

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab III ini berisikan metode yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari pembahasan mengenai desain penelitian, populasi, sampel dan responden penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan prosedur penelitian.

A. Desain Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menurut Idrus (2009) mempunyai sifat terinci, luas, menggabungkan literatur yang terkait dengan tema penelitian sebagai pendukung, memiliki prosedur yang jelas, hipotesis penelitian telah dirumuskan sejak awal dan ditulis lengkap sebelum melakukan penelitian di lapangan. Penelitian ini menggunakan desain korelasional sebagai studi tentang hubungan antar variabel yang diuji melalui statistik korelasional (Gall, Gall dan Borg, 2003) untuk mengetahui pengaruh *self-esteem* (X_1) dan *self-regulation* (X_2) secara simultan terhadap pembelian impulsif (Y) pada mahasiswa di Kota Bandung.

B. Populasi, Sampel dan Responden Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Kota Bandung. Peneliti memilih populasi tersebut karena penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pembelian impulsif terjadi pada mahasiswa di Kota Bandung (Firdaus dan Yusuf, 2018; Vilanty dan Sumaryanti, 2019; Wahyudi, 2020; Mubarok, 2021). Sampel pada penelitian ini diambil menggunakan pendekatan *convenience sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Pendekatan *convenience sampling* memilih partisipan berdasarkan kesediaannya untuk menjadi responden (Creswell, 2011).

Kriteria subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa berusia 18 sampai 22 tahun. Rentang usia ini dipilih karena menurut Willis (2014) mahasiswa merupakan individu atau peserta didik yang memiliki rentang umur 18-24 tahun dan berada pada tahap perkembangan dewasa awal yang rentan melakukan pembelian impulsif (Wood, 1998; Aprianur, 2020).

Data dari BPS (2020) menunjukkan bahwa Populasi dalam penelitian ini berjumlah

396.585 orang. Peneliti membuat sampel dengan menggunakan Rumus Slovin (Sugiyono, 2012). Alasan peneliti menggunakan rumus ini karena dalam pembuatan sampel, jumlahnya harus representatif agar hasil penelitian dapat di generalisasikan dan dapat dibuat dengan rumus serta perhitungan sederhana. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = persentase kelonggaran kesalahan penarikan sampel yang dapat ditolerir atau diinginkan

Maka perhitungannya adalah sebagai berikut

$$n = \frac{396585}{1 + 396585(0.05)^2}$$

$$n = 400$$

Sesuai dengan hasil yang didapat, maka jumlah sampel yang akan menjadi responden pada penelitian ini adalah sebanyak 400 orang.

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini yaitu variabel *self-esteem* (harga diri) sebagai variabel bebas kesatu (X_1), variabel *self-regulation* (regulasi diri) sebagai variabel bebas kedua (X_2), dan variabel pembelian impulsif sebagai variabel terikat (Y).

2. Definisi Konseptual

- *Self-Esteem*

Self-Esteem menurut Rosenberg (1979) adalah persepsi dan kepercayaan diri yang unik, kompeten dan berharga serta ditentukan selama evaluasi diri terus menerus secara subyektif.

- *Self-Regulation*

Self-Regulation menurut Kanfer (1970) adalah kemampuan manusia untuk berusaha dalam merencanakan dan mencapai hasil adaptasi melalui perilaku yang mengacu pada tujuannya.

- Pembelian Impulsif

Pembelian Impulsif menurut Verplanken dan Herabadi (2001) adalah pembuatan keputusan secara cepat dan emosional yang diikuti oleh proses berpikir mengenai konsekuensi setelah melakukan pembelian.

3. Definisi Operasional

- *Self-esteem*

Self-esteem pada penelitian ini adalah keadaan pada mahasiswa dalam melihat dan menilai kepercayaan dirinya sendiri melalui evaluasi diri secara terus menerus secara subyektif yang ditandai oleh dua aspek, yaitu *self-acceptance* dan *self-respect*.

- *Self-Regulation*

Self-Regulation dalam penelitian ini merupakan sebuah situasi saat mahasiswa berusaha dalam merencanakan dan mengatur perilakunya untuk mencapai tujuannya yang dicirikan oleh dua aspek, yaitu *impulse control* dan *goal settings*.

- Pembelian Impulsif

Pembelian Impulsif dalam penelitian ini adalah kondisi pada mahasiswa yang melakukan perilaku belanja secara cepat, emosional, dan diikuti oleh proses berpikir mengenai konsekuensi setelah melakukan pembelian yang ditandai dengan dua aspek yaitu kognitif dan afektif

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner atau angket yang

isinya berdasar pada instrumen *self-esteem*, *self-regulation*, dan pembelian impulsif. Kuesioner disebarakan kepada responden mahasiswa yang sesuai dengan kriteria sampel secara luring (*offline*) dan daring (*online*) melalui *google form*. Data yang terkumpul kemudian akan dianalisis untuk ditarik suatu kesimpulan oleh peneliti.

E. Instrumen Penelitian

1. Instrumen *Self-Esteem*

A. Dasar Pemilihan Instrumen

Untuk mengukur *self-esteem*, digunakan instrumen yang disusun oleh Rosenberg yaitu *Rosenberg Self-Esteem Scale* (1965) yang telah diterjemahkan oleh Mahardika (2021). Skala ini dibuat berdasarkan variabel *self-esteem* yang terdiri dari dimensi *self-acceptance* dan *self-respect*.

B. Pengisian Kuesioner

Alat ukur ini meminta responden untuk mengisi 5 *item* untuk dimensi *self-acceptance* dan 5 *item* untuk dimensi *self-respect*. Total keseluruhan *item* adalah 10 dengan tingkat reliabilitas 0,845. Pada *item-item* yang telah disediakan oleh peneliti, responden diminta untuk mengisi kuesioner pada tautan *google form* dengan memilih satu dari lima pilihan jawaban. Skala yang digunakan adalah skala likert yang terdiri dari lima kategori jawaban yaitu “Sangat Setuju” (SS), “Setuju” (S), “Netral” (N), “Tidak Setuju” (TS), dan “Sangat Tidak Setuju” (STS).

C. Sebaran Item

Instrumen *self-esteem* memiliki 10 *item* yang mewakili dimensi *self-esteem* yang terdiri dari *self-acceptance* dan *self-respect*. Dibawah ini adalah sebaran *item* untuk *self-esteem*.

Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Instrumen *Self-Esteem*

Dimensi	Favorable	Unfavorable	Jumlah
<i>self-acceptance</i>	1,3,4	2,5	5
<i>self-respect</i>	7,10	6, 8, 9	5
Total <i>Item</i>			10

D. Penyeoran

Penyeoran pada instrumen *self-esteem* dilakukan berdasarkan prinsip *item favorable* dan *unfavorable* seperti yang dapat dilihat pada table dibawah ini.

Tabel 3. 2 Penyeoran Instrumen *Self-Esteem*

Pilihan Jawaban	Skor
	Item <i>Favorable</i>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Tabel 3. 3 Penyeoran Instrumen *Self-Esteem*

Pilihan Jawaban	Skor	Norma
	Item <i>Unfavorable</i>	
Sangat Tidak Setuju (STS)	5	penelitian
Tidak Setuju (TS)	4	menjadi
Netral (N)	3	Adapun
Setuju (S)	2	menurut
Sangat Setuju (SS)	1	dalam

E. Kategorisasi

Skala dalam ini dikategorikan lima level. rumus norma Ihsan (2020) dirumuskan tabel berikut ini:

Tabel 3. 4 Kategorisasi Norma Instrumen *Self-Esteem*

Kategorisasi	Rumus Kategorisasi
--------------	--------------------

Rendah	$X < \mu$
Tinggi	$X \geq \mu$

Keterangan:

X : Jumlah nilai responden pada instrument

μ : Rata-rata skor total

F. Interpretasi Kategori Skor

Skor *self-esteem* yang tinggi menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan untuk menerima dan bersikap positif kepada diri sendiri, sedangkan skor *self-esteem* yang rendah menunjukkan bahwa responden cenderung kurang percaya dan bersikap negatif kepada dirinya sendiri.

2. Instrumen *Self-Regulation*

A. Dasar Pemilihan Instrumen

Untuk mengukur *Self-regulation* digunakan skala yang dikembangkan oleh Neal dan Carey (2005) yang telah dikembangkan oleh Orosova *et al.* (2018). Skala ini dibuat berdasarkan variabel *self-regulation* yang terdiri dari dimensi *impulse control* dan *goal settings*.

B. Pengisian Kuesioner

Responden diminta mengisi 11 *item* untuk dimensi *impulse control* dan 10 *item* untuk dimensi *goal settings*. Sehingga total keseluruhan *item* adalah 21 *item* pertanyaan dengan reliabilitas semua item 0,931. Pada *item-item* yang disediakan peneliti, responden diminta untuk mengisi kuesioner pada tautan *google form* dengan memilih salah satu dari lima pilihan jawaban. Skala ini disusun menggunakan 5 kategori jawaban yaitu “Sangat Setuju” (SS), “Setuju” (S), “Netral” (N), “Tidak Setuju” (TS), dan “Sangat Tidak Setuju” (STS).

C. Sebaran *Item*

Instrumen *Self-regulation* memiliki 21 *item*, dan *item-item* tersebut mewakili dimensi *self-regulation* yang terdiri dari *impulse control* dan *goal settings*. Dibawah ini merupakan sebaran *item* untuk *self-regulation*

Tabel 3. 5 Kisi-Kisi Instrumen *Self-Regulation*

Dimensi	Favorable	Unfavorable	Jumlah
<i>Impulse Control</i>	6,7,9,10	1,2,3,4,5,8,11	11
<i>Goal Settings</i>	12,13,14,15,17,19,20,21	16,18	10
Total <i>Item</i>			21

D. Penyekoran

Penyekoran untuk instrumen *Self-regulation* dilakukan berdasarkan prinsip *item favorable* dan *unfavorable* yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 3. 6 Penyekoran Instrumen *Self-Regulation*

Pilihan Jawaban	Skor
	Item <i>Favorable</i>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Tabel 3. 7 Penyekoran Instrumen *Self-Regulation*

Pilihan Jawaban	Skor	Norma
	Item <i>Unfavorable</i>	
Sangat Tidak Setuju (STS)	5	dalam ini
Tidak Setuju (TS)	4	
Netral (N)	3	
Setuju (S)	2	
Sangat Setuju (SS)	1	

dikategorikan menjadi tiga level. Adapun rumus norma menurut Ihsan (2020) dirumuskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. 8 Kategorisasi Norma Instrumen *Self-Regulation*

Kategorisasi	Rumus Kategorisasi
Rendah	$X < \mu$
Tinggi	$X \geq \mu$

Keterangan:

X : Jumlah nilai responden pada instrument

μ : Rata-rata skor total

F. Interpretasi Kategori Skor

Skor *self-regulation* yang tinggi berarti responden cenderung memiliki kendali diri dan pengaturan target yang baik, sedangkan skor *self-regulation* yang rendah menunjukkan bahwa responden cenderung kurang memiliki kendali diri dan pengaturan target yang baik.

3. Instrumen Pembelian Impulsif

A. Dasar Pemilihan Instrumen

Untuk mengukur pembelian impulsif digunakan skala *Impulsive Buying Tendency Scale* yang dikembangkan oleh Verplanken dan Herabadi (2001) yang telah diterjemahkan oleh Sarah tahun 2020. Skala ini dibuat berdasarkan variabel pembelian impulsif yang terdiri dari dimensi Kognitif dan Afektif.

B. Pengisian Kuesioner

Responden diminta mengisi 10 *item* untuk dimensi Kognitif dan 10 *item* untuk dimensi afektif. Sehingga total keseluruhan *item* adalah 20 *item* pertanyaan dengan reliabilitas 0,86. Pada *item-item* yang disediakan peneliti, responden diminta untuk mengisi kuesioner pada tautan *google form* dengan memilih salah satu dari empat pilihan jawaban. Skala ini disusun menggunakan 4 kategori jawaban yaitu “Sangat Setuju” (SS), “Setuju” (S), “Tidak Setuju” (TS), dan “Sangat Tidak Setuju” (STS).

C. Sebaran Item

Instrumen pembelian impulsif memiliki 20 *item* yang mewakili dimensi pembelian impulsif terdiri dari kognitif dan afektif. Dibawah ini merupakan sebaran *item* untuk pembelian impulsif.

Tabel 3. 9 Kisi-Kisi Instrumen Pembelian Impulsif

Dimensi	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Kognitif	3,9,10	1,2,4,5,6,7,8	10
Afektif	11,12,13,15,16,17, ,18,19,20	14	10
Total <i>Item</i>			20

D. Penyekoran

Penyekoran untuk instrumen *Self-regulation* dilakukan berdasarkan prinsip *item favorable* dan *unfavorable* yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. 10 Penyekoran Item Instrumen Pembelian Impulsif

Pilihan Jawaban	Skor
	<i>Item Favorable</i>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (S)	4

Tabel 3. 11 Penyekoran Item Instrumen Pembelian Impulsif

Pilihan Jawaban	Skor
	<i>Item Unfavorable</i>
Sangat Tidak Setuju (STS)	4
Tidak Setuju (TS)	3
Setuju (S)	2
Sangat Setuju (S)	1

E. Kategorisasi Norma

Skala dalam penelitian ini dikategorikan menjadi lima level. Adapun rumus norma menurut Ihsan (2020) dirumuskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. 12 Kategorisasi Norma Instrumen Pembelian Impulsif

Kategorisasi	Rumus Kategorisasi
Rendah	$X < \mu$
Tinggi	$X \geq \mu$

Keterangan:

X : Jumlah nilai responden pada instrument

μ : Rata-rata skor total

F. Interpretasi Kategori Skor

Skor pembelian impulsif yang tinggi menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan kognitif dan afektif yang rendah saat berbelanja, sedangkan skor pembelian impulsif yang rendah berarti responden cenderung tinggi dalam aspek kognitif dan afektif saat berbelanja.

F. Pengembangan Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari tiga instrument dan merupakan instrumen hasil adaptasi. Rosenberg *Self-Esteem Scale* digunakan untuk mengukur *self-esteem*, *Short Self-Regulation Questionnaire* digunakan untuk mengukur *self-regulation*, dan *Impulsive Buying Tendency* digunakan untuk mengukur pembelian impulsif. Tahap pengembangan alat ukur yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Alih Bahasa

Pada penelitian ini salah satu alat ukur yang digunakan menggunakan Bahasa Inggris yaitu *short self-regulation questionnaire* yang disusun oleh Neal dan Carey (2005) dan dikembangkan oleh Orosova *et al.* (2018). Alih Bahasa dilakukan untuk menyesuaikan alat ukur dengan konteks penelitian dan agar lebih dipahami oleh responden yang mengisi kuesioner (Creswell, 2012).

2. Expert Judgement

Expert Judgement dilakukan pada instrumen *self-regulation*. *Expert Judgement* dilakukan untuk menelaah setiap instrumen agar mewakili aspek yang akan diukur (Sumanto, 2014). Dalam penelitian ini, *expert judgement* dilakukan oleh ahli Psikologi yaitu Ita Juwitaningrum, S.Psi., M.Pd. dan Farhan Zakariyya, S.Psi., M.Psi., Psikolog.

3. Uji Coba Instrumen

Peneliti melakukan uji coba pada instrumen *self-regulation*. Uji coba dilakukan kepada 482 responden. Proses uji coba dilakukan pada 20 Juli 2022 sampai dengan 9 Agustus 2022 kepada mahasiswa yang berbelanja produk *fashion* secara *online* di Bandung. Penyebaran uji coba instrumen berupa kuesioner yang disebarakan secara *online* pada tautan *google form*.

G. Analisis Item dan Reliabilitas

a. *Self-Esteem*

- Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu cara yang dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan kemampuan suatu instrumen (Azwar, 2016). Berdasarkan tes reliabilitas yang telah dilakukan oleh Mahardika (2021) untuk variabel *self-esteem*, diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,845. Dalam interpretasi hasil perhitungan koefisien reliabilitas item, digunakan acuan dari Koefisien Reliabilitas Guilford (1956) dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. 13 Koefisien Reliabilitas Guilford

Koefisien Reliabilitas	Interpretasi
0.1 – 0.20	Tidak reliabel

>0.20 – 0.40	Kurang reliabel
>0.40 – 0.60	Cukup reliabel
>0.60 – 0.80	Reliabel
>0.80 – 1.00	Sangat reliabel

b. *Self-Regulation*

- Analisis Item

Analisis Item dilakukan pada 21 *item self-regulation* menggunakan SPSS Statistic versi 26. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa dari 21 *item* tersebut memiliki nilai *r* antara 0.420-0.737, yang artinya nilai *item* total statistik *r* > 0.3 atau memiliki daya beda yang baik. Oleh karena itu, keseluruhan *item* pada alat ukur ini dapat digunakan untuk penelitian.

- Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas ini peneliti menggunakan Teknik *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program SPSS 26 *for windows*. Setelah dilakukan analisis reliabilitas oleh peneliti, diperoleh nilai koefisien sebesar 0.931, artinya alat ukur *self-regulation* pada penelitian ini amat reliabel.

c. Pembelian Impulsif

- Reliabilitas

Dari tes reliabilitas yang dilakukan oleh Sarah (2020) untuk variabel pembelian impulsif, diperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.86. Berdasarkan tabel koefisien reliabilitas Guilford, instrumen pembelian impulsif termasuk pada kategori Sangat Reliabel.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh *self-esteem* (X1) dan *self-regulation* (X2) terhadap pembelian impulsif (Y) produk *fashion* berbasis *online* pada mahasiswa di Kota Bandung. Data yang telah masuk kemudian diuji

hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan aplikasi SPSS *for Windows* versi 26.

I. Prosedur Penelitian

Prosedur pelaksanaan penelitian dilakukan dengan tiga tahap, yaitu tahap pra-pelaksanaan, tahap pelaksanaan, dan pasca pelaksanaan. Langkah-langkah yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

- Tahap Pra-Pelaksanaan

Peneliti menentukan beberapa hal untuk penelitian ini antara lain menentukan topik penelitian, melakukan kajian literatur mengenai variabel yang diteliti, membuat rencana penelitian, perumusan masalah, menentukan jumlah sampel berdasarkan populasi, menentukan alat ukur yang akan digunakan, menerjemahkan instrumen, *expert judgement* instrumen, dan melakukan pengambilan data pada responden yang memiliki kriteria sesuai.

- Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap ini, peneliti melakukan pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner penelitian yang dibuat secara *online* di *google form* melalui *WhatsApp Group*, *Twitter*, *Telegram Group*, dan *Instagram* kepada responden yang memenuhi kriteria. Kuesioner diisi oleh 450 responden. Pengambilan data dilakukan dari 8 September 2022 sampai 25 September 2022.

- Tahap Pasca Pelaksanaan

Dalam tahap ini, peneliti menggunakan *software* SPSS *Statistics* 26. Setelah itu data yang telah diolah diinterpretasikan, disusun hasil penelitiannya, dan membuat kesimpulan hasil penelitian dan saran.

J. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi, perlu dilakukan uji asumsi klasik sebagai prasyarat dalam melakukan analisis regresi. Dalam penelitian ini dilakukan dua uji asumsi klasik yaitu uji normalitas dan uji multikolinearitas.

- Uji Normalitas

Tabel 3. 14 Uji Normalitas dengan SPSS versi 26

Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.283 ^d
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.272
	Upper Bound	.295

Berdasarkan tabel 3.14, diperoleh bahwa uji normalitas untuk ketiga variabel sebesar 0.283. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal karena ketiga variabel memiliki nilai signifikansi diatas 0.05.

- Uji Multikolinearitas

Tabel 3. 15 Hasil Uji Multikolinearitas Menggunakan SPSS versi 28

	Colinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Self-Esteem</i>	.620	1.613
<i>Self-Regulation</i>	.620	1.613

Dependent Variable: PEMBELIAN IMPULSIF

Berdasarkan tabel 3.15, diketahui bahwa nilai *tolerance* yang diperoleh yaitu sebesar 0.620. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas karena nilai *tolerance* diatas 0.10. Sedangkan nilai VIF adalah 1.613 yang berarti tidak terjadi indikasi multikolinearitas karena nilai VIF lebih besar dari 10.

Berdasarkan hasil uji normalitas dan uji multikolinearitas, data dalam penelitian ini dapat dikatakan memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi berganda.