

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian Kuantitatif

Metode penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang digunakan untuk penelitian pada populasi dan sampel tertentu, menggunakan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data, analisis data bersifat kuantitatif, serta memiliki tujuan yaitu untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2013).

3.2. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua variabel yaitu variabel tergantung dan variabel bebas. Variabel tergantung pada penelitian ini yaitu pembelian impulsif, sedangkan untuk variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kontrol diri.

3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.3.1. Pembelian impulsif konsumen wanita dewasa dini e-commerce Shopee

Pembelian impulsif merupakan suatu perilaku pembelian yang dilakukan oleh konsumen wanita dewasa dini *e-commerce* Shopee yang terjadi secara mendadak, tanpa ada rencana dan karena adanya stimulus dari luar. Pembelian impulsif dapat diukur dengan menggunakan skala pembelian impulsif yang disusun berdasarkan karakteristik pembelian impulsif yaitu spontanitas; kekuatan, kompulsi, dan intensitas; kesenangan dan stimulasi; ketidakpedulian akan akibat.

3.3.2. Kontrol Diri

Kontrol diri adalah kemampuan yang dimiliki individu dalam mengatur dirinya dan pengaturan proses-proses psikologi dalam membentuk dirinya kearah yang lebih positif. Kontrol diri dapat diukur dengan menggunakan skala kontrol diri yang disusun berdasarkan aspek kontrol diri yang terdiri dari kontrol perilaku, kontrol kognitif, serta kontrol keputusan.

3.4. Subjek Penelitian

3.4.1. Populasi

Populasi adalah subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Populasi pada penelitian ini adalah konsumen wanita dewasa dini *e-commerce* Shopee, dengan rentang usia 18 sampai 30 tahun. Memiliki minimal *member gold* dan *platinum*. Pada *member gold* dengan minimum pembelanjaan 60 kali dalam enam bulan. *Member platinum* dengan minimal pembelian 75 kali dalam enam bulan.

3.4.2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *snowball sampling* yaitu, teknik pengambilan sampel penelitian yang awalnya jumlahnya kecil kemudian membesar (Sugiyono, 2013). Alasan menggunakan *snowball sampling* karena peneliti pertama-tama menentukan beberapa orang untuk dijadikan sampel penelitian. Jika dengan beberapa orang ini masih merasa kurang maka peneliti mencari orang lain lagi untuk dijadikan sampel

dengan minta bantuan teman-teman peneliti untuk menyebarkan kuesioner sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti dan melalui sosial media sehingga jumlah sampel pada penelitian ini semakin banyak.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Alat Ukur

Penelitian ini menggunakan alat ukur berupa Skala Likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk fenomena sosial yang ditetapkan oleh peneliti. Skala ini digunakan untuk mengukur pendapat, persepsi serta perilaku seseorang ataupun sekelompok orang. Bentuk jawaban dari setiap instrumen berupa gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif (Sugiyono, 2013). Skala yang digunakan dalam penelitian ini memiliki empat alternatif jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS).

3.5.2. *Blue Print*

a. Skala Pembelian Impulsif

Skala pembelian impulsif disusun oleh peneliti berdasarkan karakteristik pembelian impulsif dari Engel, dkk. (1995) yaitu : spontanitas; kekuatan, kompulsi, dan intensitas; kesenangan dan stimulasi; ketidakpedulian akan akibat ke dalam 12 *item* pernyataan yang terdiri dari 2 *item favorable* dan 1 *item unfavorable* pada tiap aspeknya. *Blue print* dari skala pembelian impulsif sebagai berikut:

Tabel 3. 1. *Blue Print* Skala Pembelian Impulsif pada Konsumen Wanita Dewasa Dini *E-commerce* Shopee

No.	Karakteristik	Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1.	Spontanitas	2	1	3
2.	Kekuatan, kompulsi, dan intensitas	2	1	3
3.	Kesenangan dan stimulasi	2	1	3
4.	Ketidakpedulian akan akibat	2	1	3
	Total	8	4	12

b. Skala Kontrol Diri

Skala kontrol diri disusun oleh peneliti berdasarkan aspek kontrol diri menurut Averill (dalam Ghufron dan Suminta, 2012) yaitu : kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan, ke dalam 12 *item* pernyataan yang terdiri dari 2 *item favorable* dan 2 *item unfavorable* pada tiap aspeknya. *Blue print* dari skala kontrol diri sebagai berikut:

Tabel 3. 2. *Blue Print* Skala Kontrol Diri pada Konsumen Wanita Dewasa Dini *E-commerce* Shopee

No.	Aspek	Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1.	Kontrol perilaku	2	2	4
2.	Kontrol kognitif	2	2	4
3.	Kontrol keputusan	2	2	4
	Total	6	6	12

3.6. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Menurut Sugiyono (2013) alat ukur yang baik digunakan untuk mengumpulkan data adalah alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang semestinya diukur maka alat ukur ini dapat dinyatakan valid. Penelitian ini melakukan pengujian validitas dengan teknik korelasi

Bivariate yaitu antar skor *item* dengan skor total pada skala kontrol diri terhadap skala pembelian impulsif dengan menggunakan teknik analisa *item* menurut Sugiyono (2013) dimana tiap butir *item* dikorelasikan dengan skor total yang ada. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Bivariate* yaitu *corrected item – total correlation* dengan syarat r hitung $>$ nilai r tabel yang nilainya ditinjau dari koefisien korelasi bobot *item* yang dikoreksi kembali untuk menghitung korelasi *item* - total dengan menggunakan teknik *Part-Whole*.

Reliabilitas adalah alat ukur yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama maka data yang dihasilkan akan tetap sama (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach* sebagai alat pengujian reliabilitas skala kontrol diri dan skala pembelian impulsif. Koefisien reliabilitas alat ukur dapat dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika memiliki nilai koefisien 0,70 keatas (Azwar, 2019).

3.7. Teknik Analisis Data

Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara statistik dikarenakan hasil dari data yang diperoleh berupa data angka. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik korelasi *Spearman*. Sebelumnya peneliti menentukan teknik korelasi *Product Moment*, tetapi karena hasil uji normalitas menunjukkan bahwa kedua variabel dalam penelitian ini memiliki distribusi data yang tidak normal maka peneliti mengganti metode penelitian dengan menggunakan teknik korelasi *Spearman*. *Spearman* adalah teknik yang digunakan untuk menguji kekuatan hubungan kedua variabel yang kedua datanya tidak harus memiliki distribusi yang normal (Sugiyono, 2013). Berdasarkan

analisa dari teknik *Spearman* hasil analisisnya nanti akan menunjukkan keterkaitan antara variabel bebas yaitu kontrol diri dengan variabel tergantung yaitu pembelian impulsif (Sugiyono, 2013).

