 1. Kuesioner

Dilakukan dengan memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2013). Kuesioner dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono, 2013). Pembagian kuesioner pada penelitian ini dilakukan secara daring melalui unggahan di media sosial, yaitu Telegram, Twitter, dan Whatsapp.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui media sosial dipilih karena jumlah sampel yang diteliti pada penelitian ini terbilang banyak, yaitu 160 responden. Dengan menggunakan teknik menggunakan kuesioner, pengumpulan data dapat dilakukan dengan lebih efisien karena menghemat waktu dan biaya.

## 2. Studi Literatur

Literatur merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dapat berupa tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang (Sugiyono, 2013). Studi literatur berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain untuk mencari informasi pendukung data primer dan sebagai data pendukung dalam penyusunan teori (Sugiyono, 2013).

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Uji validitas (keabsahan) merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur derajat ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang benar-benar ada di lapangan (Sugiyono, 2013). Suatu instrumen dinyatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (Yusuf, 2017).

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  yang ditentukan berdasarkan jumlah data yang diolah dan taraf signifikansi yang dipilih. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS 25 dan taraf signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5%.

Instrumen dinyatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Instrumen yang dinyatakan valid ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) dapat dilakukan analisis berikutnya, sedangkan instrumen yang dinyatakan tidak valid ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ) akan dihilangkan dari proses analisis selanjutnya.

### **3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang terkumpul menunjukkan ketepatan, keakuratan, dan konsisten dalam mengungkapkan suatu gejala dalam waktu yang berbeda (Sugiyono, 2013). Menurut (Ghozali, 2018), instrumen dinyatakan reliabel jika nilai alpha Cronbach  $> 0,69$  dan jika sebaliknya, maka data tersebut dinyatakan tidak reliabel.

## **3.2.7 Rancangan Analisis Data**

### **3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif**

Analisis data deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk mendeskripsikan data hasil penelitian, bertujuan untuk mempermudah pembaca dalam memahami data hasil penelitian (Sugiyono, 2013). Metode deskriptif memiliki tujuan untuk mengumpulkan data secara rinci, mendalam dan aktual.

Karena penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, maka diperlukan interpretasi data ke dalam bentuk kualitatif agar analisis deskriptif dapat dilakukan. Oleh karena itu, data kuantitatif akan ditransformasikan ke dalam bentuk data kualitatif berupa kategorisasi skor. Menurut Riduwan (2009), tahapan interpretasi data adalah sebagai berikut:

1. Merekapitulasi setiap bobot nilai jawaban pada setiap butir indikator penelitian.
2. Menghitung skor total untuk setiap indikator dengan mengalikan bobot nilai jawaban dengan frekuensi jawaban tersebut.
3. Membuat skor ideal dengan mengalikan bobot nilai tertinggi dengan jumlah responden. Pada penelitian ini, bobot nilai tertinggi adalah 5 dengan jumlah responden sebanyak 164 orang. Oleh karena itu, skor ideal untuk setiap butir indikator adalah 820.
4. Menghitung persentase skor total terhadap skor tertinggi pada setiap butir indikator.

5. Rentang nilai =  $100\% - 20\% = 80\%$ . Dengan lima skala yang ada, maka nilai interval persentasenya adalah 16%.
6. Dengan begitu, tabel persentase penilaian kuesionernya adalah sebagai berikut.

**Tabel 3.3**  
**Kategori Persentase Penilaian**

No.	Persentase Penelitian	Kategori
1	20% - 36%	Sangat Tidak Baik
2	36% - 52%	Tidak Baik
3	52% - 68%	Cukup Baik
4	68% - 84%	Baik
5	84% - 100%	Sangat Baik

### 3.2.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Ghozali, 2018), analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda dinyatakan dalam formula berikut:

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

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (perilaku konsumsi impulsif)  
 $\alpha$  = koefisien konstanta  
 $\beta_1 X_1$  = koefisien regresi *flash sale*  
 $\beta_2 X_2$  = koefisien regresi *paylater*

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, sebaiknya dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu agar hasil analisis data yang diperoleh sesuai sebagai syarat pengujian (Ghozali, 2018). Beberapa uji asumsi klasik yang akan dilakukan pada penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang akan diolah terdistribusi secara normal atau tidak (Sugiyono, 2013).

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Kolmogorov-Smirnov dengan taraf signifikansi 0,05. Data dikatakan terdistribusi secara normal jika angka signifikansi lebih dari 0,05, sedangkan jika angka signifikansi kurang dari 0,05 maka data dikatakan tidak terdistribusi secara normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antarvariabel bebas (Ghozali, 2018). Uji ini dilakukan dengan melihat besaran nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, maka model regresi terbebas dari anggapan multikolinieritas.

## 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi antara kesalahan pada periode  $t$  dengan kesalahan periode sebelumnya ( $t-1$ ) dalam model regresi linear.

## 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara ZPRED dengan SRESID.

### 3.2.7.3 Rancangan Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono (2013) hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan peneliti. Sedangkan pengujian hipotesis adalah sebuah cara pengujian jika pernyataan yang dihasilkan dari kerangka teoritis yang berlaku mengalami pemeriksaan ketat. Untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antarvariabel yang akan dicari hubungannya. Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih. Uji hipotesis pada penelitian ini terbagi ke dalam tiga tahap, yaitu uji parsial (uji  $t$ ), uji simultan (uji  $F$ ), dan uji determinasi ( $R^2$ )

### 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh *flash sale* dan *paylater* terhadap perilaku konsumsi impulsif secara individual (parsial). Uji t dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  (Ghozali, 2018). Pada tingkat signifikan 5%, kriteria uji t adalah sebagai berikut.

- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $p\text{-value} > 0,05$  maka hipotesis ditolak, artinya *flash sale/paylater* tidak memengaruhi perilaku konsumsi impulsif
- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $p\text{-value} < 0,05$  maka hipotesis diterima, artinya *flash sale/paylater* memengaruhi perilaku konsumsi impulsif

### 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji *flash sale* dan *paylater* terhadap perilaku konsumsi impulsif secara bersama-sama (simultan). Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi  $\leq 0,05$ , kriteria uji F adalah sebagai berikut.

- Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  dan  $p\text{-value}$  F-statistik  $\geq 0,05$  maka hipotesis ditolak, artinya *flash sale* dan *paylater* tidak memengaruhi perilaku konsumsi impulsif
- Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  dan  $p\text{-value}$  F-statistik  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima, artinya *flash sale* dan *paylater* memengaruhi perilaku konsumsi impulsif

### 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa mampu variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasinya, maka semakin mampu variabel independen tersebut dalam menjelaskan variabel dependennya (Ghozali, 2018). Koefisien determinasi berada di antara angka 0 dan 1.

Apabila koefisien determinasi mendekati angka 1, maka dapat dikatakan bahwa variabel dependen dijelaskan dengan baik oleh variabel independennya. Sebaliknya, jika koefisien determinasi mendekati angka 0, maka variabel dependen kurang dapat dijelaskan dengan baik variabel independennya.