

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Tujuan dari penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan model matematis dan menentukan hubungan antara variabel dalam sebuah populasi (Sugiyono, 2023). Jadi, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dan hubungan antara variabel yang terdiri dari variabel bebas (independent variabel) yaitu *Limited Quantity Scacity* (X1), *Flash Sale* (X2), terhadap variabel terpengaruh (*dependent variable*), yakni *Impulse Buying* (Y) dengan *Arousal* sebagai Variabel Mediasi (Z).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kabupaten Grobogan yang melakukan pembelian di TikTok Shop dengan total populasinya yang tidak di ketahui secara pasti (*infinite population*) karena tidak tersedia data resmi yang menunjukkan total seluruh Generasi Z yang pernah melakukan pembelian di TikTok Shop melalui program *flash sale* dan *limited quantity scarcity*.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2023), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2023), non-probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel. Jika populasinya luas, peneliti tidak dapat mempelajari seluruh populasi, karena keterbatasan sumber daya, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut. Setelah peneliti mendalami sampel, peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai populasi.

Menurut Machali (2021), purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dilakukan oleh peneliti sendiri yang didasarkan pada ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Penelitian ini menggunakan 16 indikator pernyataan. Merujuk pada pedoman Hair et al. (2021) yang menyarankan ukuran sampel sebesar 5 hingga 10 kali jumlah indikator 16×10 maka jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 160 responden. Adapun kriteria inklusi sampel pada penelitian ini adalah:

1. Usia 14 – 29 tahun
2. Berdomisili di Kabupaten Grobogan.
3. Pernah melakukan pembelian di tiktok shop menggunakan *program flash sale* dan notifikasi *Limited Quantity Scarcity*
4. Aktivitas pembelian tersebut dilakukan dalam kurun waktu 3 bulan terakhir.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Sumber data merupakan subjek atau tempat dari mana informasi dan data penelitian dapat di peroleh. Menurut Sugiyono (2023), dalam konteks penelitian, sumber data dapat dikategorikan menjadi dua jenis yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

3.3.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2023). Data yang dikumpulkan berasal dari pernyataan dalam kuesioner yang berkaitan dengan Data primer dalam penelitian ini adalah tanggapan responden melalui pengisian kuesioner yang telah disiapkan oleh peneliti serta melalui wawancara untuk menggali informasi lebih mendalam terkait topik yang diteliti. Data ini dikumpulkan secara langsung untuk memastikan keakuratan dan relevansi dengan tujuan penelitian.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2023). Data sekunder yang dipakai berupa data dari instansi, jurnal, dan buku referensi yang dapat memberikan penjelasan yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini sebagai berikut:

3.4.1 Kuesioner

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, di mana responden diberikan daftar pernyataan tertulis yang disusun berdasarkan indikator penelitian. Berdasarkan proses pelaksanaannya, penyebaran kuesioner dilakukan melalui secara daring (*online*) melalui penyebaran tautan *Google Form* dan didistribusikan melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, dan Telegram. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan metode *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi responden penelitian. Sebelum mengisi kuesioner, responden diminta untuk memastikan bahwa mereka memenuhi kriteria penelitian, yaitu Generasi Z yang pernah melakukan pembelian melalui TikTok Shop. Menurut Sugiyono (2023), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan daftar (*checklist*) dan skala penilaian untuk membantu menyederhanakan serta mengukur perilaku dan sikap responden, di mana daftar periksa tersebut berisi perilaku, karakteristik, atau entitas lain yang dicari peneliti. Dalam penelitian ini, kuesioner tertutup digunakan dengan tujuan agar responden memilih jawaban yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka.

Untuk mengukur variabel yang diteliti, instrumen ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2023), skala Likert merupakan skala pengukuran yang terdiri dari serangkaian pernyataan mengenai sikap responden terhadap objek yang diteliti, di mana setiap pernyataan memiliki 5 pilihan jawaban, serta terdiri dari dua bagian yaitu

bagian item yang berisi pernyataan tentang produk, acara, atau sikap tertentu dan bagian evaluasi yang memuat daftar tanggapan seperti “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju” yang digunakan untuk menilai pernyataan tersebut.

Tabel 3.1 Nilai Skala Likert

Skor	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: (Machali, 2021).

3.4.2 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui dokumen tertulis, laporan, maupun kumpulan data statistik yang telah tersedia (data sekunder) dan berkaitan dengan masalah penelitian. Data dokumentasi digunakan sebagai informasi pendukung untuk memperkuat hasil penelitian.

3.5 Variabel dan Indikator

Tabel 3.2 Variabel dan Indikator

No	Variabel	Indikator	Sumber
1	<i>Limited quantity scarcity</i> adalah pesan kelangkaan yang membatasi jumlah produk yang tersedia bagi konsumen sehingga menunjukkan keterbatasan stok produk dan dapat menimbulkan persepsi persaingan antar konsumen untuk memperoleh produk tersebut	1. <i>Product with limited stock availability</i> (ketersediaan stok terbatas). 2. <i>Quickly sold</i> (produk cepat habis). 3. <i>The quantity of the product that is restricted</i> (jumlah produk dibatasi). 4. <i>Rarely available</i> (produk jarang tersedia)	(Lamis <i>et al.</i> , 2022)
2	<i>Flash sale</i> merupakan strategi promosi yang menawarkan potongan harga khusus kepada konsumen dalam jangka waktu yang terbatas untuk produk tertentu dengan tujuan meningkatkan kunjungan dan mendorong pembelian.	1. Frekuensi promosi 2. Kualitas promosi 3. Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi	(Ramadhan, 2022)
3	<i>Impulse buying</i> adalah perilaku pembelian yang terjadi secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya yang didorong oleh dorongan emosional konsumen ketika melihat produk atau promosi tertentu.	1. Pembelian spontan 2. Dorongan/kompulsi yang kuat 3. Intensitas keinginan membeli 4. Mengabaikan konsekuensi 5. Keputusan membeli tanpa perencanaan	(Rahma <i>et al.</i> , 2025)
4	<i>Arousal</i> merupakan kondisi psikologis atau emosional yang menggambarkan tingkat rangsangan, semangat, atau antusiasme yang dirasakan konsumen ketika menerima stimulus tertentu dalam lingkungan belanja.	1. <i>Stimulate</i> (merasa terstimulasi) 2. <i>Excited</i> (merasa bersemangat) 3. <i>Arousal</i> (merasa terangsang) 4. <i>Enthusiastic</i> (merasa antusias)	(Rahma <i>et al.</i> , 2025)

Sumber : data diolah (2026)

3.6 Analisis Data

3.6.1 Partial Least Square (PLS)

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan *software* SmartPLS versi 4.0. *Partial Last Square* (PLS) merupakan teknik analisis yang cukup ampuh dalam penelitian ilmu sosial karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Selain itu, data tidak perlu terdistribusi normal atau multivariat (indikator dengan skala kontras kategorikal, ordinal, dan interval dapat digunakan dalam model yang sama). (Sugiyono, 2023) menyebutkan bahwa *Partial Least Square* (PLS) merupakan metode analisis berbasis varian yang digunakan untuk menguji hubungan antara konstruk laten dengan indikator-indikatornya serta hubungan antar variabel laten dalam suatu model penelitian. Adapun tahapan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi beberapa pengujian, antara lain:

3.6.2 Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Tujuan mengevaluasi suatu model pengukuran adalah untuk menentukan validitas dan reliabilitas. Estimasi model pengukuran menggunakan analisis faktor konfirmatori yaitu pendekatan MTMM (*MultiTrait-MultiMethod*). Uji validitas dapat dilihat dengan menggunakan alat *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity*, sedangkan uji reliabilitas dapat dilihat dengan menggunakan uji reliabilitas *Cronbach's alpha* dan *Composite Reliability* untuk mengetahui konsistensi indikator dalam mengukur variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2023), suatu instrumen penelitian

dikatakan baik apabila memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, sehingga mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten.

3.6.2.1 Convergent Validity

Convergent Validity merupakan metode yang digunakan untuk mengukur besarnya hubungan variabel konstruk dengan variabel laten. Melalui uji validitas konvergen maka diharapkan suatu konstruk memiliki korelasi yang tinggi terhadap variabel laten. Nilai yang digunakan dalam uji validitas konvergen (*Convergent Validity*) yaitu nilai *Outer Loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE). *Outer Loading* merupakan pengujian yang bertujuan untuk menilai apakah indikator pengukuran variabel laten reliabel atau tidak. Hal ini dilakukan dengan mengevaluasi hasil *Outer Loading* setiap indikator. *Average Variance Extracted* (AVE) masing-masing item dinyatakan lolos apabila nilainya 0.50. Sedangkan *Outer Loading* dalam uji validitas dinyatakan lolos apabila nilainya > 0.70 (Sugiyono, 2023).

3.6.2.2 Internal Consistency Reliability

Internal consistency reliability merupakan sebuah pengujian untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian seperti kuesioner yang dibuat berdasarkan indikator konsisten dalam mengukur konstruk atau variabel laten. Hasil uji reliabilitas ini bisa dilihat melalui hasil *composite reliability* dan *cronbach's alpha*.

Menurut Hair *et al.* (2021), suatu data dinyatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* $> 0,70$.

3.6.2.3 *Discriminant Validity*

Discriminant Validity adalah metode pengujian sejauh mana indikator dari suatu variabel tidak memiliki korelasi yang tinggi dengan indikator dari variabel lain yang berbeda. Suatu data yang dinyatakan memiliki nilai validitas diskriminan yang baik dilihat melalui hasil dari nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Menurut Hair *et al.* (2021) evaluasi validitas diskriminan akan diterima jika nilai HTMT $< 0,90$.

3.6.3 Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Ghozali (2021), model struktural atau model internal dievaluasi untuk memprediksi hubungan antarkonstruksi laten dengan memperhatikan proporsi varians yang dijelaskan. Evaluasi model menggunakan uji R-square, f-square, dan uji hipotesis.

3.6.3.1 *Coefficient of Determination (R-Square)*

Koefisien determinasi (R^2) adalah sebuah ukuran yang menilai seberapa jumlah varian yang dapat dijelaskan oleh variabel dependen dalam suatu model struktural. Nilai R^2 tergantung pada model tertentu dan bidang penelitian yang bersangkutan. Kriteria nilai R^2 sebesar 0,75 dapat dikatakan substansial, nilai R^2 0,50 maka dikatakan sedang, dan jika nilai R^2 0,25 dikatakan lemah (Hair *et al.*, 2021). Nilai koefisien digunakan untuk membantu menilai model agar tidak terlalu rumit dan menghindari kesalahan dalam penafsiran. Sementara itu, *Adjusted R-square* digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Sisanya menunjukkan bagian yang dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

3.6.3.2 Effect Size (*F-Square*)

F-squared adalah ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi pengaruh suatu variabel eksternal (*influencer*) terhadap variabel akhir (*influencer*). Nilai *F-Square* dan ukuran efek juga dapat digunakan untuk mengevaluasi model variabel. (Sugiyono, 2023) menyatakan bahwa nilai *F-squared* diklasifikasikan menjadi tiga kategori:

1. 0.02 dapat diartikan sebagai prediksi variabel laten yang pengaruhnya kecil.
2. 0.15 sebagai prediksi variabel laten yang pengaruhnya sedang.
3. 0.35 dapat diartikan sebagai interpretasi yang demikian variabel prediktor laten dan pengaruh utama (besar).

3.6.3.3 Uji Hipotesis

Pengujian selanjutnya adalah menguji nilai P dengan menggunakan pendekatan *bootstrap* untuk mengetahui signifikansi pengaruh antar variabel. Tingkat akurasi tertinggi adalah 5% atau 0.05. Jika *P-value* < 0.05 maka hipotesis diterima, jika *P-value* > 0.05 maka hipotesis ditolak. Menurut Sugiyono (2023), dalam pengujian hipotesis ini, terdapat dua pengujian, yakni uji pengaruh langsung (*direct effect*) dan tidak langsung (*indirect effect*). Uji pengaruh tidak langsung ini mengevaluasi dan menguji kekuatan korelasi antara variabel *intervening* (mediasi atau moderasi) dengan variabel lainnya. Analisis ini tepat digunakan ketika sebuah variabel memiliki kemampuan untuk mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen. Perubahan variabel independen selanjutnya berdampak pada variabel mediator yang selanjutnya mempengaruhi variabel dependen.