

BAB III

METEODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang lingkup Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini merupakan penelitian yang menggunakan survei dari suatu objek. Objek dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah UIN Raden Fatah Palembang Angkatan 2017. Ruang lingkup penelitian ini hanya menyakup pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku pembelian Implusif di toko online Rabbani.

B. Desain Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka desain penelitian ini termasuk pada jenis deskriptif kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian pengumpulan dan pengolahan data, data yang digunakan bersumber dari data yang valid dan datanya digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.¹ Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif dan pengolahan datanya menggunakan SPSS, yang dimana SPSS merupakan program komputer yang digunakan untuk analisis sebuah data.

¹ Sutopo, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 120

C. Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data kuantitatif tersebut didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang Angkatan 2017 yang menggunakan produk dari Rabbani.

2. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang pada mahasiswa angkatan 2017. Dimana subjek penelitiannya mahasiswa yang menggunakan Produk dari Rabbani.

3. Sumber Data Penelitian

Data adalah sebuah fakta yang dikumpulkan oleh peneliti untuk kepentingan memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan penelitian.² Sumber data dalam penelitian ini ada 2 yaitu Primer dan Sekunder.

a. Data primer

Data Primer yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan atau untuk menjawab tujuan dari penelitian.³ Setelah di dapatkan data primer selanjutnya diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan. Data primer dalam penelitian ini adalah dengan pengisian kuesioner oleh responden atau konsumen pada

² Siyoto, Sandu dan M.Ali Sondik, "*Dasar-Dasar Metodeologi Penelitian*", (Yogyakarta:Literasi Media Publishing,2015), hlm.17

³ Asep Hermawan, "*Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*", (Jakarta:PT Grasindo, 2015), hlm.168

pelanggan produk toko Online Rabbani di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua).⁴ Data sekunder dalam penelitian ini di dapat oleh berbagai referensi baik jurnal, buku, artikel, dan lain sebagainya.

D. Populasi, Sampel Penelitian, dan Penentuan Ukuran Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diharapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁵ Populasi adalah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda, dan ukuran lain yang menjadi objek perhatian.⁶ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang dari 3 jurusan yang ada di Fakultas yaitu Ekonomi syariah yang terdiri dari 73 laki-laki dan 143 perempuan, Perbankan Syariah yang terdiri dari 86 laki-laki dan 202 perempuan, dan jurusan yang terakhir Manajemen Zakat dan Wakaf yang terdiri daro 50 laki-laki dan 15 perempuan yang dimana mahasiswa tersebut menggunakan produk dari Rabbani.

⁴ Ibid., hlm.68

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kelima, (Bandung: alfa beta, 2003, hlm. 72

⁶ Suharyadi dan Purwanto S.K, *Statistika untuk ekonomi dan keuangan modern*, (Jakarta Selatan: Salemba Empat 2017) hlm .6

2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian.⁷ Sampel merupakan keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi.⁸ Sampel dapat dibedakan dalam dua kelompok yaitu Sampel Probabilitas (*probability sampling*) dan Sampel Non probabilitas (*non Probability sampling*). Sampel Probabilitas merupakan suatu sampel yang dipilih sedemikian rupa dari populasi sehingga masing-masing anggota populasi memiliki Probabilitas atau peluang yang sama untuk dijadikan sampel, Sampel non probabilitas merupakan suatu sampel yang dipilih sedemikian rupa dari populasi sehingga setiap anggota tidak memiliki probabilitas atau peluang yang sama untuk dijadikan sampel.⁹ Sampel penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang Angkatan 2017. Dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling yang mana simple random sampling merupakan sampel acak sederhana bahwa setiap anggota dari populasi memiliki kesempatan yang sama.

E. Penentuan Ukuran Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus atau persentase yang dikemukakan oleh Yount di karenakan sampel ini untuk mewakili dari populasi yang akan di jadikan sampel pada penelitian ini

⁷ Ibid., hlm.6

⁸ Ibid., hlm.7

⁹ Ibid., hlm.7

dengan menggunakan perhitungan dari tabel persentase sampling.¹⁰ Berikut tabel persentasi sampling yang dikemukakan oleh Yount:

Tabel 3.1
Persentase Sampling

Besarnya Populasi	Besar Sampel
0 – 100	100 %
101 – 1.000	10 %
1.001 – 5.000	5 %
5.01 – 10.000	3 %
>10.000	1 %

Penentuan sampling berdasarkan tabel yang dikemukakan oleh Yount yang dimana populasi dalam penelitian ini berjumlah 569 responden maka untuk menentukan sampelnya masuk dalam kategori jumlah populasi 101 – 1.000 sehingga jumlah besarnya sampel yaitu di kali dengan 10% dari besarnya pupulasi mahasiswa FEBI angkatan 2017 dengan perhitungan sebagai berikut.

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Besarnya Populasi} \times \text{Besar Sampel} \\ &= 569 \times 10 \% = 56,9\end{aligned}$$

Jadi sampel yang di dapatkan yaitu sebesar 56,9 maka dibulatkan menjadi 57 responden.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada

¹⁰ Sih Aulia Nurfaizah, “*Hubungan Peta Mental dengan Keterampilan Geografis Mahasiswa Departemen Pendidikan Geografi Universitas Pendidikan Indonesia*”, 2015

responden untuk dijawabnya, baik secara langsung maupun tidak langsung.¹¹ Data kuisioner dalam penelitian ini menggunakan atau penyebaran kuesioner dengan melalui Google Formulir dikarenakan masih dengan situasi pandemi dan tidak memungkinkan untuk bertemu secara langsung kepada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2017 yang menggunakan Produk Rabbani.

Penggunaan kuesioner tersebut menggunakan skala likert yang mana skala likert ini mempermudah responden dalam menjawab pertanyaan. Penggunaan skala likert ini terdiri sebagai berikut:

Tabel 3.2
Tabel Skala Likert

No	Simbol	Keterangan	Skor
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	KS	Kurang Setuju	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

2. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini didapatkan dari data dan fakta, informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian baik dari sumber dokumen yang dipublikasikan, jurnal ilmiah, koran, majalah, website, dan lain-lain.

¹¹ Helen Sabera Adib, *Metodologi Penelitian*, (Palembang:NoerFikri, 2015), hlm. 37

G. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel independent dan variabel dependent.

1. Variabel Independent (Variabel Bebas) merupakan variabel yang menjadi pengaruh timbulnya permasalahan. Dalam penelitian ini variabel independent atau bebas ada 2 yaitu Media Sosial (X1) dan Gaya Hidup (X2).
2. Variabel Dependent (Variabel Terikat) merupakan variabel yang menjadi akibat dari variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependent yaitu Perilaku Pembelian Impulsif (Y).

H. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas merupakan sebuah ukuran yang menunjukkan keabsahan atau keaslian suatu alat ukur, untuk menguji alat ukur dapat dilakukan menggunakan bantuan SPSS.¹² Banyak metode yang ditawarkan dalam aplikasi SPSS untuk melakukan uji Validitas pada penelitian ini dengan pernyataan sebagai berikut:

- a. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka item pernyataan atau pertanyaan instrumen dinyatakan valid.
- b. Jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka item pernyataan atau pertanyaan instrumen dinyatakan tidak valid.

¹² Imam Machli, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta:UIN Sunan Kalijaga, 2017), hlm.70

2. Uji Realiabilitas

Realiabilitas yang berarti dapat dipercaya.¹³ Realibilitas merupakan sebuah instrumen dalam penelitian yang memiliki tingkat atau nilai jika, realibilitas dengan nilai yang tinggi dari instrumen tersebut maka memiliki hasil yang konsisten terhadap sesuatu yang hendak di ukur. Cara mengukur reabilitas yaitu menggunakan SPSS dan standar nilai dari Cronbach's Alpa yaitu $> 0,60$. Berikut ini adalah kriteria instrumen uji reabilitas sebagai berikut:

Tabel 3.3
Nilai Cronbach's Alpha

No	Nilai Cronbach's Alpha	Kategori
1.	Lebih dari atau sama dengan 0,900	Sempurna
2.	0,800-0,899	Baik
3.	0,700-0,799	Diterima
4.	0,600-0,699	Dipertanyakan
5.	0,500-0,599	Lemah
6.	Kurang dari 0,500	Tidak Diterima

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi pada model regresi linear agar model tersebut menjadi valid sebagai alat ukur dalam penelitian. Regresi yang digunakan pada penelitian ini regresi linear berganda yang artinya regresi linear dengan satu variabel terikat dan beberapa variabel bebas yaitu variabel Media sosial (X1), Gaya Hidup (Y),

¹³ Ibid, hlm.80

dan Perilaku Pembelian Impulsif (Y). Asumsi Klasik yang digunakan yaitu sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui nilai atau perbedaan yang ada dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak normal.¹⁴ Teknik analisisnya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai probability sig 2 tailed $\geq 0,05$, maka distribusi data normal.
- 2) Jika nilai probability sig 2 tailed $\leq 0,05$, maka distribusi data tidak normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas untuk mengetahui bahwa ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan terhadap variabel bebas, jika terdapat hubungan yang tinggi maka disebut juga signifikan variabel independent terhadap variabel bebas.¹⁵ Uji Multikolonieritas ini memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF (variance inflation factor) < 10 atau memiliki tolerance $> 0,1$. Maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolonieritas dalam model regresi.
- 2) Jika koefisien korelasi antar variabel bebas kurang dari 0,5, maka tidak terdapat masalah multikolonieritas.

¹⁴ Ibid., hlm. 85

¹⁵ Ibid, hlm. 107

c. Uji Heteroskedastitas

Suatu model dikatakan memiliki problem heteroskedastitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama.¹⁶ Ketidaksamaan varian dari residul sehingga harus di uji coba apakah ada tidak nya gejala heteroskedastitas. Ketika melakukan uji coba melalui SPSS jika, hasilnya atau nilainya lebih dari $\alpha = 0,05$, maka tidak mengalami heteroskedastitas.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hasil uji T pada SPSS dapat dilihat pada tabel coefficients. Nilai signifikan pada uji T yaitu 0,05 ($\alpha = 5\%$).

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F menunjukkan apakah dari variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat di tabel "Anova. Uji F digunakan untuk mengukur hubungan apakah regresi variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji F memiliki taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Pengujian hipotesis sebagai berikut:

¹⁶ Ibid, hlm. 97

- a. H_0 akan ditolak jika F hitung $> F$ tabel, artinya variabel independen secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. H_0 akan ditolak jika F hitung $< F$ tabel, artinya variabel independen secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.¹⁷

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi R^2 dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Koefisien R^2 mempunyai nilai dengan kisaran 0-1, jika nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi antara variabel X terhadap variabel Y semakin kuat, begitupun sebaliknya jika nilai semakin mendekati 0 berarti hubungan yang terjadi semakin lemah.

J. Regresi Linear Berganda

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Untuk itu regresi linear berganda di formulasikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$X_1 = \text{Media Sosial}$

$$Y = \text{Constant}$$

$X_2 = \text{Gaya Hidup}$

¹⁷ Muhammad Firdaus, *Ekonomimetrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, (Jakarta: Bumi Aksa), hlm.148