

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisa keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui, Kasiram (2010). Metode penelitian kuantitatif sebagaimana dikemukakan oleh Kuncoro (2018), adalah pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi, pendekatan ini berangkat data. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh variabel independen yaitu literasi keuangan, promosi penjualan online serta variabel moderasi gaya hidup mempengaruhi variabel dependen yaitu perilaku minat belanja online.

Penelitian ini akan dilakukan pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan e-kuesioner melalui google form yang sifatnya tertutup dan terjaga rahasianya. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert (1-4). Dengan objek penelitian dalam penelitian ini ialah Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) malangkuçeçwara

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalis yang terdiri dari obyek/sebyek yang mempunyai kualitas dan karteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2018:80). Adapun Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) malangkuçeçwara angkatan 2019-2020. Populasi dalam penelitian yaitu mahasiswa STIE malangkuçeçwara yang berjumlah 431 mahasiswa.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi yang hanya terdapat beberapa anggota saja (Sugiyono, 2018:81). Penelitian ini mengambil sampel Mahasiswa dari Mahasiswa STIE malangkuçeçwara dari angkatan 2019-2020.

Teknik sampling yang digunakan ialah *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive Sampling* adalah seseorang yang dijadikan sampel peneliti yang didasarkan pada karakteristik yang ditentukan oleh peneliti yang didasarkan pada karakteristik yang ditentukan oleh peneliti itu sendiri dengan tujuan untuk memberi penegasan sifat ataupun batasan dari populasi terhadap subjek yang dijadikan sampel penelitian. Dalam menentukan besarnya sampel

diambil dari sebagian populasi yang digunakan dengan jumlah 49 responden dan memiliki kriteria. Kriteria tersebut antara lain:

- 1) Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) malangkuçeçwara
- 2) Mahasiswa aktif jurusan manajemen dan akuntansi yang telah melakukan belanja online.

3.3 Variabel Operasional dan Pengukuran

Berikut ini adalah variabel operasional yang ditentukan oleh peneliti. Skala penelitian yang digunakan ialah skala likert 1-4 poin. Angka 1 artinya sangat tidak setuju, 2 artinya tidak setuju, 3 artinya setuju, 4 sangat setuju.

Tabel 3. 1 variabel operasional dan pengukuran

Variabel	Pengertian	Indikator	Skala Pengukuran
Literasi keuangan (X1)	Literasi keuangan adalah sebuah kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan keuangan pribadi 2. tabungan & pinjaman 3. asuransi 4. investasi (Wahyuningtyas, 2021)	Likert
Gaya Hidup (X2)	Gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Sehingga dapat di simpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan 2. Minat 3. Opini (Aswir & Misbah, 2018)	Likert

	<p>seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu (Safura Azizah, 2020)</p>		
<p>Minat Belanja Online (Y)</p>	<p>Belanja online menjadi kebiasaan bagi sebagian orang karena kemudahan yang diberikan, banyak orang beranggapan bahwa belanja online adalah salah satu sarana untuk mencari barang-barang yang dibutuhkan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat transaksional 2. Minat refrensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif (Kotler, P., & Amstrong, 2016) 	<p>Likert</p>
<p>Promosi Penjualan online (Z)</p>	<p>Promosi penjualan online adalah suatu kegiatan persuasi langsung secara online yang dapat diatur sesuai dengan kebutuhan guna untuk mendorong pembelian barang dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli oleh mahasiswa</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan (Advertising) 2. Penjualan Pribadi (Personal Selling) 3. Promosi Penjualan (Sales Promotion) 4. Pemasaran Langsung (Direct Marketing) 5. Publisitas (Publicity) (Kotler, P., & Amstrong, 2016) 	<p>Likert</p>

	(Wahyuningtyas, 2021)		
--	--------------------------	--	--

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan ialah data primer dan data sekunder. Penjelasan mengenai data primer serta data sekunder ada sebagai berikut :

- Data Primer

Menurut Sugiyono (2016: 225) Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan.

- Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016) Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung diterima oleh pengumpul data, bisa melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer.

Data primer dari penelitian ini didapatkan dari hasil kuesioner yang dibagikan peneliti kepada para responden. Kemudian untuk data sekunder didapatkan oleh peneliti data documenter (jurnal dan artikel) yang digunakan sebagai literatur pendukung dan sumber penelitian terdahulu.

3.5 Prosedur Analisis

3.5.1 Uji Kualitas Data

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subyek penelitian, Sugiyono (2018). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas ini menggunakan teknik corrected item-total correlation, yaitu dengan cara pengkorelasian skor tiap item dengan skor totalnya. Pengujian validitas ini dilakukan dengan membandingkan nilai r tabel untuk degree of freedom $d(f) = n - k$ dengan alpha 0,05. Pengujian validitas ini dilakukan dengan aplikasi SPSS 17 for windows dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $r \text{ hitung} > r_{\text{mak}}$ tabel pernyataan tersebut dinyatakan valid
2. Jika $r \text{ hitung} < r_{\text{tabel}}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid
3. Nilai $r \text{ hitung}$ dapat dilihat pada kolom corrected item total correlation.

3.5.2.1 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiono (2018), uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Dalam mengestimasi koefisien reliabilitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach's alpha dengan menggunakan bantuan aplikasi Statistical Packages for Social Science version 17 (SPSS 17) for windows, variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria berikut :

1. Jika r - alpha positif dan lebih besar dari r -tabel maka pernyataan tersebut reliabel.
2. Jika r -alpha negatif dan lebih kecil dari r -tabel maka pernyataan tersebut tidak reliabel.
 - a. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$ maka reliable
 - b. Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,6$ maka tidak reliable

Variabel yang dikatakan baik jika memberikan nilai Cronbach's Alpha 0.60 (Ghozali, 2018).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal. Distribusi data dapat dikatakan normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$ (Ghozali, 2018). Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak juga dapat dilakukan dengan metode yang lebih handal yaitu dengan melihat Normal Probability Plot. Model regresi yang baik ialah data berdistribusi normal, yaitu dengan mendeteksi dan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik.

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Kuncoro (2018), multikolinieritas adalah adanya suatu hubungan bebas. Jika terdapat korelasi maka dinyatakan bahwa model regresi mengalami masalah linier yang sempurna (mendekati sempurna) antara beberapa atau semua variabel multikolinieritas. Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai toleransi dari nilai Variance Inflation Factor (VIF). Hipotesis yang dilakukan dalam uji multikolinieritas adalah:

1. H_0 : VIF < 10 artinya tidak terdapat multikolinieritas.
2. H_a : VIF > 10 artinya terdapat multikolinieritas.

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozli (2018), Uji heteroskedastisitas merupakan uji asumsi klasik untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan kepengamatan

lainnya. Penelitian ini untuk menguji ada tidaknya heterokedastisitas menggunakan uji Glejser, jika nilai signifikan $< 0,05$ maka terjadi heterokedastisitas, begitu pula jika sebaliknya nilai signifikan $> 0,05$ maka terjadi homokedastisitas

3.5.3 Uji Hipotesis

3.5.3.1 Uji t Parsial

Uji t parsial bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Berikut ini ialah dasar pengambilan keputusan dalam uji t :

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) :

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) $<$ probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) artinya hipotesis diterima.
2. Jika nilai signifikansi (Sig.) $>$ probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) artinya hipotesis ditolak.
(Raharjo, 2021)

Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel :

1. Jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) artinya hipotesis diterima.
2. Jika nilai t hitung $<$ t tabel, maka tidak ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
(Raharjo, 2021)

3.5.3.2 Uji Koefisien Determinan (R²)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variansi variabel dependen (Ghozali, 2016). Nilai Koefisien determinasi (R²) adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang hampir mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2005). Nilai R² berkisar antara 0 sampai dengan 1 bila R² = 0 berarti tidak terdapat hubungan antara variabel bebas terikat, apabila R² = 1 berarti variabel bebas memiliki hubungan yang sempurna terhadap variabel terikat.

3.5.4 Moderated Regression Analysis (MRA)

Uji Moderating Regression Analysis (MRA) dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi, yaitu perkalian dua atau lebih variabel independen Liana (2009). Moderating Regression Analysis (MRA) digunakan untuk menguji hubungan actual antara variabel independen dengan variabel dependen yang diperkuat atau diperlemah dengan

adanya variabel pemoderasi (Ghozali, 2013). Moderating Regression Analysis (MRA) ini dioperasikan melalui program IBM SPSS Versi 23 for Windows

Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah gaya hidup. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu pengaruh literasi keuanga, promosi penjualan. Sedangkan variabel dependen yaitu perilaku minat belanja online. Sehingga dalam penelitian ini akan menguji interaksi variabel gaya hidup dengan variabel pengaruh literasi keuanga, promosi penjualan online terhadap perilaku minat belanja online.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 XZ + \beta_4 X_2 Z + e$$

Y	: Perilaku Minat Belanja Obline
A	: Konstanta
X1	: Pengaruh Literasi Keuangan
X2	: Gaya Hidup
Z	: Promosi Penjualan Online
X1*Z	: Interaksi antara pengaruh literasi keuangan dengan Pomosi Penjualan Online.
X2*Z	: Interaksi antara gaya hidup dengan promosi penjualan online .
β_1, β_2	: Koefien Regresi
e	: Error

Berikut kriteria terjadinya moderasi:

1. Jika hasil uji variabel moderasi hasilnya sig < 0,05 dan uji variabel independen* variabel moderasi hasilnya sig < 0,05 maka terjadi moderasi semu (Quasi Moderator).
2. Jika hasil uji variabel moderasi hasilnya sig > 0,05 dan uji variabel independen* variabel moderasi hasilnya sig < 0,05 maka terjadi moderasi murni (Pure Moderator).
3. Jika hasil uji variabel moderasi hasilnya sig > 0,05 dan uji variabel independen* variabel moderasi hasinya sig > 0,05 maka terjadi moderasi potensial (Homologiser Moderator)
4. Jika hasil uji variabel moderasi hasilnya sig < 0,05 dan uji variabel independen* variabel moderasinya hasilnya sig > 0,05 maka terjadi moderasi prediktor (Predictor Moderasi)