

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah *scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkritempiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Pada penelitian ini, penulis membuat batasan penelitian kepada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta yang masih aktif dan menggunakan aplikasi Shopee.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta yang menggunakan aplikasi Shopee untuk *shopping online*. Penulis akan meneliti populasi Mahasiswa S1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta yang aktif angkatan tahun 2018 – 2022 yang menggunakan *marketplace* Shopee.

Tabel 3-1
Data Mahasiswa Aktif Tahun 2021

Angkatan	Manajemen	Akuntansi	Total
2018	332	307	639
2019	312	278	590
2020	279	268	547
2021	263	250	513
Total	1.186	1.103	2.289

Sumber : Biro Administrasi Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Indonesia Jakarta.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel penelitian ini adalah Mahasiswa S1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE), Jakarta yang menggunakan *e-commerce* Shopee yang sesuai dengan kebutuhan penelitian ini dan dapat dijadikan *response* untuk ukuran sampel penelitian. Penulis akan menggunakan sampel untuk kriteria pada penelitian ini yaitu Mahasiswa S1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE), Jakarta yang berstatus aktif pada tahun genap 2021 yang menggunakan *marketplace* Shopee.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pada kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Sampel tersebut ditentukan oleh peneliti sesuai dengan kriteria tertentu. Dimana sampel penelitian ini adalah responden dengan kriteria berikut ini:

- 1) Responden merupakan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE), Jakarta yang berstatus aktif pada tahun genap 2021
- 2) Responden mempunyai aplikasi Shopee
- 3) Responden sering berbelanja di marketplace Shopee
- 4) Responden sering berbelanja online minimal 1-3 kali dalam sebulan.

Dalam penelitian ini, Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N: Populasi

e : Tingkat Error

Dengan jumlah Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta berstatus aktif sebanyak 2.289 mahasiswa, dan dengan tingkat eror 5% maka jumlah sampel minimal yaitu:

$$n = \frac{2.289}{1 + (2.289 \times 0,05^2)}$$

$$n = 340.50 \text{ responden} = \mathbf{341 \text{ responden}}$$

Hasil perhitungan penulis jumlah sampel yang dijadikan responden sebanyak 341 responden. Dengan kemungkinan terjadinya data yang gagal, maka jumlah sampel dalam penelitian ini menjadi **350 responden**.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Data Penelitian

Jenis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah Data Primer. Data primer adalah sumber data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung kepada pengumpul data. Sumber data diperoleh Biro Administrasi Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Indonesia Jakarta. Periode data dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa S1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Indonesia Jakarta yang aktif angkatan tahun 2018 – 2021.

3.3.2. Metoda Pengumpulan Data

Metoda pengumpulan data primer dilakukan secara langsung melalui pengisian kuesioner. Data primer yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner yang dibagikan melalui grup *whatsapp* atau jaringan pribadi melalui *link google form* kepada responden yaitu Mahasiswa S1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Indonesia Jakarta yang sering berbelanja *online* di Shopee.

3.4. Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Berikut variable penelitian terdiri dari:

- a) Variable Bebas (*Independent*) merupakan variable yang mempengaruhi terjadinya perubahan variable dependen (terikat). Dalam penelitian ini variable independen dilambangkan dengan X, penelitian ini yang digunakan adalah faktor sosial, faktor psikologi, dan literasi keuangan sebagai X_1 , X_2 , X_3 .
- b) Variable Terikat (*Dependent*) merupakan variable yang dipengaruhi karena adanya variable bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen (terikat) nya adalah perilaku konsumtif *shopping online* yang dilambangkan dengan Y.

Operasional Variabel dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, serta sumber pengukuran berasal dari mana. Skala yang digunakan untuk mengukur indikator pada variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) adalah skala ordinal. Dalam penelitian ini kuesioner yang dibagikan diukur dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2019:146) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3-2
Pemberian Skor untuk jawaban Kuesioner

Keterangan	Skor	Skala
Sangat Setuju	4	Likert
Setuju	3	Likert
Tidak Setuju	2	Likert
Sangat Tidak Setuju	1	Likert

Sumber : Sugiyono (2019:147)

Berikut adalah indikator-indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3-3
Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Faktor Sosial (X_1)	a. Kelompok Acuan	Ordinal
	b. Keluarga	
	c. Peran dan Status	
Faktor Psikologi (X_2)	a. Kepercayaan	Ordinal
	b. Keamanan Berbelanja	
	c. Motivasi Berbelanja	
Literasi Keuangan (X_3)	a. Pengetahuan Keuangan	Ordinal
	b. Perilaku dan Keterampilan Keuangan	
	c. Risiko Keuangan	
Perilaku Konsumtif (Y)	a. Pembelian Impulsif	Ordinal
	b. Pemborosan	
	c. Mencari Kesenangan	

Sumber : data diolah oleh penulis, 2022

3.5. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.5.1. Analisis Data Penelitian

- 1) Rumusan masalah pertama apakah Faktor Sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif *online shopping* di kalangan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Indonesia Jakarta pada Bab 1 dihitung dengan menggunakan tabulasi tanggapan responden mengenai faktor sosial.

- 2) Rumusan masalah kedua apakah Faktor Psikologi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif *online shopping* di kalangan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Indonesia Jakarta pada Bab 1 dihitung dengan menggunakan tabulasi tanggapan responden mengenai faktor psikologi.
- 3) Rumusan masalah ketiga apakah Faktor Literasi Keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif *online shopping* di kalangan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Indonesia Jakarta pada Bab 1 dihitung dengan menggunakan tabulasi tanggapan responden mengenai faktor literasi keuangan.
- 4) Rumusan masalah keempat apakah Faktor Sosial, Faktor Psikologi dan Literasi Keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif *online shopping* di kalangan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Indonesia Jakarta pada Bab 1 dihitung dengan menggunakan tabulasi tanggapan responden mengenai perilaku konsumtif.

3.5.2. Analisis Statistik Deskriptif Penguji Lain

Untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, penulis menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda (*multiple regression*) dengan teknik transformasi data menggunakan Metode Suksesif Interval (MSI) dan program yang digunakan adalah SPSS versi 21. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan teknik analisis data dengan:

3.5.2.1. Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r dihitung (nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada *output Cronbach alpha*) dengan nilai r tabel, sebagai berikut :

- 1) r hitung $>$ r tabel maka butir atau pertanyaan itu sah atau valid.
- 2) r hitung $<$ r tabel maka butir atau pertanyaan tersebut tidak sah atau valid.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Kriterianya jika :

- 1) *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka reliable
- 2) *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka tidak reliable.

3.5.2.3. Metode Suksesif Interval (MSI)

Data yang digunakan untuk variabel faktor sosial, faktor psikologi, dan literasi keuangan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang proses penyebaran datanya menggunakan *google form* dengan menggunakan skala ordinal. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda yang harus menggunakan data interval. Persyaratan prosedur tersebut harus mengubah data ordinal kedalam bentuk interval menggunakan Metode Suksesif Interval (MSI).

Ningsih & Dukalang (2019), menyatakan metode transformasi method of successive interval, dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

- 1) Menghitung frekuensi observasi untuk setiap kategori. Frekuensi merupakan banyaknya tanggapan responden dalam memilih skala ordinal 1 sampai 5
- 2) Menghitung proporsi pada masing-masing kategori. Proporsi dihitung dengan membagi setiap frekuensi dengan jumlah responden.
- 3) Dari proporsi yang diperoleh, dihitung proporsi kumulatif untuk setiap kategori. Proporsi kumulatif dihitung dengan menjumlah secara berurutan untuk setiap nilai.
- 4) Menghitung nilai Z (distribusi normal) dari proporsi kumulatif.
- 5) Menghitung nilai batas Z (nilai probability density function pada absis Z) untuk setiap kategori
- 6) Menghitung scale value (interval rata-rata) untuk setiap kategori. Dengan rumus :

$$\text{Scale} = \frac{\text{kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah dibawah batas atas} - \text{daerah dibawah batas bawah}}$$

- 7) Menghitung score (nilai hasil transformasi) untuk setiap kategori melalui persamaan :

$$\text{Score} = \text{scale value} + |\text{scale Valuemin}| + 1$$

Berikut contoh data skala ordinal diubah kedalam data interval:

Tabel 3-4

Contoh Data Skala Ordinal Diubah Menjadi Data Interval

Skala Ordinal	Frekuensi	Hasil Dalam Bentuk Interval
1	13	1
2	75	2,3113
3	36	3,2615
4	24	3,81
5	17	4,6027

Sumber: www.jonathansarwono.info/teori_spss/msi.pdf

3.5.2.4. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik merupakan analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linier Ordinary Least Square (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Pengujian Asumsi Klasik ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.5.2.5. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen maupun dependen mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak karena model regresi linier yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Maka uji normalitas dilakukan bukan pada masing-masing variabel melainkan pada nilai residualnya. Dalam Uji Normalitas ini memiliki dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan

analisis grafik dan uji statistik kolmogrof. Dalam penelitian ini dikarenakan responden yang cukup banyak, yang jika menggunakan metode lain dapat mengakibatkan data menyebar tidak normal, maka metode yang digunakan adalah metode *normal probability plot*. Dasar pengambilan dengan menggunakan metode *normal probability plot* menurut Ghozali (2018:163) :

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau garis histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.5.2.6. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Efek dari multikolinearitas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut berarti standar error besar, akibatnya ketika koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen yang dipengaruhi dengan variabel dependen. Terdapat beberapa cara mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas salah satunya yaitu multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflating Factor*). Dasar dalam mengambil keputusan pada uji multikolinearitas sebagai berikut :

- 1) Nilai Tolerance $> 0,10$ artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi, maka nilai koefisien regresi dikatakan handal atau kebal terhadap perubahan-perubahan yang terjadi pada variabel lainnya di dalam model regresi berganda.
- 2) Nilai VIF $< 10,0$ artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi, maka nilai koefisien regresi dikatakan tidak handal atau tidak kebal terhadap perubahan-perubahan yang terjadi pada variabel lainnya di dalam model regresi berganda.

3.5.2.7. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian dari residual suatu pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas. Sebuah model regresi dikatakan baik apabila terjadi homoskedastisitas dalam modelnya, atau dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda, yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat dengan residual error. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.5.2.8. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Berikut model persamaan regresi yang dikembangkan dalam penelitian ini :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y : minat beli

α : konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: koefisien regresi

X_1 : faktor sosial

X_2 : faktor psikologi

X_3 : faktor literasi keuangan

e : standar error

3.5.2.9. Uji Signifikansi F (Uji Statistik F)

Uji statistik f dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat. Uji f digunakan untuk dapat melihat bagaimanakah pengaruh dari semua variabelbebas yaitu, faktor sosial (X_1), faktor psikologi (X_2) dan faktor literasi keuangan (X_3) secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu perilaku konsumtif *shopping online* (Y). Jika F hitung berada pada $\text{sig} < 0,05$ H_0 ditolak dan H_a diterima yang mana berarti variabel bebas secara bersama-sama terdapat pengaruh yang positif terhadap variabel terikat. Namun sebaliknya, apabila F hitung pada $\text{sig} > 0,05$ H_0 diterima, H_a ditolak maka variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh positif terhadap variabel terikat.

3.5.2.10. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika terdapat nilai R^2 yang kecil itu berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen sangat terbatas. Jika nilai R^2 dapat mendekati satu itu berarti variabel-variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan agar dapat memprediksi variabel-variabel dependen. Koefisien Determinasi (Kd) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd : koefisien determinasi

r^2 : koefisien kuadrat kolerasi ganda

Setelah melewati seluruh teknik analisis di atas maka data dapat dianalisis dengan persamaan regresi linear berganda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh variable independen yaitu faktor sosial (X_1), faktor psikologi (X_2) dan kualitas informasi (X_3) terhadap variable dependen yaitu perilaku konsumtif *shopping online* (Y).