

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal, karena bertujuan menguji pengaruh *Fear Of Missing Out (Fomo)*, *Consumers Conformity* dan Metode Pembayaran terhadap *Impulsive buying* Produk Kosmetik Halal pada *E-Commerce* Shopee. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana ketiga variabel tersebut dapat memengaruhi kecenderungan konsumen melakukan pembelian impulsif terhadap produk kosmetik halal di platform Shopee.

Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis melalui pengumpulan data berbentuk angka (data numerik), kemudian menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis empiris. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pemahaman mengenai keterkaitan antar variabel yang diteliti.⁵³ Selanjutnya, jenis penelitian kausal digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh atau hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih.⁵⁴

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswi dari beberapa perguruan tinggi di Kota Padang, yaitu Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang, Universitas Andalas (UNAND), Universitas Negeri Padang (UNP), Universitas Putera Indonesia

⁵³ Primadi Candra Susanto et al., “Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi , Sampel , Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)” 3, no. 1 (2024): 1–12.

⁵⁴ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 2013.

(UPI) YPTK dan Universitas Bung Hatta (UBH). Kota Padang dipilih sebagai lokasi penelitian karena menjadi salah satu pusat pendidikan tinggi yang memiliki banyak perguruan tinggi negeri maupun swasta, sehingga jumlah mahasiswa yang berdomisili dan beraktivitas di kota ini tergolong tinggi.⁵⁵ Penelitian ini akan berlangsung pada bulan September 2025 sampai dengan Mei 2026, di mana pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner kepada mahasiswi yang sesuai dengan kriteria penelitian.

C. Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdapat 2 jenis variabel yang digunakan, yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel independen ini juga biasa disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁵⁶ Variabel independen pada penelitian ini yaitu *Fear of Missing Out (FOMO)*, *Consumers Conformity* dan Metode Pembayaran.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁵⁷ Pada penelitian ini, yang menjadi variabel dependen yaitu *Impulsive buying*.

⁵⁵ “Data Pendidikan Kemendikdasmen,” accessed February 4, 2026, <https://referensi.data.kemendikdasmen.go.id/pendidikan/dikti/086100/2/jf/23>.

⁵⁶ Amruddin et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2022.

⁵⁷ Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2021.

D. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	<i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) (X1)	Fomo merupakan gejala emosi merasa takut ketinggalan jika tidak mengikuti tren tertentu yang dialami oleh sebagian besar remaja menuju dewasa.	1. Ketakutan 2. Kekhawatiran 3. Perasaan Jengkel 4. Perasaan Kekurangan 5. Harga Diri	Likert
2	<i>Consumers Conformity</i> (X2)	<i>Consumers conformity</i> adalah kecenderungan dari individu untuk melakukan penyesuaian sikap, pendapat, dan perilaku yang mereka miliki dengan kelompok sosial atau lingkungan sekitarnya dalam konteks konsumsi	1. Peniruan 2. Penyesuaian 3. Kepercayaan 4. Kesepakatan 5. Ketaatan	Likert
3	Metode Pembayaran	Metode pembayaran digital yang memungkinkan	1. Suku bunga yang rendah 2. Pengajuan cepat	Likert

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	(Shopee Paylater) (X3)	konsumen melakukan pembelian di Shopee dengan metode “beli sekarang, bayar nanti”, sehingga mempermudah transaksi dan berpotensi memengaruhi perilaku pembelian impulsif.	3. Banyak promo 4. Syarat pengajuan mudah 5. Tenor angsuran bervariasi	
4	<i>Impulsive buying</i> (Y)	<i>Impulsive buying</i> merupakan perilaku membeli yang muncul tanpa didorong oleh adanya kebutuhan dan rencana pembelian.	1. Spontanitas 2. Dipengaruhi Emosi 3. Tidak Mempertimbangkan Konsekuensi 4. Adanya Stimulus	Likert

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang meliputi objek atau subjek dengan karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

serta ditarik kesimpulannya.⁵⁸ Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswi dari beberapa perguruan tinggi di Kota Padang, yaitu Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang, Universitas Andalas (UNAND), Universitas Negeri Padang (UNP), Universitas Putera Indonesia (UPI) YPTK dan Universitas Bung Hatta (UBH). Populasi ini dipilih karena mahasiswi dinilai sebagai kelompok aktif pengguna e-commerce, seperti Shopee yang berpotensi menggunakan fitur pembayaran digital seperti Shopee Paylater serta memiliki karakteristik yang relevan untuk dikaji terkait perilaku *impulsive buying* produk kosmetik halal di platform tersebut.⁵⁹

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian jumlah populasi dan atributnya yang dapat digunakan untuk mewakili populasinya.⁶⁰ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling*, yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel. Adapun jenis sampling yang digunakan Jenis sampling yang digunakan ialah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti.⁶¹ Teknik ini digunakan karena tidak semua anggota populasi memenuhi kriteria yang sesuai dengan tujuan

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

⁵⁹ Maharani Br Saragih and M. Irwan Padli Nasution, "Profil Dan Frekuensi Belanja Online Generasi Z Di Platfrom E-Commerce Pada Aplikasi Shopee," *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce* 4, no. 4 (2025): 153–60, <https://doi.org/10.30640/digital.v4i4.5377>.

⁶⁰ Abdul Muin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2023.

⁶¹ Muin.

penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswi muslimah aktif dari beberapa perguruan tinggi di Kota Padang, yaitu UIN Imam Bonjol Padang, Universitas Andalas (UNAND), Universitas Negeri Padang (UNP), Universitas Putra Indonesia (UPI) YPTK, Universitas Bung Hatta (UBH) yang menggunakan e-commerce Shopee.
- b. Pernah melakukan pembelian terhadap produk kosmetik halal lokal yang sudah ditentukan mereknya melalui platform Shopee.
- c. Pernah menggunakan atau setidaknya mengetahui salah satu metode pembayaran digital yaitu Shopee Paylater yang tersedia di platform tersebut.

Ukuran sampel pada penelitian ini diambil dengan menggunakan rumus Hair, et al, di mana rumus Hair et al digunakan untuk ukuran populasi yang belum diketahui pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator.⁶² Sehingga jumlah indikator sebanyak 19 buah dikali 10 atau ($19 \times 10 = 190$). Oleh karena itu, perhitungan yang dilakukan menggunakan rumus Hair et al diperoleh jumlah sampel dari penelitian ini sebesar 190 responden.

F. Jenis dan Sumber Data

⁶² Joseph F Hair et al., "Multivariate Data Analysis," 2010.

Sumber data dalam sebuah penelitian adalah hal penting yang mempengaruhi tingkat keandalan dan ketepatan hasil yang diperoleh. Oleh sebab itu, jenis dan sumber data dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber informasi utama yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dalam proses penelitian yang berasal dari sumber asli. Data primer ini diperoleh melalui pengumpulan data menggunakan angket yang berisi kuisioner dan disebarkan kepada responden.⁶³

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara serta sudah tersedia sebelumnya, seperti buku, artikel, publikasi pemerintah, situs web dan internet.⁶⁴

G. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) sebagai instrumen utama. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, di mana setiap pertanyaan telah disertai dengan pilihan jawaban yang telah ditentukan sebelumnya. Penggunaan kuesioner tertutup bertujuan untuk mempermudah responden dalam memberikan jawaban serta memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data.

⁶³ Undari; Sulung and Mohamad Muspawi, "Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier," *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)* 5, no. 3 (2024): 110–16.

⁶⁴ Sulung and Muspawi.

Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian, yaitu *Fear of Missing Out (FOMO)*, *Consumers Conformity*, Metode Pembayaran dan *Impulsive buying*. Setiap butir pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima poin, yang menggambarkan tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan.

Tabel 3. 2 Skala Likert yang digunakan

No	Jawaban	Keterangan	Skor
1	STS	Sangat Tidak Setuju	1
2	TS	Tidak Setuju	2
3	N	Netral	3
4	S	Setuju	4
5	SS	Sangat Setuju	5

Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung melalui kuisisioner cetak dan tidak langsung melalui media Google Form, dengan pertimbangan efisiensi waktu, kemudahan akses bagi responden, serta jangkauan distribusi yang lebih luas terhadap populasi penelitian, yaitu mahasiswi perguruan tinggi yang sudah ditentukan di Kota Padang.

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dikumpulkan dari semua responden. Kegiatan analisis data mencakup pengolahan dan penyajian data, melakukan berbagai perhitungan untuk menggambarkan data, dan

melakukan analisis untuk menguji hipotesis.⁶⁵ Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan software *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 25.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yang digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang karakteristik responden serta memberi gambaran awal pada setiap variabel dalam penelitian. Data ditampilkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, persentase, rata-rata, dan standar deviasi.⁶⁶

2. Uji Kualitas Data

Pengujian ini memiliki tujuan untuk menilai apakah data yang digunakan memiliki validitas dan reliabilitas, karena kebenaran data yang diolah sangat berpengaruh pada mutu hasil penelitian. Proses ini mencakup dua jenis uji, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas perlu dilakukan untuk memastikan akurasi dari instrument penelitian seperti kuisioner.

a. Uji Validitas

Uji validitas juga dikenal dengan uji keabsahan dalam penelitian. Dalam penelitian, validitas data adalah suatu landasan dalam menentukan ketepatan variabel penelitian. Pada penelitian kuantitatif, instrumen penelitian harus menunjukkan keabsahannya dengan melewati uji validitas data, sehingga

⁶⁵ Sofwatillah et al., "Tehnik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah," *Jurnal Genta Mulia* 15, no. 2 (2024): 80–91.

⁶⁶ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, 2022.

penelitian dapat diterima dan diakui keabsahannya.⁶⁷ Pada uji validitas suatu instrumen dikatakan valid jika nilai koefisien korelasi (r) lebih besar sama dengan 0,3 (paling kecil 0,3) dengan taraf signifikan 0,05 atau 5%.

Kriteria dari uji validitas yang digunakan adalah membandingkan nilai hasil pengujian dengan nilai tabel dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

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

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memperoleh alat ukur (instrumen) data penelitian yang dapat diandalkan kevalidannya, sehingga menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan tujuan penelitian. Uji reliabilitas juga berfungsi untuk mengukur konsistensi jawaban para responden berdasarkan instrument penelitian. Semakin tinggi reliabel suatu instrumen penelitian, semakin besar pula tingkat konsistensinya.⁶⁸ Untuk uji reliabilitas digunakan teknik *Cronbach Alpha* di mana instrumen dapat dikatakan handal atau reliabel bila memiliki koefisien kehandalan sebesar $>0,6$.

⁶⁷ Sofwatillah et al., "Tehnik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah."

⁶⁸ Sofwatillah et al.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui normalitas data terlepas dari apakah variabel residual dalam model regresi berdistribusi normal. Normalitas data dapat diuji dengan *Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan bahwa apabila nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$ (taraf kesalahan 5%) maka dapat dinyatakan data tersebut berdistribusi normal.⁶⁹

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas menunjukkan tidak boleh terjadi hubungan antara variabel pengganggu atau variabel sisa dengan setiap variabel independen. Untuk mengetahui apakah terdapat Heteroskedastisitas dalam suatu model penelitian, dapat dilakukan melalui melalui uji Glejser dengan cara mengorelasikan nilai absolute residualnya terhadap masing-masing independen. Jika nilai probabilitasnya menunjukkan signifikansi lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$, maka model tidak mengalami heteroskedastisitas.⁷⁰

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Ada tidaknya gejala multikolinearitas pada model regresi linier berganda yang diajukan, dapat dideteksi dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*). Pada umumnya, Jika

⁶⁹ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2021.

⁷⁰ Machali.

nilai VIF < 10 atau memiliki tolerance > 0,1, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi.⁷¹

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda merupakan metode analisis yang digunakan untuk melihat hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah memiliki hubungan positif atau negatif, serta untuk memprediksi nilai variabel dependen apabila terjadi kenaikan atau penurunan pada variabel independen. Dalam penelitian ini, digunakan lebih dari satu variabel independen sebagai indikator penelitian yaitu *Fear of Missing Out* (FoMO) (X_1), *Consumers Conformity* (X_2), Metode Pembayaran (X_3) terhadap *Impulsive buying* (Y) sebagai variabel dependen, maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:⁷²

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

Keterangan:

$Y = \text{Impulsive buying}$

$X_1 = \text{Fear of Missing Out (FoMO)}$

$X_2 = \text{Consumers Conformity}$

⁷¹ Machali.

⁷² Mintarti Indartini and Mutmainah, *Analisis Data Kuantitatif, EJurnal Al Musthafa*, vol. 3, 2024, <https://doi.org/10.62552/ejam.v3i3.64>.

X_3 = Metode Pembayaran

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

I. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, dengan cara melihat t-hitung dibandingkan dengan t-tabel atau dengan cara lainnya dengan melihat nilai signifikansi. Variabel independen akan dinyatakan berpengaruh signifikan apabila memiliki nilai signifikansi $< 0,05$.⁷³

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Semakin besar koefisien dari determinasi maka semakin baik kemampuan X mempengaruhi Y. Nilai koefisien dari determinasi menunjukkan persentase variasi variabel yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan.⁷⁴

⁷³ Sahir, *Metodologi Penelitian*.

⁷⁴ Rizky Kusumawardhani, Zulfanita Dien Rizqiena, and Septin Puji Astuti, *Ekonometrika Suatu Pengantar*, n.d.