

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana dalam penelitian yang akan dilakukan menekankan analisis pada data numerikal (angka) yang akan diolah dengan metode statistika guna memperoleh signifikansi hubungan antar variabel (Azwar, 2012).

Berdasarkan tujuan penelitian yang dilakukan, teknik penelitian yang digunakan adalah pendekatan korelasional untuk memperoleh informasi mengenai hubungan yang terjadi diantara variable - variabel yang bersangkutan (Azwar, 2012).

#### **B. Identifikasi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi yang kemudian ditarik dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Adapun variabel dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yaitu:

1. Variabel Bebas : *Impulsive Buying*
2. Variabel Terikat : *Self Esteem*

#### **C. Definisi Operasional**

##### **1. Impulsive Buying**

Perilaku *Impulsive buying* adalah tinggi rendahnya intensitas perilaku berbelanja yang spontan dalam keputusannya dan tanpa di rencanakan terlebih

dahulu disetiap transaksinya hal ini lah yang menyebabkan semakin tinggi tingkat pembelian maka terbentuklah perilaku *impulsive buying* begitu pula sebaliknya.

Aspek yang digunakan untuk mengukur variabel *impulsive buying* yaitu aspek *impulsive buying* yang dikemukakan oleh Engel dkk (2013) yang terdiri dari aspek spontanitas, kegairahan & stimulus, kekuatan, kompulsi & intensitas, dan ketidakpedulian. *Impulsive Buying* diukur dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk skala likert dengan lima pilihan jawaban yaitu, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

## **2. *Self Esteem***

*Self esteem* merupakan tinggi rendahnya penilaian pribadi terhadap perasaan berharga yang diekspresikan di dalam sikap - sikap yang dipegang oleh individu tersebut. Menurut Coopersmith (dalam Burn 1993) aspek yang digunakan yaitu perasaan berharga, perasaan mampu, dan perasaan diterima. *Self esteem* diukur dengan menggunakan bentuk skala likert dengan lima pilihan jawaban yaitu, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

## **D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

### **1. Populasi Penelitian**

Populasi penelitian merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah remaja putri yang berusia 18 – 21 tahun di universitas muhammadiyah surabaya.

## **2. Sampel**

Sampel dalam penelitian adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi penelitian yang ada. Sampel yang diambil dalam penelitian dilakukan untuk mewakili seluruh populasi (Sugiyono, 2016). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini remaja yang berusia 18 – 21 tahun dengan jumlah 97 orang. Hal ini didasari dari ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 (Roscoe dalam Sugiyono, 2016).

## **3. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Teknik Purposive Sampling* merupakan salah satu pengambilan sampel yang didasarkan atas tujuan tertentu dari populasi yang telah diketahui karakteristiknya (Sugiyono,2016). Adapun kriteria sampel pada penelitian ini yaitu:

- a. Remaja yang gemar pergi ke mall
- b. Memiliki usia sekitar 18 – 21 tahun

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan salah satu bentuk instrument pengumpulan data yang sangat fleksibel dan relatif mudah digunakan, dan data yang diperoleh

melalui penggunaan kuesioner adalah data yang dikategorikan sebagai data faktual (Azwar,2012).

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert yang akan digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel pada skala likert. Indikator tersebut dijadikan sebagai acuan untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2016). Skala likert memberikan empat alternatif pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Kuesioner dalam penelitian ini disusun ke dalam dua bentuk yaitu favorabel dan unfavorabel dengan skor sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Skor Skala Variabel *Impulsive Buying***

Jawaban	Favorable	Unfavorable
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

**Tabel 3.2 Skor Skala Variabel *Self Esteem***

Jawaban	Favorable	Unfavorable
Sangat Setuju (SS)	4	1

Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

**Tabel 3.3. *Blueprint Skala Impulsive Buying***

No	Aspek	Indikator	Nomer Item		Total	Bobot
			Favorable	Unfavorable		
1.	Aspek Spontanitas	pembelian yang tidak terduga dan memotivasi individu untuk melakukan pembelian karena respon terhadap stimulus visual yang ada pada took	1, 2, 7, 8, 16, 30, 39,40	23, 31	10	25%
2.	kegairahan & stimulus	adanya desakan untuk membeli dengan diikuti emosi yang mengairahkan atau menggerakkan	3, 9, 17, 22, 24, 25, 26, 38	29, 32	10	25%

3.	kekuatan, kompulsi & intensitas	mengesampingkan hal lain dan seketika melakukan tindakan membeli	5, 10, 11, 12, 33	18, 21, 28, 37, 4	10	25%
4.	Ketidakpedulian	Sulitnya menolak desakan untuk membeli suatu barang sehingga akibat negatif dari pembelian sering diabaikan.	6, 13, 14, 34	15, 19, 20, 27, 35, 36	10	25%
	Jumlah				40	100%

**Tabel 3.4. Blueprint Skala Self Esteem**

No	Aspek	Indikator	Nomor Item		Total	Bobot
			Favorable	Unfavorable		
1.	Aspek perasaan berharga	merasa dirinya berharga dan dapat menghargai orang lain	1, 2, 3, 14, 20, 21, 22, 23	32, 37, 36, 14, 13	13	32,5%
2.	Aspek perasaan	merasa mampu mencapai sesuatu	4, 5, 15, 19, 35,	34, 31, 30, 18, 11, 10	15	37,5%

	mampu	hasil yang diharapkan	39, 38, 33, 28			
3.	Aspek perasaan diterima	Merasa dapat diterima sebagai individu oleh kelompok	6, 7, 16, 17, 29, 27, 26	24, 25, 40, 9, 8	12	30%
	Jumlah				40	100%

## F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

### 1. Validitas

Validitas merupakan data yang komperhensif dan relevan dengan tujuan penelitian (Azwar,2012). Suatu alat ukur dikaitkan valid apabila alat ukur tersebut tidak hanya mengungkapkan data dengan tepat akan tetapi juga memberikan gambaran mengenai data penelitian.

Pengujian validitas dalam penelitian ini dengan cara pengujian daya diskriminasi aitem yang dilakukan dengan cara menghitung koefisien korelasi antara skor aitem dengan skor aitem total, dan dianalisis dengan menggunakan korelasi *Product Momen Pearson* (Azwar,2012). Sedangkan semakin tinggi koefisensi korelasi positif antara skor aitem dengan skor skala artinya semakin tinggi pula konsistensi antara aitem tersebut dengan skala secara keseluruhan yang berarti semakin tinggi daya bedanya.

Pengujian validitas dengan cara pengujian daya diskriminasi aitem yang dilakukan dengan cara menghitung koefisien korelasi antara distribusi skor aitem dengan distribusi skor skala itu sendiri, dianalisis dengan cara korelasi *product-moment* Pearson (Azwar, 2012). Sedangkan tinggi koefisien korelasi positif antara skor aitem dengan skor skala berarti semakin tinggi konsistensi antara aitem tersebut dengan skala secara keseluruhan yang berarti semakin tinggi daya bedanya. Untuk memvalidasi skor aitem dalam suatu skala rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{iY} = \frac{\sum iY - (\sum i)(\sum Y)/n}{\sqrt{[\sum i^2 - (\sum i)^2/n][\sum Y^2 - (\sum Y)^2/n]}}$$

**Keterangan :**

- i : Skor aitem
- Y : Skor skala
- n : Banyaknya subyek

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya. Apabila suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat ukur tersebut *reliable*. Dapat disimpulkan dengan kata lain realibilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama (Azwar,2012).



Uji reliabilitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *alpha cronboach*. Hal ini dikarenakan teknik tersebut yang dapat mengukur indikator – indikator yang di gunakan dalam kuesioner penelitian (Azwar, 2012).

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS Statistik 20 untuk menguji reliabilitas instrument dalam penelitian ini. Adapun rumus koefisiensi reliabilitas *alpha chronbach* sebagai berikut:

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

- r = Koefisien reliabilitas yang dicari
- k = Jumlah butir pernyataan
- $\sigma_i^2$  = Varians butir-butir pernyataan
- $\sigma^2$  = Varians skor

### **G. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan setelah data dari responden telah terkumpul. Kegiatan yang dilakukan dalam menganalisis data adalah tabulasi data, menyajikan data, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2016).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data interval yang berasal dari kuesioner. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis hubungan antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Berdasarkan jenis data dan

hipotesis yang akan diujikan maka teknik statistik yang digunakan adalah statistik korelasi product moment.

Untuk mencari hubungan antar dua variabel atau lebih dilampirkan dengan menghitung korelasi antar dua variabel yang akan digunakan untuk menguji hubungan antara satu variabel bebas dan satu variabel terikat

## H. Kerangka Kerja

Gambar 3.1 Kerangka Kerja

