

BAB III

METEDOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif dan pendekatan kausal, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *flash sale*, *live streaming*, dan etika konsumsi Islam terhadap *impulse buying* pada fashion di shopee. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang sebagai objek penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur sejauh mana pengaruh *flash sale*, *live streaming*, dan etika konsumsi Islam terhadap perilaku *impulse buying* dalam pembelian fashion di Shopee.

Metode Penelitian kuantitatif suatu metode yang terstruktur dan tidak memihak dalam mengumpulkan serta menganalisis informasi. Metode ini menggunakan angka untuk mengumpulkan dan memeriksa data yang sah dan terpercaya mengenai fenomena atau isu tertentu, serta Informasi yang diperoleh berupa angka dan hasil studi ditampilkan dalam format tabel, grafik, atau data statistik.⁵¹

⁵¹ Marwah Rusydiana, Marinu Waruwu, Siti Natijatul Pu'at, Patrisia Rahayu Utami, Elli Yanti.(2025) “Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep , Jenis , Tahapan Dan Kelebihan,” Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan 10 : 917–932.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang dengan objek penelitian yaitu mahasiswa yang menggunakan *e-commerce* Shopee dalam pembelian fashion. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa merupakan kelompok konsumen yang aktif berbelanja secara online serta sering terpapar program *flash sale*, fitur *live streaming*, dan berbagai promosi digital yang berpotensi memengaruhi perilaku *impulse buying*. Selain itu, sebagai mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi Islam, responden dinilai relevan untuk mengkaji penerapan etika konsumsi Islam dalam keputusan pembelian fashion.

Penelitian ini direncanakan berlangsung selama kurang lebih dua bulan. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan langsung kepada mahasiswa Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang yang pernah melakukan pembelian fashion di Shopee. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data terkait pengaruh *flash sale*, *live streaming*, dan etika konsumsi Islam terhadap perilaku *impulse buying*.

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi merujuk kepada total individu atau penduduk disuatu wilayah: total individu atau entitas yang memiliki karakteristik serupa; total penghuni, baik manusia maupun organisme lainnya, dalam suatu area yang ditentukan; sekelompok individu, objek, atau hal-hal yang menjadi basis

untuk pengambilan sampel; atau sekumpulan yang memenuhi kriteria tertentu yang berkaitan dengan isu penelitian.⁵²

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang yang berjumlah sebanyak 15.612 orang. Populasi penelitian ini dipilih karena mahasiswa sebagai kelompok aktif dalam menggunakan *e-commerce*, khususnya shopee. Karna sering terpapar program *flash sale* dan fitur *live streaming*, mahasiswa memiliki tingkat pengetahuan tentang etika konsumsi islam yang beragam supaya relevan untuk dikaji pengaruh *flash sale*, *live streaming*, dan etika konsumsi islam pada perilaku *impulse buying* pembelian produk fashion di shopee.

2. Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan oleh peneliti dengan mempertimbangkan beberapa faktor, seperti permasalahan yang diteliti, tujuan penelitian, hipotesis yang diajukan, metode penelitian yang digunakan, serta instrumen penelitian yang diterapkan. Semakin tinggi akurasi yang diharapkan semakin banyak sampel yang diperlukan untuk mendapatkan hasil yang mendekati nilai sebenarnya.⁵³ Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi perhatian dalam analisis penelitian. Dalam studi ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental*, dimana individu dipilih secara acak yang dijumpai. Tujuan dari pengambilan sampel untuk mengumpulkan informasi mengenai objek yang

⁵² Pariyana Eddy roflin, iche andriyani liberty, (2021) "Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian", n.d.

⁵³ Ns. arif Minandar.(2022) Kuantitatif,Kualitatif Dan Kombinasi.

diteliti melalui pengamatan terhadap sebagian dari populasi. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah: (1) merupakan mahasiswa aktif UIN Imam Bonjol Padang, (2) memiliki akun Shopee yang aktif digunakan, (3) pernah melakukan pembelian secara spontan (impulse buying), dan (4) pernah membeli produk fashion melalui aplikasi Shopee. Penentuan sampel dilakukan dengan berdasarkan perhitungan yang merujuk pada rumus slovin.

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

Penjelasan:

- n menunjukkan ukuran sampel.
- N menunjukkan ukuran populasi.
- e adalah tingkat kesalahan (error level).

Rumus Slovin memiliki ketentuan sebagai berikut:

- Nilai e = 0,1 (10%) digunakan untuk populasi dengan jumlah besar.
- Nilai e = 0,05 (5%) digunakan untuk populasi dengan jumlah kecil.

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

$$n = \frac{15.612}{1 + 15.612(0,1^2)}$$

$$n = \frac{15.612}{1 + 15.612(0,01)}$$

$$n = \frac{15.612}{157,12}$$

n = 99,36 dibulatkan menjadi = 100

Untuk menghitung rasionya menggunakan rumus persentase yaitu

$$P = \frac{F}{N} \times 100$$

Penjelasan:

-P = Persentase (%)

-f = Frekuensi (jumlah responden pada kategori tertentu)

-N = Jumlah seluruh responden

1. Adab dan Humaniora = $\frac{995}{15.612} \times 100 = 6,37\%$ dibulatkan menjadi 6 orang

2. Dakwah dan Ilmu Komunikasi = $\frac{1.673}{15.612} \times 100 = 10,72\%$ dibulatkan menjadi 11 orang

3. Ekonomi dan Bisnis Islam = $\frac{2898}{15.612} \times 100 = 18,56\%$ dibulatkan menjadi 19 orang

4. Sains dan Teknologi = $\frac{648}{15.612} \times 100 = 4,15\%$ dibulatkan menjadi 4

5. Syariah = $\frac{2072}{15.612} \times 100 = 13,27\%$ dibulatkan menjadi 13 orang

6. Ushuluddin dan Studi Agama = $\frac{1727}{15.612} \times 100 = 11,07\%$ dibulatkan menjadi 11 orang

7. Tarbiyah dan Keguruan = $\frac{4807}{15.612} \times 100 = 30,79\%$ dibulatkan menjadi 31 orang

8. Pascasarjana = $\frac{790}{15.612} \times 100 = 5,06\%$ dibulatkan menjadi 5 orang.

D. Jenis Dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini:

Data Primer

Data primer merupakan jenis informasi utama yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dengan menggunakan kuesioner. Sumber data ini berasal Mahasiswa Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, khususnya pada platform shopee dipilih sebagai responden penelitian sesuai kriteria yang ditetapkan.

E. Definisi Operasional Variabel

Tabel Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
1.	Flash Sale (X1)	program promosi di e-commerce berupa potongan harga besar yang diberikan dalam waktu dan jumlah terbatas untuk mendorong konsumen melakukan pembelian secara cepat dan spontan.	1. Diskon 2. Frekuensi 3. Durasi 4. Ketersediaan 5. Promosi Menarik	Norhilaliah, Eka santi agustina. ⁵⁴

⁵⁴ Norhilaliah, Eka santi agustina, "Pengaruh Program Flash Sale Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Pengguna Tiktok Shop."

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
2.	Live Streaming (X2)	fitur pemasaran di e-commerce yang menyajikan promosi produk secara langsung dan interaktif melalui video real-time antara penjual dan konsumen untuk meningkatkan minat dan mendorong pembelian spontan.	1. Waktu promosi 2. Bonus 3. Deskripsi produk sama 4. Gambar visual.	Khoerul Ambiya, Robby Fauji. ⁵⁵
3.	Etika Konsumsi Islam (X3)	prinsip perilaku konsumsi yang berlandaskan nilai-nilai Islam, seperti kehalalan, kesederhanaan, dan pengendalian diri, yang menjadi pedoman konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.	1. Konsumsi halal 2. Kesederhanaan 3. Kebutuhan bukan keinginan	Paturrahman, Edi Maszudi, Rahmad Solling Hamid. ⁵⁶

⁵⁵ Khoerul Ambiya, "Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Vaseline Di Shopee."

⁵⁶ Paturrahman, Edi Maszudi, Rahmad Solling Hamid, Putri Dewintari, "Pengaruh Viral Marketing Online Consumer Reviews Dan Etika Konsumsi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Di Instagram."

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
4.	Impulse Buying (Y)	perilaku pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya, dipicu oleh dorongan emosional dan rangsangan promosi saat berbelanja.	1. Spontanitas 2. Motivasi pembelian 3. Pola pikir sebelum membeli 4. Aktivitas setelah melihat pakaian 5. Kecepatan pembelian 6. Kesesuaian perasaan 7. Perilaku pembelian 8. Aktivitas sebelum membeli	(Natasha Debora, Auditia Setiobudi) ⁵⁷

⁵⁷ Natasha Debora, (2024) “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi” Jurnal Manajemen dan Bisnis 1 : 1–12.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yang digunakan adalah:

Kuesioner.

Kuesioner merupakan alat yang dipakai untuk menilai suatu peristiwa atau kejadian, yang terdiri dari serangkaian pertanyaan untuk mendapatkan data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Peneliti sering kali diharuskan untuk menyusun kuisisioner mereka sendiri. Kualitas data sangat bergantung pada sejauh mana alat ukur dalam penelitian, dalam hal ini kuisisioner, bekerja dengan baik. Keefektifan instrumen penelitian bisa dinilai melalui aspek validitas dan reliabilitasnya.⁵⁸ Kuesioner terdiri dari pertanyaan tertutup yang akan dibagikan kepada responder untuk mengumpulkan data mengenai Pengaruh Pengaruh *Flash Sale*, *Live Streaming*, Dan Etika Konsumsi Islam Terhadap *Impulse Buying* pada fashion di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang).

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sebagai sarana untuk mengumpulkan, memproses, menganalisis, dan menyajikan data secara terstruktur dan tanpa bias dengan tujuan menyelesaikan masalah atau menguji sebuah hipotesis. Keberadaan instrumen dalam penelitian merupakan elemen yang krusial dan termasuk dalam aspek metodologi penelitian, karena instrumen berfungsi

⁵⁸ Eva Annisaa, Rezha Nur Amalia, Ragil Setia Dianingati.(2022) “Pengaruh Jumlah Responden Terhadap Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Dan Perilaku Swamedikasi,” *Journal of Research in Pharmacy*, 9–15.

sebagai alat untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyelidiki masalah yang sedang dikaji.⁵⁹

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan angket terstruktur yang dimana angket dalam penelitian ini merupakan kuisioner yang dibagikan secara langsung kepada responder. Serta skala penelitian yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjawab kuisioner adalah skala likert.

Skala Likert adalah instrumen yang dipakai untuk menilai pandangan, sikap, atau opini individu atau kelompok terhadap suatu kejadian atau fenomena sosial. Ada dua tipe pertanyaan dalam skala Likert, yaitu tipe pertanyaan yang positif untuk mengukur skala yang bersifat positif, dan tipe pertanyaan yang negatif untuk menilai skala yang bersifat negatif. Pertanyaan positif diberikan nilai 5, 4, 3, 2, dan 1; sementara pertanyaan negatif diberikan nilai 1, 2, 3, 4, dan 5.⁶⁰

Pertanyaan yang mempunyai lima opsi dan setiap jawaban diberikan bobot nilai sebagaimana diamati pada tabel berikut:

Tabel 3.2

Skala Likert

No	Jawaban	Keterangan	Skor
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	KS	Kurang Setuju	3

⁵⁹ Rahmadi.(2011)Pengantar Metodologi Penelitian.

⁶⁰ Ressa Priskila, Viktor Handrianus Pranatawijaya, Widiatry and Putu Bagus Adidyana Anugrah Putra.(2019)“Penerapan Skala Likert Dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online,” Jurnal Sains Dan Informatika 5, no. November: 128–137, <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>.

4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, pengolahan data adalah langkah yang dilakukan setelah semua data diperoleh dari responden atau sumber informasi. Mengatur data dengan mengacu pada variabel dan kategori responden, menghitung jumlah data berdasarkan variabel dari semua responden, menampilkan data untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan analisis untuk menjawab pertanyaan deskriptif, serta menghitung untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan. Proses pengolahan data dalam penelitian ini memanfaatkan Statistical Package for Social Science (SPSS).⁶¹

1. Uji Kualitas Data

Pengujian ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah data yang dipakai dapat dipercaya dan valid, karena kebenaran data yang diolah sangat berpengaruh terhadap mutu hasil penelitian. Terdapat dua jenis uji dalam pengujian ini, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas perlu dilaksanakan untuk menilai ketepatan suatu instrumen penelitian, contohnya seperti kuesioner.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah metode yang digunakan untuk menilai akurasi alat ukur dalam mengukur hal-hal yang semestinya diukur. Dan

⁶¹ Ujang Suparman.(2020) Bagaimana Menganalisis Data Kuantitatif.

menjelaskan bahwa validitas penelitian didasarkan pada pandangan pengetahuan yang sesuai dengan kenyataan, objektivitas, kesimpulan, realitas, serta data yang bersifat numerik. Berpendapat bahwa validitas berkaitan dengan sejauh mana peneliti melakukan pengukuran terhadap hal-hal yang layak diukur.⁶² Pada pengujian validitas, sebuah variabel dianggap valid apabila nilai koefisien korelasi (r) minimal 0,3 atau lebih dengan tingkat signifikansi 0,1 atau 10%.

Kriteria untuk menguji validitas yang diterapkan adalah dengan membandingkan hasil pengujian yang diperoleh dengan angka yang ada dalam tabel, berdasarkan pada keputusan yang diambil sebagai berikut:

- a) Jika r hitung penghitungan positif, serta r hitung $> r$ tabel, maka variabel tersebut valid.
- b) Jika r hitung perhitungan negatif, serta r hitung $< r$ tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat yang dapat diandalkan untuk mengumpulkan data karena sudah dianggap memadai. Oleh karena itu, meskipun diuji beberapa kali, hasil yang didapat tetap menunjukkan konsistensi instrumen dalam memberikan jawaban di waktu dan lokasi yang berbeda.⁶³ Untuk menilai keandalan, digunakan metode Cronbach

⁶² Wiwin Yuliani, Esi Rosita, Wahyu Hidayat.(2021)“Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prosocial” Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan 4, no. 4: 279–284, <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>.

⁶³ Prisuna et Al, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif & Aplikasi Pengolahan Analisa*, n.d.

Alpha, di mana alat ukur dinyatakan dapat dipercaya atau reliabel jika memiliki koefisien keandalan lebih dari 0,6.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data yang diperoleh dari penelitian lapangan cocok dengan distribusi teoritis tertentu. Dalam hal ini, distribusi normal. Artinya, kita ingin mengetahui apakah data yang dikumpulkan berasal dari populasi yang memiliki distribusi normal.⁶⁴ Uji normalitas diterapkan untuk menguji apakah data mengikuti distribusi normal, tanpa memperhatikan apakah variabel residual dalam model regresi berdistribusi normal. Salah satu cara untuk mengetahui apakah model yang digunakan memiliki distribusi normal adalah melalui uji statistik Kolmogorov Smirnov.

Kriteria untuk membuat keputusan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov adalah:

1. Jika signifikan $> 0,1$ maka berdistribusi normal
2. Jika signifikan $< 0,1$ maka tidak berdistribusi normal

b. Heterokedastisitas

Tujuan dari pengujian heteroskedastisitas adalah untuk mengevaluasi apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan serta residual dari suatu pengamatan yang berbeda. Model regresi yang ideal adalah yang

⁶⁴ Nisrina Haniah.(2013) “Uji Normalitas Dengan Metode Liliefors,” Jurnal Matematika Integratif 1, No. 1, 1–17.

memenuhi homoskedastisitas atau tidak mengalami heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, digunakan metode Glejser. Jika nilai signifikan melebihi alpha 0,1 maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

c. Multikolinearitas

Uji asumsi multikolinearitas bertujuan untuk menunjukkan adanya hubungan linier antara variabel independen di dalam model regresi. Salah satu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi keberadaan multikolinearitas adalah dengan memeriksa nilai variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur seberapa banyak variabilitas dari variabel independen yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai batas yang sering digunakan adalah tolerance di atas 0,1 atau nilai VIF di bawah 10.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah pengembangan dari regresi linear sederhana yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas, dari yang sebelumnya hanya satu kini menjadi dua atau lebih. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa variabel digunakan sebagai indikator, yaitu *Flash sale* (X1), *Live streaming* (X2), Etika konsumsi islam (X3), dan *Impulse buying* (Y), yang berpengaruh terhadap variabel lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini memanfaatkan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Persamaan umum yang diterapkan dalam regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y=a+b_1x_1+b_2x_2+b_3x_3+e$$

Keterangan:

Y = Impulse Buying

X1 =Flash Sale

X2 =Live Streaming

X3 =Etika Konsumsi Islam

a = Konstanta

e = Nilai error

b1, b2, b3 = Koefisien Regresi

4. Uji Hipotesis

a. Uji t-statistik

Uji ini dilaksanakan untuk mengukur dampak dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah menggunakan uji t-statistik. Hal ini dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel atau melalui metode lain dengan memeriksa nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,1.

b. Uji Simultan (uji F)

Uji F dilakukan untuk menentukan apakah variabel independen memiliki dampak yang signifikan atau tidak secara kolektif terhadap variabel dependen dengan cara membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel. Dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 10 % (0,1). Apabila nilai signifikan adalah 0,1 maka variabel bebas memberikan

pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Sebaliknya, apabila nilai signifikan.⁶⁵

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk menilai seberapa besar sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin efektif variabel X dalam mempengaruhi variabel Y.⁶⁶



UIN IMAM BONJOL
PADANG

⁶⁵ Aminatus Zahriyah et Al.(2021)“Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS, Mandala Press,”.

⁶⁶ S. Sanjoyo S. Shihabudin and Yayan Hendayana.(2021)“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyaluran Pembiayaan Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode Tahun 2014 s.d. 2019,” Journal Homepage 5, no. April: 1–24, <https://doi.org/10.21070/perisai.v5i1.872>.