BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Amruddin *et al.* (2017) metode kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan intrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Filsafat *positivisme* memandang realitas/gejala/fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkret, teramati, terukur dan hubungan gejala bersifat sebab akibat.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengguna Tiktok *Shop* generasi Z yang berada di Bandar Lampung.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih lima bulan yang mulai dilaksanakan pada bulan Februari 2024 sampai dengan bulan Juni 2024.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Amruddin *et al.* (2017) Populasi merupakan seluruh kelompok yang akan diteliti pada cakupan wilayah dan waktu tertentu berdasarkan karakteristik yang ditentukan peneliti. Populasi tersebut akan menjai sumber data penelitian. Oleh karena itu, peneliti akan memilih sasaran populasi sesuai dengan tujuan penelitiannya. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna aplikasi Tiktok *Shop* generasi Z di Bandar Lampung.

2. Sampel Penelitian

Menurut Amruddin *et al.* (2017) sampel adalah bagian *representative* yang ditentukan untuk mewakili populasi atau bagian dari populasi yang terpilih menjadi sasaran penelitian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dimana pemilihan sampel sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, sampel penelitian ini adalah pengguna Tiktok *Shop* generasi Z dengan kisaran usia 12 sampai dengan 27 tahun, bertempat tinggal atau berdomisili di daerah Bandar Lampung.

Sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus *Lemeshow*, dimana digunakan untuk mengukur sampel yang jumlah populasinya tidak dapat diketahui. Berikut rumus *Lemeshow* dan perhitungannya :

Rumus :

$$\mathbf{n} = \frac{\boldsymbol{Z^2} \,.\, \boldsymbol{P}.\,(\mathbf{1} - \boldsymbol{P})}{\boldsymbol{d}^2}$$

Keterangan :

N = Jumlah Sampel

Z = Skor Kepercayaan (95% = 1,96)

P = Maksimal Estimasi (50% = 0,5)

D = Tingkat Kesalahan atau *sampling error* (10% = 0,1)

Perhitungannya :

$$\boldsymbol{n} = \frac{\mathbf{1{,}96^2.0{,}5(1-0{,}5)}}{\mathbf{0{,}1^2}}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{\mathbf{3{,}8416.0{,}5-0{,}5}}{\mathbf{0{,}1^2}}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{\mathbf{0{,}9604}}{\mathbf{0{,}1^2}}$$

n = 96,04

Berdasarkan rumus dan perhitungan di atas, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 96 responden. Untuk mempermudah penelitian ini maka jumlah sampel yang diperoleh dibulatkan menjadi 100 responden yang akan digunakan dan diteliti.

D. Sumber Data dan Jenis Data

1. Sumber Data

Menurut Amruddin *et al.* (2017) sumber data merupakan darimana peneliti memperoleh data untuk teliti. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data eksternal yang didapatkan dari luar berupa data primer. Data berupa responden pengguna Tiktok *Shop* generasi Z dengan kisaran usia 12 sampai dengan 27 tahun dan bertempat tinggal atau berdomisili di daerah Bandar Lampung.

2. Jenis Data

Menurut Amruddin *et al.* (2017) jenis data yang digunakan merupakan data yang bersifat kuantitatif yang dimana data yang diperoleh dapat diukur dalam suatu skala numerik atau berupa angka. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer yang mencakup informasi yang disampaikan oleh Pengguna Aplikasi Tiktok *Shop* generasi Z dengan kisaran usia 12 sampai dengan 27 tahun dan bertempat tinggal atau berdomisili di daerah Bandar Lampung melalui kuesioner yang disebarkan oleh peneliti.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Sub.Variabel	Indikator	No.Butir
Diskon (X1)	Diskon adalah suatu tindakan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli untuk meningkatkan penjualan.	a. Besarnya potongan harga, b. Masa potongan harga, c. Jenis produk yang dapat potongan harga Agustianti dalam Hakim et al. (2019)	1,2 3,4 5,6
Gratis Ongkos Kirim (X2)	Gratis ongkos kirim adalah program yang memberikan bentuk promosi yang dilakukan dalam penjualan *online* dan pembeli tidak perlu membayarkan biaya kirim produk.	a. Hanya membayar sebesar harga produk, b. Bebas biaya dalam pembelian tertentu, c. Bebas biaya kirim pada periode tertentu Rahmawati (2022)	7,8 9,10 11,12
Impulse Buying (Y)	*Impulse buying* adalah pembelian secara langsung serta tidak terencanakan sebelumnya dan konsumen memiliki ketertarikan kuat untuk membeli produk tersebut	a. Pembelian secara spontan, b. Membeli tanpa pikir panjang, c. Membeli barang sesuai perasaan, d. Membeli meski tidak butuh Padmasari & Widyastuti (2022)	13,14 15,16 17,18 19,20

Sumber : hasil olah yang disimpulkan peneliti 2024

F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Amruddin *et al.* (2017) teknik pengumpulan data merupakan penjelasan tentang alat apa saja yang digunakan dalam pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab atau diisi. Kuesioner penelitian ditujukan kepada

pengguna aplikasi Tiktok *Shop* yang bertujuan untuk memperoleh informasi tentang persepsi responden terkait pengaruh diskon dan gratis ongkos kirim pada aplikasi Tiktok *Shop*. Kuesioner pada penelitian ini disebarkan melalui *Google Form* ataupun secara langsung dan menggunakan *skala likert* yang akan diberikan skor pada pilihan jawaban yang disajikan peneliti untuk dijawab atau diisi oleh responden.

Tabel 3.2

Skala *Likert*

Jawaban Pertanyaan	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Teknik Analisis Data

Teknis analisis data pada penelitian ini menggunakan *software SmartPLS* 4.0. SEM-PLS mempunyai dua model yakni *outer model* (model pengukuran) dan *inner model* (model struktural).

1. Analisis Deskripsi Data

Analisis deskripsi data digunakan untuk mengambarkan data kuesioner yang telah dikumpulkan dan diteliti oleh peneliti. Analisis deskripsi data biasanya menampilkan frekuensi, skor, rata-rata dan sebagainya. Analisis deskripsi data kuesioner dihitung berdasarkan indikator-indikator setiap variabel dan dideskripsikan menggunakan rata-rata rentang skala dan kategori yang didasarkan skala perhitungan rumus *Neuman*. Skala dan kategori data kuesioner tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3

Skala dan Kategori Data Responden

Rentang Skala	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Kurang Setuju
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber:https://glints.com(2021)

2. *Outer Model* (Model Pengukuran)

Menurut Michael *et al* (2022) *outer model* menjelaskan secara spesifik kausalitas atau hubungan antara variabel laten baik endogen maupun eksogen dengan indikator atau pengukuran dalam variabel yang ada. variabel eksogen merupakan variabel yang variabilitasnya ditentukan melalui asumsi sebab-sebab yang berada di luar model atau dengan mudah disebut juga variabel yang menentukan atau variabel bebas. Dengan menggunakan analisa *outer* model akan menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikatornya, atau dapat didefinisikan bahwa *outer* model menjelaskan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Variabel laten adalah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung kecuali diukur dengan satu atau lebih variabel manifes. Variabel laten disebut pula dengan istilah *unobserved* variabel, konstruk atau konstruk laten. Variabel laten diberi simbol lingkaran atau *elips*. Variabel laten dapat digolongkan menjadi dua yaitu sebagai berikut.

a. Variabel laten eksogen, merupakan variabel independen (bebas) yang mempengaruhi variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel laten eksogen adalah variabel Diskon (X1), dan Gratis Ongkos Kirim (X2).

b. Variabel laten endogen, merupakan variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel laten endogen adalah *Impulse buying* (Y).

Dalam penelitian ini, pengujian *outer model* yang digunakan sebagai berikut:

a. Convergent Validity

Nilai *convergent validity* menunjukkan validitas atas indikator-indikator pengukuran. Nilai *convergent validity* dapat di lihat melalui *loading factor* pada variabel endogen dan eksogen. Nilai yang direkomendasikan untuk *convergent validity* adalah > 0,7. Validitas diskriminan menunjukkan bahwa indikator-indikator di konstruk yang lain. Validitas tercapai tidak hanya ketika skor *loading* memenuhi kriteria tetapi juga diskriminasi korelasi indikator-indikator konstruk yang lain. Validitas konvergen dan diskriminan saling berkorelasi positif, artinya konstruk yang memenuhi *validitas diskriminan* seharusnya memenuhi validitas konvergen.

Nilai *convergent validity* merupakan nilai *loading factor* pada variabel laten dengan indikator - indikatornya. Nilai yang diharapkan > 0,7 (Mahdai Ibrahim dan Irma Suryani, 2017). Secara statistik, validitas

konvergen dan validitas diskriminan dapat diukur dengan parameter skor *loading* di model penelitian (*Rule of Thumbs* > 0.7).

b. Discriminant Validity

Nilai *discriminant validity* merupakan nilai *cross loading factor* yang bertujuan untuk mengetahui terkait diskriminan yang ada dalam suatu konstruk penelitian. Cara mengetahui memadainya suatu diskriminan dalam suatu konstruk dengan perbandingan yang menghasilkan angka lebih besar antara nilai loading konstruk yang dituju dengan nilai *loading* konstruk yang lain.

c. Average Variance Extracted (AVE)

Nilai *AVE* juga menunjukkan hasil evaluasi validitas diskriminan untuk setiap konstruk serta variabel endogen dan eksogen. *AVE* menunjukkan interkorelasi internal antar indikator pada konstruk disetiap variabel laten. Nilai *AVE* yang diharapkan minimal 0,5. Menggunakan parameter AVE (*Average Variance Extracted*) merupakan rerata *presentase* skor varian yang diekstraksi dari seperangkat variabel laten yang diestimasi melalui *loading standardize* indikatornya dalam proses *iterasi algoritma* dalam PLS. AVE dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$AVE = \frac{\sum_{i=1}^{n} \lambda i^2}{n}$$

Keterangan :

AVE : *Average Variance Extracted*

n : Jumlah Variabel

i : Jumlah Indikator

λ : *Standardize Loading Factor*

Lambang λ melambangkan *standardize loading factor* dan i adalah jumlah indikator. AVE dihitung sebagai rerata akar *standardize loading faktor* (akar korelasi berganda) yang dibagi dengan jumlah indikator. Jadi dapat disimpulkan bahwa AVE adalah rerata akar *loading factor*. Uji Validitas konstruk juga dilakukan dengan *Communality* yang merupakan ukuran kualitas model pengukuran pada tiap blok variabel laten yang dihasilkan dalam proses *iteasi algoritma* dalam PLS. *Communality* dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$Communality = \frac{1}{Pj} \sum_{n=1}^{Pj} korelasi^2\ (Xjh, Yj)$$

Redundancy juga menjadi pengukuran untuk menentukan uji validitas konstruk yang merupakan ukuran kualitas model struktural pada setiap blok variabel dependen yang diperoleh pada proses *iterasi algoritma* dalam pengujian model pengukuran. Perhitungan tersebut didasarkan dengan skor AVE harus > 0,5 *Communality* > 0,5, dan *Redundancy* mendekati 1. Jika skor *loading* < 0,5 indikator ini dapat

dihapus dari konstruknya karena indikator ini tidak termuat (*load*) ke konstruk yang mewakilinya. Jika skor *loading* antara 0,5 - 0,7 sebaiknya peneliti tidak menghapus indikator yang memiliki skor *loading* tersebut sepanjang skor AVE dan *Communality* indikator > 0,5.

d. Composite Reliability dan Cronbach Alpha

Nilai *composite realibility* merupakan ukuran untuk mengukur reliabilitas suatu indikator. Dengan nilai tersebut dapat terukur nilai reliabilitas sesungguhnya dari suatu konstruk yang dibangun. Sedangkan *cronbach alpha* mengukur konsistensi internal dari suatu indikator dan juga memberikan penilaian terhadap reliabilitas dari batas suatu konstruk. Nilai *composite reliability dan cronbach alpha* diharapkan minimal 0,7. Nilai *composite reliability* di atas 0,8 maka dapat disimpulkan data yang ada memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. *Cronbach's* α (*Alpha*) adalah teknik statistika yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal dalam uji reliabilitas instrumen atau data psikometrik. Sedangkan *Composite Reliability* adalah teknik statistika untuk uji reliabilitas yang sama dengan *Cronbach Alpha*. Namun *Composite Reliability* mengukur nilai reliabilitas sesungguhnya dari suatu variabel sedangkan *Cronbach Alpha* mengukur nilai terendah reliabilitas suatu variabel sehingga nilai *Composite Reliabity* selalu lebih tinggi dibandingkan *Cronbach Alpha*. Untuk dapat dikatakan suatu konstruk reliabel, maka nilai *Cronbach Alpha* harus > 0,7 dan nilai *Composite Reliability* > 0,7. Adapun rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r1 = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma_b{}^2}{\sigma^2{}_t}\right)$$

Keterangan:

r1 = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

∑σ b2 = jumlah varian butir

σ2 t = varians total

Jika nilai alpha > 0.7 artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika *alpha* > 0.80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Jika *alpha* > 0.90 maka reliabilitas sempurna. Jika *alpha* antara 0.70 – 0.90 maka reliabilitas tinggi. Jika *alpha* 0.50 – 0.70 maka reliabilitas moderat. Jika *alpha* < 0.50 maka reliabilitas rendah. Jika *alpha* rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

3. *Inner Model* (Model Struktural)

Pengujian pada model struktural bertujuan untuk mengidentifikasi dan melihat hubungan antara variabel eksogen dan endogen dalam suatu penelitian. Hubungan tersebut akan menjawab tujuan penelitian yakni pengujian terhadap hipotesis yang disusun dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, pengujian inner model yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. *R Square* atas variabel endogen

Nilai ini merupakan koefisien determinasi pada suatu konstruk endogen. Nilai *R Square* juga menjelaskan variasi dari variabel eksogen terhadap variabel endogennya. Kekuatan penjelasan variasi tersebut dibagi ke beberapa kriteria yakni :

1) Jika nilai *R Square* sama dengan atau lebih besar dari 0,67 artinya kuat.
2) Jika nilai *R Square* sama dengan atau lebih besar dari 0,34 – 0,66 artinya moderat.
3) Jika nilai *R Square* sama dengan atau lebih kecil dari 0,33 artinya lemah.

***b. Effect Size* (*f Square*)**

Effect size merupakan prosedur yang dilaksanakan untuk mengetahui perubahan *R Square* pada konstruk endogen. Perubahan nilai *R Square* tersebut memperlihatkan pengaruh konstruk eksogen terhadap konstruk endogen terkait dengan keberadaan subtantif pengaruhnya. Nilai *f square* dapat dikategorikan sebagai berikut :

1) Jika nilai *f square* sama dengan atau lebih kecil dari 0,02 termasuk dalam kategori kecil.

2) Jika nilai *f square* sama dengan atau lebih besar dari 0,15 – 0,34 termasuk dalam kategori menengah

3) Jika nilai *f square* sama dengan atau lebih besar dari 0,35 termasuk dalam kategori besar yakni 0,35.

4. Uji Hipotesis

a. Estimate for Path Coefficients

Estimate for Path Coefficients yakni suatu nilai koefisien jalur atau nilai yang menunjukkan besaran hubungan atau pengaruh konstruk laten dari suatu penelitian. Pengujian ini dilakukan melalui suatu prosedur yang ada di *bootstrapping*. Uji ini juga disebut sebagai uji t yang digunakan untuk menguji apakah variabel laten eksogen secara parsial berpengaruh terhadap variabel laten endogen. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut :

1) Jika nilai t statistik > 1,96 dan nilai signifikan *p value* < 0,05. Maka Ho diterima dan Ha ditolak.

2) Jika nilai t statistic < 1,96 dan nilai signifikan *p value* > 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Ho_1 : Diskon tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada pengguna Tiktok *Shop* generasi Z di Bandar Lampung

Ha_1 : Diskon berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada pengguna Tiktok *Shop* generasi Z di Bandar Lampung

Ho_2 : Gratis ongkos kirim tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada pengguna Tiktok *Shop* generasi Z di Bandar Lampung.

Ha_2 : Gratis ongkos kirim berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada pengguna Tiktok *Shop* generasi Z di Bandar Lampung.

b. Uji F

Menurut Michael *et al.*(2022) uji F bertujuan untuk memperoleh apakah variabel independen secara bersamaan (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0,5 jika nilai signifikan F < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen.

1) Jika nilai signifikan atau *p value* F > 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima.
2) Jika nilai signifikan *p value* F < 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Ho_3: Diskon dan gratis ongkos kirim tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada pengguna Tiktok *Shop* generasi Z di Bandar Lampung.

Ha_3: Diskon dan gratis ongkos kirim berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada pengguna Tiktok *Shop* generasi Z di Bandar Lampung.