

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai metode penelitian. Bab ini terdiri dari desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional yaitu *impulsive buying*, instrumen penelitian, proses pengembangan instrumen, teknik pengambilan data, teknik analisis data dan prosedur penelitian.

#### A. Desain Penelitian

Peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu untuk mencari kecenderungan *impulsive buying* dengan menjelaskan melalui pengumpulan data numerik dari sejumlah sampel yang berisi pernyataan dan tanggapan. Metode yang dilakukan yaitu dengan pengujian uji *T-test*.

#### B. Populasi & Sampel Penelitian

##### 1. Populasi

Populasi yang dipilih oleh peneliti yaitu mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi di Kota Bandung. Berdasarkan data dari Dikti, populasi mahasiswa perguruan tinggi di Kota Bandung pada tahun 2020 berjumlah 22.218 mahasiswa.

##### 1. Sampel

Sampel dalam peneliti ini merupakan mahasiswa di Kota Bandung dengan teknik pengambilan data penelitian menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu teknik *incidental*. Teknik insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti (Sugiyono 2013).

Sampel dalam penelitian ini harus memenuhi karakteristik khusus, yaitu mahasiswa (18-24 tahun) di Kota Bandung.

Adapun kriteria sampel adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa di Kota Bandung.
2. Usia 18-24 tahun.

Dalam pengambilan jumlah responden peneliti merujuk pada rumus Slovin dengan toleransi eror 5%, sehingga jumlah responden yang diperoleh dari 22.218 mahasiswa di Kota Bandung adalah minimal sebanyak 266 mahasiswa.

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner ini terdiri atas dua (2) bagian. Bagian pertama yaitu identitas responden, bagian kedua instrumen *impulsive buying*. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara menyebar angket melalui media sosial, pada mahasiswa di Kota Bandung.

### **D. Variabel Penelitian**

#### **1. Definisi Konseptual**

Verplanken dan Herabadi (2001) mendefinisikan *impulsive buying* sebagai pembelian yang tidak rasional dan diasosiasikan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik pikiran dan dorongan emosional.

#### **2. Definisi Operasional**

Kecenderungan *impulsive buying* adalah kecenderungan dalam hal pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa secara tidak terencana, karena adanya dorongan yang kuat secara spontan dan tiba-tiba,

sehingga mahasiswa melakukan pembelian tanpa pertimbangan untuk mendapatkan kepuasan dengan segera. Kecenderungan *impulsive buying* ini diukur dengan menggunakan skala kecenderungan *impulsive buying*.

## E. Instrumen Penelitian

### 1. Impulsive Buying

Alat ukur yang digunakan yaitu menggunakan *The Impulsive Buying Tendency Scale* yang dibuat oleh Putri (2019) Terdiri dari 17 item dengan pengukuran menggunakan skala Likert yang terdiri dari 1-5 dengan *alternative* pilihan jawaban sebagai berikut: SS (Sangat setuju), S (Setuju), N (Netral), TS (Tidak setuju), dan STS (Sangat tidak setuju).

#### a. Sebaran item

Instrumen *The Impulse Buying Tendency Scale* ini berjumlah 17 item, dimana item-item tersebut mewakili dimensi-dimensi pembelian impulsif dari afektif dan kognitif. Di bawah ini adalah sebaran item untuk instrumen pembelian impulsif.

Tabel 3.1

**Kisi-Kisi Instrumen Impulsive Buying**

No.	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah	Bobot
		Favorable	Unfavorable		
1.	Aspek Kognitif	3,9,10	1,2,4,5,6,7,8	10	65%
2.	Aspek Afektif	11,12,13,15,16,17	14	7	35%

Mohammad Rifky Dharmawan, 2020

**KECENDERUNGAN IMPULSIVE BUYING PADA MAHASISWA DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Total	17	100%
-------	----	------

b. Pengisian Kuesioner

Pada alat ukur *The Impulse Buying Tendency Scale* responden diminta untuk mengisi 17 pernyataan mengenai pembelian impulsif. Responden diminta untuk mengisi dengan memilih salah satu pernyataan yang paling sesuai dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom jawaban yang disediakan mulai dari 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju).

c. Penyebaran

Penyebaran dalam alat ukur ini dilakukan berdasarkan prinsip *favorable* dan *unfavorable* seperti berikut ini:

**Tabel 3.2**

**Penyebaran instrument *Impulsive Buying***

item	Skor Pernyataan				
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Sangat Setuju
Favorable	1	2	3	4	5

Unfavorable	5	4	3	2	1
-------------	---	---	---	---	---

d. Kategorisasi Norma

Skala yang digunakan dalam variabel *impulsive buying* ini dikategorisasikan menjadi dua level. Adapun rumus norma dua level menurut Azwar (2014), sebagai berikut:

Tinggi :  $X \geq \mu$  atau  $T \geq 50$

Rendah :  $X < \mu$  atau  $T < 50$

## F. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan tahapan-tahapan dalam melakukan sebuah penelitian. Prosedur dalam melakukan penelitian ini, yaitu:

### 1. Persiapan

Peneliti merumuskan masalah penelitian, melakukan studi literatur untuk mengkaji landasan teori dan penelitian sebelumnya yang sesuai dengan karakteristik penelitian ini, kemudian menentukan variabel penelitian sesuai dengan fenomena dan rumusan masalah dalam penelitian yang akan dilakukan, menentukan populasi dan sampel penelitian, memilih metode yang akan digunakan dalam penelitian, lalu mencari alat ukur yang nantinya akan digunakan untuk penelitian dan menyiapkan rancangan instrumen penelitian.

### 2. Pengambilan Data

Teknik yang diambil dalam pengumpulan data ini adalah dengan menggunakan kuesioner berbasis *online* dengan pertanyaan menggunakan skala Likert.

Mohammad Rifky Dharmawan, 2020

**KECENDERUNGAN IMPULSIVE BUYING PADA MAHASISWA DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian, yaitu identitas diri dan kuesioner mengenai *consumer ethnocentrism*. Penyebaran kuesioner melalui google form yang disebar secara online melalui media sosial. Tahap penyebaran kuesioner ini dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2020 sampai dengan 30 Agustus 2020 dengan cara *online*.

### 3. Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan proses *editing*, sesuai dengan teori yang berkaitan dari data yang didapatkan, agar data dapat dianalisis yang nantinya akan didapatkan kesimpulan.

Data yang sudah diperoleh diolah secara kuantitatif dengan bantuan *software SPSS 22*. Hasil pengolahan data kemudian diinterpretasikan dengan menggunakan teori yang sesuai.

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dapat mengukur sesuai dengan tujuan penelitian secara tepat (Azwar, 2012). Jenis uji validitas yang dilakukan adalah uji validitas expert judgement. Menurut Rusti (2012) bahwa expert judgement merupakan pertimbangan / pendapat ahli / orang yang berpengalaman.

**Tabel 3.3**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	42.6992	109.396	.591	.889
VAR00002	41.7669	110.844	.452	.893

VAR00003	42.3985	108.490	.624	.887
VAR00004	41.6579	108.113	.598	.888
VAR00005	42.6617	113.878	.397	.895
VAR00006	41.8759	108.426	.619	.888
VAR00007	42.3534	111.965	.476	.892
VAR00008	41.7105	110.961	.438	.894
VAR00009	42.4248	110.268	.487	.892
VAR00010	42.0301	105.078	.705	.884
VAR00011	41.7256	109.355	.505	.892
VAR00012	42.0000	108.747	.548	.890
VAR00013	42.7857	111.897	.554	.890
VAR00014	42.1880	108.478	.576	.889
VAR00015	42.4812	104.303	.720	.883
VAR00016	41.3571	113.106	.422	.894
VAR00017	42.5752	111.151	.625	.888

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai semua corrected item total correlation berada pada nilai diatas 0,3, maka semua item dinilai bagus dan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan aplikasi SPSS dengan metode kalibrasi aitem sehingga menghasilkan skala *Alpha Cronbach*. Koefisien reliabilitas dikategorikan berdasarkan kriteria yang dibuat oleh Guilford dalam Azwar (2012).

**Tabel 3.4**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	17

Reliabilitas dan nilai *alpha cronbach* pada alat ukur ini sebesar 0,89 yang menandakan bahwa reliabilitas alat ukur ini berada pada taraf tinggi. Maka alat ukur ini dapat digunakan untuk mengukur variabel *impulsive buying* pada penelitian ini



