

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode yang Digunakan

Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Melalui penelitian, manusia dapat menggunakan hasilnya, secara umum data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah (Sugiyono, 2017:116).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:61) metode deskriptif yaitu sebagai suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah nomor satu dan dua. Sedangkan metode verifikatif menurut Sugiyono (2017:63) adalah metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017:8) adalah metode peneelitan yang berlandaskan pada filsafat

positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi variabel dan operasionalisasi variabel penelitian merupakan variabel-variabel yang harus didefinisikan dengan jelas agar tidak terjadi pengertian berarti ganda. Definisi variabel juga menjadi batasan sejauh mana variabel penelitian dapat dipahami oleh peneliti.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Secara umum variabel adalah objek yang akan dijadikan penelitian baik yang berbentuk abstrak maupun real. Pelaksanaan kegiatan ini harus sistematis dan sesuai dengan kaidah ilmiah. Jadi hasil observasi dipertanggungjawabkan kebenarannya. Landasan teori yang dipakai juga mempengaruhi hasil yang didapatkan. Berdasarkan judul penelitian terdapat empat variabel dalam observasi penelitian ini, yaitu *Shopping Emotion* (X_1), *Fear of Missing Out* (FoMO) (X_2), *Self Control* (Y), dan *Impulsive Buying* (Z). Definisi variabel tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen disebut juga variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi, variabel tidak terikat, variabel bebas, atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbul variabel dependen atau variabel terikat, Sugiyono (2019:39). Variabel independen yang akan diteliti di penelitian ini adalah:

a. *Shopping Emotion* (X_1)

Apriliana (2018), menyatakan bahwa *shopping emotion* adalah emosi atau perasaan (suka atau tidak suka) yang tidak bisa dikontrol terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan, yang hanya bisa diungkapkan dengan ekspresi atau sikap maupun perilaku yang mengarah pada suasana hati sehingga dapat mendorong konsumen untuk memutuskan pembelian.

b. *Fear of Missing Out* (FoMO) (X_2)

Santoso et al., (2021), menyatakan bahwa *fear of missing out* (FoMO) merupakan kecemasan soal ketertinggalan dan akan mengikuti apa yang dilakukan oleh kelompoknya agar dapat diterima dan tidak terisolasi.

2. Variabel Intervening (Y)

Variabel intervening atau mediasi merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini berada di antara kedua variabel tersebut, sehingga variabel independen akan melalui variabel intervening terlebih dahulu sebelum mempengaruhi variabel dependen (Sugiyono, 2019:39).

Pada penelitian ini variabel intervening yang akan diteliti adalah *self control*. *Self control* merupakan aktivitas untuk mengatur perilaku yang berkaitan dengan bagaimana seseorang mengelola emosi serta dorongan-dorongan dalam dirinya (Ghufron & Risnawati, 2017).

3. Variabel Dependen (Z)

Variabel dependen merupakan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat dari variabel bebas (Sugiyono, 2019:39). Pada penelitian ini variabel dependen yang akan diteliti adalah *impulsive buying*. *Impulsive Buying* adalah dorongan untuk membeli sesuatu tanpa adanya perhatian atau rencana yang berkaitan dengan tujuan jangka panjang (Verplanken & Herabadi, 2001).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel digunakan untuk memaparkan variabel yang akan diteliti ke dalam konsep dimensi serta indikatornya. Menurut Sugiyono (2019:68) variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Operasionalisasi variabel digunakan agar lebih mudah mencari hubungan antara variabelnya. Penelitian ini terdiri atas empat pokok variabel yang akan diteliti yaitu, *Shopping Emotion* (X_1), *Fear of Missing Out* (FoMO) (X_2), *Self Control* (Y), dan *Impulsive Buying* (Z). Didalamnya terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala ordinal. Data skala ordinal merupakan data yang didapat dengan cara klasifikasi tetapi didalam data tersebut

terdapat hubungan operasionalisasi variabel yang ditujukan untuk membantu memecahkan variabel menjadi bagian kecil sehingga dapat diketahui klasifikasi ukurannya. Seperti pada Tabel 3.1:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<p>Shopping Emotion (X₁)</p> <p><i>Shopping emotion</i> adalah emosi atau perasaan (suka atau tidak suka) yang tidak bisa dikontrol terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan, yang hanya bisa diungkapkan dengan ekspresi atau sikap maupun perilaku yang mengarah pada suasana hati sehingga dapat mendorong konsumen untuk memutuskan pembelian.</p> <p>Apriliana (2018)</p>	<i>Pleasure</i>	Perasaan positif saat berbelanja	Tingkat perasaan positif saat berbelanja	Ordinal	1
		Perasaan nyaman saat berbelanja	Tingkat perasaan nyaman saat berbelanja	Ordinal	2
	<i>Arousal</i>	Ketertarikan pada produk	Tingkat antusiasme terhadap produk	Ordinal	3
		Kesediaan untuk membeli produk	Tingkat kesediaan untuk membeli produk	Ordinal	4
	<i>Dominance</i>	Kebebasan dalam memilih	Tingkat kebebasan memilih produk	Ordinal	5
		Kebebasan dalam bergerak	Tingkat kebebasan untuk membeli produk	Ordinal	6
<p>Fear of Missing Out (FoMO) (X₂)</p> <p><i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> adalah kecemasan soal ketertinggalan dan akan mengikuti apa yang dilakukan oleh kelompoknya agar dapat diterima dan tidak terisolasi.</p> <p>Santoso et al., (2021)</p>	<i>Belonging Desire</i>	<i>Prestige sensitivity</i>	Tingkat kepuasan membeli produk mahal untuk gengsi	Ordinal	7
		<i>Connectedness</i>	Tingkat kebutuhan untuk berhubungan dengan orang lain sebelum membeli	Ordinal	8
	<i>Anxiety of Isolation</i>	<i>Praise from others</i>	Tingkat keinginan mendapatkan pujian dari orang lain	Ordinal	9
		<i>Being aliened</i>	Tingkat perasaan terasingkan oleh lingkungan sosial	Ordinal	10
		<i>Being ignored</i>	Tingkat perasaan diabaikan oleh lingkungan sosial	Ordinal	11

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		<i>Falling behind</i>	Tingkat ketakutan tertinggal dari tren atau orang lain	Ordinal	12
<p>Self Control (Y)</p> <p><i>self control</i> merupakan aktivitas untuk mengatur perilaku yang berkaitan dengan bagaimana seseorang mengelola emosi serta dorongan-dorongan dalam dirinya.</p> <p>Ghufron & Risnawati (2017)</p>	<i>Behavior Control</i>	Mengatur pelaksanaan	Tingkat kemampuan menunda pembelian	Ordinal	13
		Memodifikasi stimulus	Tingkat kemampuan mengalihkan perhatian dari keinginan membeli	Ordinal	14
	<i>Cognitive Control</i>	Memperoleh informasi	Tingkat usaha mencari informasi sebelum membeli	Ordinal	15
		Melakukan penilaian	Tingkat evaluasi kebutuhan sebelum membeli	Ordinal	16
		Kesempatan memilih	Tingkat kontrol diri dalam memutuskan pembelian	Ordinal	17
	<i>Decision Control</i>	Kebebasan memilih	Tingkat kebebasan dari pengaruh tren sosial	Ordinal	18
Kemungkinan memilih		Tingkat kemampuan memilih produk yang diinginkan	Ordinal	19	
<p>Impulsive Buying (Z)</p> <p><i>Impulsive buying</i> adalah dorongan untuk membeli sesuatu tanpa adanya perhatian atau rencana yang berkaitan dengan tujuan jangka panjang.</p> <p>Verplanken & Herabadi (2001)</p>	Afektif	<i>Irresistible urge to buy</i>	Tingkat dorongan instan dan terus-menerus untuk membeli	Ordinal	20
		<i>Positive buying emotion</i>	Tingkat kegembiraan saat melakukan <i>impulsive buying</i>	Ordinal	21
		<i>Mood management</i>	Tingkat keinginan untuk mengubah perasaan melalui pembelian	Ordinal	22
	Kognitif	<i>Cognitive deliberation</i>	Tingkat dorongan untuk membeli tanpa mempertimbangkan konsekuensi	Ordinal	23
		<i>Unplanned buying</i>	Tingkat ketidakpastian dalam perencanaan pembelian	Ordinal	24

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		<i>Disregard for the future</i>	Tingkat ketidakpedulian terhadap dampak pembelian di masa depan	Ordinal	25

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

3.3 Populasi dan Sampel

Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai pengertian populasi dan sampel yang ada pada penelitian ini, serta akan dijelaskan mengenai ukuran sampel yang akan digunakan di dalam penelitian ini. Di mana sampel tersebut akan menjadi responden atau sumber data yang akan digunakan di dalam penelitian ini dan berguna untuk penyelesaian penelitian ini.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang meliputi objek/subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk mempelajarinya dan dapat ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2019:126). Kemudian menurut Eddy et al., (2021:5) populasi adalah seseorang yang akan dijadikan subjek penelitian atau seseorang yang dimana karakteristiknya hendak di teliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah NCTzen (Penggemar NCT Dream) yang berdomisili di Kota Bandung, Jawa Barat. Namun tidak dapat diketahui secara

pasti jumlah sebenarnya dari NCTzen yang membeli album NCT Dream, oleh karena itu populasi ini merupakan populasi yang tak terbatas.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh setiap populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* atau mewakili (Sugiyono, 2019:127).

Perhitungan sampel dengan pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti (Riyanto dan Hermawan, 2020). Di dalam penelitian sampel adapun kriteria yang digunakan yaitu:

1. Penggemar NCT Dream (NCTzen) yang berdomisili di Kota Bandung
2. Pernah membeli album NCT Dream

Populasi pada penelitian ini adalah NCTzen yang berdomisili di Kota Bandung yang sudah pernah melakukan pembelian album NCT Dream. Dikarenakan data NCTzen yang berdomisili di Kota Bandung yang pernah melakukan pembelian album NCT Dream belum ada yang melakukan survei seberapa besar pembelinya dan tidak diketahui dengan jelas tepatnya jumlah

populasinya, maka rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow (Akdon, 2010), sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dibutuhkan

z^2 = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi

d = Tingkat kesalahan

Perhitungan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 5%.

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1,96)^2(0,5)(1 - 0,5)}{(0,1)^2} \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

Sehingga penelitian ini mengumpulkan jumlah sampel minimal 96 responden di Kota Bandung yang merupakan NCTzen dan pernah membeli album NCT Dream. Ukuran sampel untuk SEM yang menggunakan model estimasi *maximum likelihood estimation* (MLE) adalah 100 hingga 200 sampel sudah dianggap memadai, atau sebanyak 10 atau lebih dari jumlah variabel dalam studi. Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat diperoleh ukuran (n) penelitian minimal sebanyak 100 orang. Dalam penelitian ini jumlah orang yang akan dijadikan sampel sebanyak 100 orang.

Teknik sampling menurut Sekaran & Bougie (2019) merupakan teknik penentuan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi 2, yaitu:

1) *Probability Sampling*

Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *sampling area* (cluster).

2) *Nonprobability Sampling*

Nonprobability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi sampling sistematis, sampling kuota, sampling aksidental, *purposive sampling*, sampling jenuh, dan *snowball sampling*.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada metode *non-probability sampling*. Teknik ini *non probability sampling* yang dipilih dalam penelitian ini yaitu *Teknik purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019) mengatakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:137) teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan didalam penelitian yang dilakukan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan juga sekunder antara lain:

1. Pengumpulan Data Primer

Menurut Sugiyono (2019:194) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari narasumber asli. Pada penelitian ini penulis menggunakan kuesioner, yaitu suatu metode pengumpulan data yang memberikan daftar berupa pertanyaan kepada responden untuk diisi atau diberi jawaban yang disusun untuk mendapatkan suatu data yang relevan atau signifikan.

Kuesioner yang telah dibuat sebelumnya nantinya akan disebarluaskan kepada NCTzen yang berada di wilayah Kota Bandung melalui *google form*. Kemudian responden memberi tanggapan pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner sesuai dengan keadaan yang sebelumnya dan dikumpulkan/dikirim kembali ke peneliti. Hasil jawaban dari responden tersebut yang nantinya akan menjadi data penelitian ini.

2. Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti kepada pihak lain. Data ini biasanya berupa bukti, laporan historis atau catatan yang telah di arsipkan. Data sekunder yang

digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan, penelitian terdahulu, dan informasi-informasi yang diperoleh dari sumber internet.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji validitas dan uji reliabilitas yaitu uji yang dilakukan untuk instrumen penelitian. Kedua uji ini untuk memperoleh hasil data apakah instrumen penelitian ini layak untuk dipakai dalam penelitian ini atau tidak. Instrumen pada penelitian ini menggunakan kuisisioner (angket).

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:125) uji validitas adalah derajat ketetapan diantara data yang terdapat dalam obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Sehingga, data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi dalam obyek penelitian. Dalam menguji setiap butir instrumen valid atau tidak dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total. Jika koefisien (r_{hitung}) lebih besar atau sama dengan (r_{tabel}) yaitu 0,3 maka pernyataan tersebut dapat valid. Tetapi jika korelasi di bawah 0,3 maka disimpulkan butir pernyataan pada instrumen tidak valid sehingga perlu diperbaiki. Metode korelasi yang digunakan adalah *pearson product*, menurut Febrianawati (2018:20) rumus dari uji validitas adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

R = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Setelah itu, perlu membandingkan nilai kritisnya. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka data dikatakan signifikan (valid) dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis penelitian. Tetapi sebaliknya jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ berarti data tersebut tidak signifikan (tidak valid) dan tidak diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Jika data sudah valid maka pernyataan-pernyataan dari data tersebut melakukan uji reliabilitas. Pada penelitian ini yang diuji yaitu variabel *Shopping Emotion* (X_1) dan *Fear of Missing Out* (FoMO) (X_2), *Self Control* (Y), *Impulsive Buying* (Z). Perhitungan validitas item ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah seberapa jauh hasil mengenai pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, yang dimana akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur akan menyatakan reliabel jika data dari hasil pengukuran konsisten Sugiyono (2017:122). Untuk menguji reliabilitas peneliti menggunakan metode

(*Split Half*) yang dimana item tersebut dibagi menjadi dua kelompok ganjil dan genap, sehingga setiap skor itemnya dijumlahkan akan menghasilkan skor total. Jika korelasi yang dihasilkan 0,7 atau lebih maka dapat dinyatakan memberikan hasil *reliable* yang cukup, tetapi sebaliknya jika hasil korelasi dibawah 0,7 maka dapat dinyatakan hasil kurang *reliable*. Instrumen dapat disebut reliabel adalah instrumen yang telah digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Menurut Sugiyono (2018:21) rumus dari uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$r^1 = S \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \alpha b^2}{\alpha t^2} \right)$$

Keterangan:

r^1 = Realibilitas Instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \alpha b^2$ = Jumlah varians butir

αt^2 = Varians total

3.6 Metode Analisis

Metode analisis data yaitu kegiatan setelah data dari responden sudah terkumpul secara keseluruhan. Sugiyono (2018:147) mengatakan analisis data merupakan suatu kegiatan yang dilakukan setelah semua data responden terkumpul. Adapun teknik analisis data yang peneliti pakai dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum. Proses analisis pengolahan data yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Menyebar kuisisioner kepada responden yang telah ditentukan.
- b. Mengambil hasil jawaban kuisisioner responden.
- c. Mengelompokkan data responden.
- d. Data dari kuisisioner yang telah diisi responden, selanjutnya akan ditabulasikan dalam bentuk data kuantitatif.
- e. Jawaban setiap responden disajikan dalam tabel distribusi.

Untuk penilaian jawaban responden terhadap pernyataan yang diberikan menggunakan skala likert yaitu skala dengan tipe yang digunakan untuk mengukur pendapat, sifat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert digunakan untuk mengukur, sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial Sugiyono (2017: 86). Peneliti menggunakan skala likert dalam kuisisioner. Jawaban setiap item instrument dalam skala likert mempunyai skor masing-masing yaitu 5-4-3-2-1, berikut kategori penilaian yang digunakan pada skala likert:

Tabel 3. 2
Kategori Penilaian Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4

Alternatif Jawaban	Skor
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017)

Tabel 3.2 untuk mengetahui bobot (nilai) dari setiap pernyataan yang telah diajukan. Bobot (nilai) tersebut dihitung untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel yang diteliti dan tingkat pengaruh dari setiap variabel yang diteliti. Untuk analisis dari setiap pernyataan atau indikator, sebelumnya diperlukan untuk menghitung frekuensi jawaban setiap kategori atau pilihan jawaban, lalu dijumlahkan. Kemudian dihitung rata-rata dari setiap indikator tersebut. Hasil data dari tanggapan responden tersebut kemudian dicari kriteria sesuai skor yang dihasilkan. Agar dapat mengetahui kriteria seluruh indikator pada seluruh indikator variabel penelitian dibutuhkan skala kriteria dengan tahapan sebagai berikut:

1. Mencari skor maksimal atau skor ideal dan skor minimal

Skor ideal = skor tertinggi x jumlah butir item x jumlah responden

Skor minimal = skor terendah x jumlah butir item x jumlah responden

2. Mencari interval dan panjang interval kelas

Interval = skor ideal – skor minimal

Panjang interval = interval : banyak kelas interval

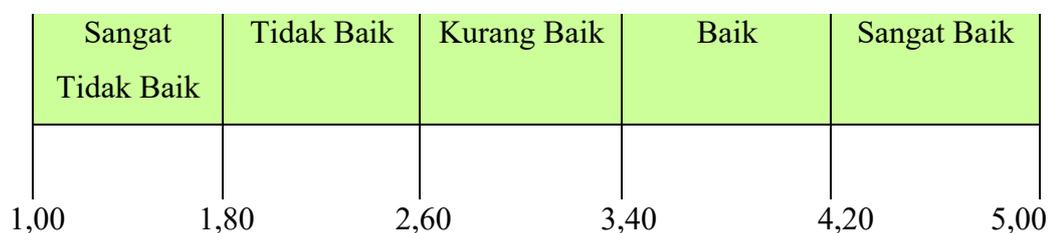
Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Tafsiran Nilai Rata-Rata

Interval	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Kurang Baik
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: (Sugiyono, 2017)

Tafsiran nilai rata-rata tersebut dapat di identifikasikan ke dalam garis kontinum. Berikut adalah garis kontinum yang digunakan untuk memudahkan peneliti melihat kategori penilaian mengenai variabel yang diteliti.



Gambar 3. 1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Kausal (Verifikatif)

Menurut Sugiyono (2017:36) analisis verifikatif adalah metode penelitian yang dimana untuk menguji suatu teori dan peneliti mencoba untuk menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak. Analisis verifikatif merupakan analisis yang digunakan untuk membahas data kuantitatif. Analisis ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah ke-3 yaitu seberapa besar pengaruh *Shopping Emotion*

dan *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap *Self Control* secara simultan maupun parsial.

3.6.2.1 *Method of Succesive Interval*

Method of Succesive Interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi interval. Data yang didapatkan dari penelitian ini berupa data yang berskala ordinal. Agar memudahkan dalam pengolahan data maka data harus terlebih dahulu diubah menjadi data berskala interval. Untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan teknik *Method of Succesive Interval*. Langkah – langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Perlu memperhatikan butir dari setiap jawaban responden dalam kuisisioner yang telah disebarakan.
- b. Menetapkan frekuensi dari responden yaitu dengan banyaknya responden yang memberikan respon untuk sesuai kategori yang ada.
- c. Menetapkan proporsi nilai pada setiap responden yaitu dengan membagi suatu bilangan frekuensi, dengan keseluruhan responden.
- d. Menjumlahkan proporsi keseluruhan, sehingga dapat diperoleh proporsi kumulatif.
- e. Menetapkan nilai Z pada setiap proporsi kumulatif.
- f. Menghitung *skala value* (SV) pada masing-masing responden dengan cara:

$$SV = \frac{\text{density at lower limit} - \text{density at upper limit area}}{\text{under upperlimit} - \text{area under lower limit}}$$

Keterangan:

Density of lower limit = kepadatan batas bawah

Density of upper limit = kepadatan batas atas

Area below upper limit = daerah dibawah batas atas

Area below lower limit = daerah dibawah batas bawah

- g. Merubah *Scala Value* (SV) yang terkecil menjadi sama dengan satu (=1) serta mentransformasikan setiap skala sesuai perubahan skala terkecil yang kemudian dapat diperoleh *Transformed Scaled Value* (TSV).

3.6.2.2 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Menurut Juanim (2018) analisis jalur adalah bagian dari modal regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya. Sistem hubungan sebab akibat tersebut menyangkut dua jenis variabel yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

Peneliti menggunakan analisis jalur (*path analysis*) karena untuk mengetahui hubungan sebab akibat, dengan tujuan menerangkan pengaruh langsung atau tidak langsung antar variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini, peneliti ingin memastikan apakah ada pengaruh *shopping emotion* dan *fear of missing out* (fomo) terhadap *impulsive buying* dengan *self control* sebagai variabel intervening.

3.6.2.3 Asumsi-Asumsi Analisis Jalur

Untuk efektivitas penggunaan analisis jalur menurut Juanim (2018) menyatakan bahwa diperlukan beberapa asumsi sebagai berikut:

1. Hubungan antara variabel dalam model adalah linear dan adatif.
2. Seluruh error (residual) diasumsikan tidak berkorelasi dengan yang lainnya.
3. Variabel diasumsikan dapat diukur secara langsung.
4. Model hanya berbentuk rekrusive atau searah.
5. Variabel-variabel diukur oleh skala interval

3.6.2.4 Teknik Pengujian Analisis Jalur

Menurut Juanim (2018) penjabaran mengenai analisis jalur sebagai berikut:

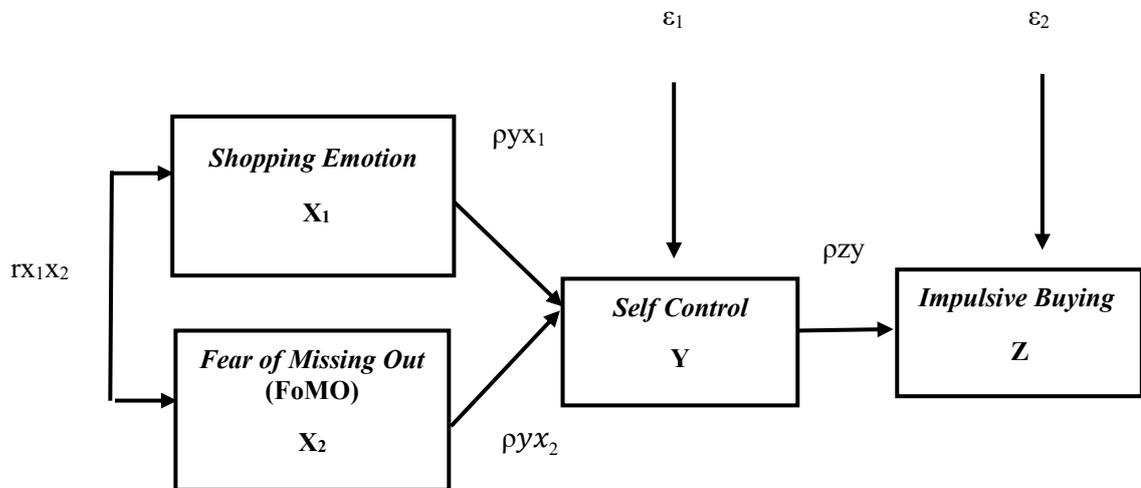
1. Konsep Dasar

Analisis jalur adalah bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya. Dalam analisis jalur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat berupa pengaruh langsung dan tidak langsung (*direct & Indirect effect*). Model analisis jalur dalam penelitian ini adalah *mediated path model*.

2. Diagram Jalur

Diagram jalur adalah alat untuk melukiskan secara grafis, struktur hubungan kausalitas antar variabel independen, intervening, dan dependen. Model diagram jalur dibuat berdasarkan variabel yang diteliti, dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah *shopping emotion (X1)*, *fear of missing out*

(fomo) (X_2), *self control* (Y), dan *impulsive buying* (Z). Gambar diagram jalur dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 3.2
Diagram Jalur

Keterangan:

X_1 = *Shopping Emotion*

X_2 = *Fear of Missing Out (FoMO)*

Y = *Self Control*

Z = *Impulsive Buying*

ρ (rho) = Koefisien masing-masing variabel

ρ_{yx_1} = Koefisien jalur *Shopping Emotion* terhadap *Self Control*

ρ_{yx_2} = Koefisien jalur *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap *Self Control*

$r_{x_1x_2}$ = Koefisien korelasi antara variabel independen

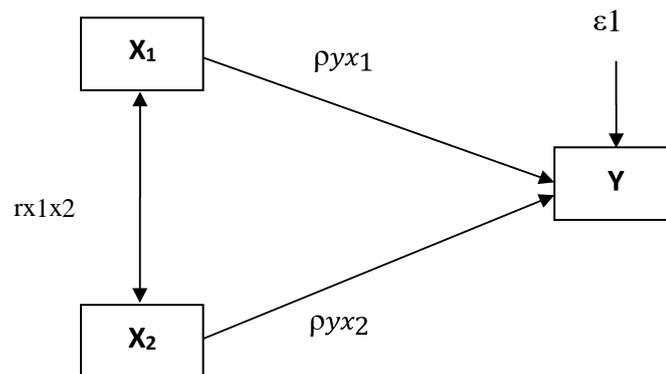
ϵ (epsilon) = Pengaruh faktor lain

Gambar dengan jalur seperti terlihat pada gambar 3.2 di atas dapat diformulasikan ke dalam bentuk model persamaan struktural sebagai berikut:

Persamaan Jalur Substruktur Pertama:

$$Y = \rho_{yx_1}X_1 + \rho_{yx_2}X_2 + \varepsilon_1$$

dapat digambarkan sebagai berikut :



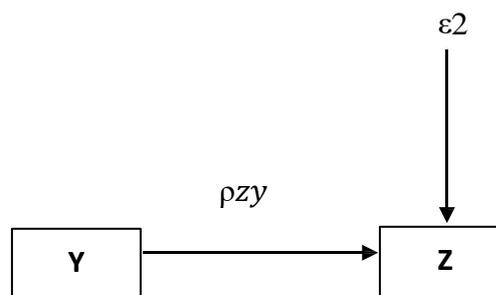
Gambar 3.3

Sub Struktur Pertama: Diagram Jalur X1 dan X2 terhadap Y

Persamaan Jalur Substruktur Kedua:

$$Z = \rho_{zy} + \varepsilon_2$$

dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.4

Sub Struktur Kedua: Diagram Jalur Y Terhadap Z

Berdasarkan diagram jalur dapat dilihat bagaimana pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut. Pengaruh langsung adalah pengaruh dari satu variabel independen ke variabel dependen, tanpa melalui variabel dependen lainnya yang disebut variabel intervening.

3. Pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung

Analisis jalur dapat memperhitungkan langsung pengaruh langsung dan tidak langsung. Pengaruh langsung adalah pengaruh dari satu variabel independen ke variabel dependen, tanpa melalui variabel dependen lainnya. Sedangkan pengaruh tidak langsung adalah situasi dimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen melalui variabel lain yang disebut variabel intervening (intermedian). Adapun yang disebut dengan pengaruh total adalah penjumlahan langsung dan tidak langsung (Juanim, 2018).

a. Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Hasil dari X_1 dan X_2 terhadap Y dan Y terhadap Z atau lebih sederhana dapat disajikan sebagai berikut:

Pengaruh langsung (*Direct Effect*)

$$X_1, X_2 \longrightarrow Y : \rho_{yx_1}, \rho_{yx_2}$$

$$Y \longrightarrow Z : \rho_{zy_1}, \rho_{zy_2}$$

$$Z \longrightarrow \varepsilon_1$$

b. Hasil Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Hasil tidak langsung (*indirect effect*) adalah dari X terhadap Z melalui Y , atau lebih sederhana dapat dilihat sebagai berikut:

$$X \longrightarrow Y \longrightarrow Z : (\rho_{yx})(\rho_{zy})$$

Penjelasan rumus diatas memperlihatkan bahwa hasil langsung diperoleh dari hasil analisis jalur nilai beta, sedangkan hasil tidak langsung diperoleh dengan mengalikan koefisien rho (nilai beta) yang melewati variabel antara (penghubung) dengan variabel langsungnya.

3.7 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang bersifat praduga pada permasalahan penelitian dan masih harus dibuktikan kebenarannya. Jika hipotesis itu salah maka ditolak, sebaliknya jika itu benar maka akan diterima. Hasil penyelidikan atau pengamatan berdasarkan fakta yang telah dikumpulkan dapat menentukan bahwa hipotesis itu ditolak ataupun diterima. Uji hipotesis antara variabel Pengaruh *Shopping Emotion* (X1), *Fear of Missing Out* (FoMO) (X2), *Self Control* (Y), dan *Impulsive Buying* (Z) menggunakan uji parsial dan simultan.

3.7.1 Uji Parsial (Uji t)

Hipotesis parsial diperlukan untuk menguji tingkkaat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji parsial dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Nilai t_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data *coefficient*, hipotesis parsial dijelaskan kedalam bentuk statistik sebagai berikut:

1. $H_0 : \rho_{yx_1} = 0$, *Shopping Emotion* (X₁) tidak berpengaruh terhadap *Self Control* (Y)

$$H_1 : \rho_{yx_1} \neq 0, \textit{Shopping Emotion} (X_1) \textit{berpengaruh terhadap Self Control}(Y)$$

2. $H_0 : \rho_{yx_2} = 0$, *Fear of Missing Out* (FoMO) (X_2) tidak berpengaruh terhadap *Self control* (Y)
 $H_1 : \rho_{yx_2} \neq 0$, *Fear of Missing Out* (FoMO) (X_2) berpengaruh terhadap *Self control* (Y)
3. $H_0 : \rho_{yx_1} = \rho_{yx_2} = 0$, *Shopping Emotion* (X_1) dan *Fear of Missing Out* (FoMO) (X_2) tidak berpengaruh *Self control* (Y)
 $H_1 : \rho_{yx_1} \neq \rho_{yx_2} \neq 0$, *Shopping Emotion* (X_1) dan *Fear of Missing Out* (FoMO) (X_2) berpengaruh *Self control* (Y)
4. $H_0 : \rho_{zy} = 0$, *Self control* (Y) tidak berpengaruh terhadap *Impulsive Buying* (Z)
 $H_1 : \rho_{zy} \neq 0$, *Self control* (Y) berpengaruh terhadap *Impulsive Buying* (Z)

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan taraf signifikan 5% atau dengan tingkat keyakinan 95% dengan rumus sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n - (k + 1)}}{1 - r^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

r = nilai korelasi parsial

k = jumlah variabel independen

Selanjutnya hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.7.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, peneliti mengajukan hipotesis dengan taraf nyata $\alpha = 0,05$ sebagai berikut:

$H_0 : \rho_{zyx} = 0$, Tidak terdapat pengaruh antara *Shopping Emotion* (X_1) dan *Fear of Missing Out* (FoMO) (X_2) terhadap *Self Control* (Y) dan dampaknya pada *Impulsive Buying* (Z).

$H_1 : \rho_{zyx} \neq 0$, Terdapat pengaruh antara variabel *Shopping Emotion* (X_1) dan *Fear of Missing Out* (FoMO) (X_2) terhadap *Self Control* (Y) dan dampaknya pada *Impulsive Buying* (Z).

Pada uji simultan uji statistik yang digunakan adalah uji F. Untuk menghitung nilai F dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{(n - k - 1)R^2}{k(1 - R^2)}$$

Dimana:

R^2 = Koefisien determinasi

K = Jumlah variabel independent

n = Jumlah sampel

Nilai untuk uji F dilihat dari tabel distribusi F dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat bebas ($k; n-k-1$), selanjutnya F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen yang dapat dijelaskan oleh variabel dependen. Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$).

Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi terbagi menjadi 2, yaitu analisis koefisien determinasi simultan dan analisis koefisien determinasi parsial. Mengikuti hipotesis yang disusun, maka pada penelitian ini analisis koefisien determinasi hanya dilakukan secara parsial.

Analisis koefisien determinasi secara simultan akan menjelaskan bagaimana hubungan variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y . Besarnya koefisien determinasi secara simultan dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut.

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Analisis koefisien determinasi secara parsial akan menjelaskan bagaimana hubungan salah satu variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y . Besarnya koefisien determinasi secara parsial dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut.

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Nilai Koefisien Determinasi

β = Beta (nilai Standardized coefficients)

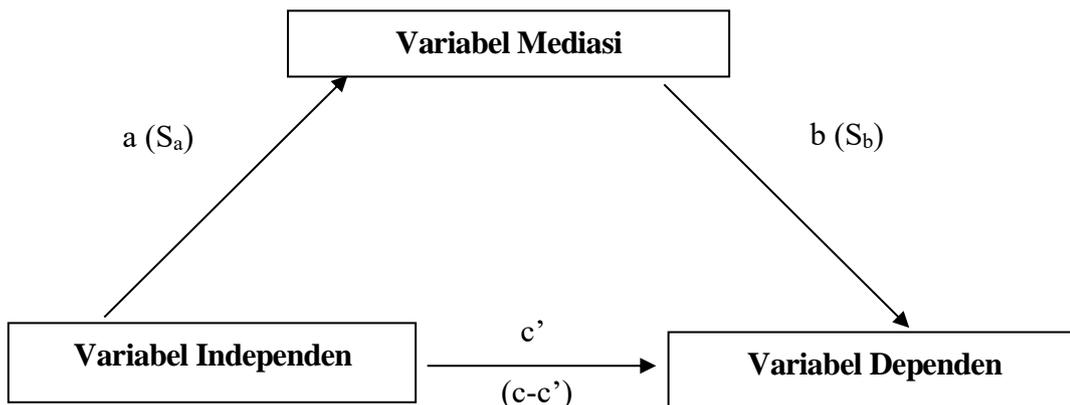
Zero Order = Matriks Korelasi variabel independen dengan variabel dependen

Dengan kriteria untuk analisis koefisien determinasi yaitu:

- 1) Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- 2) Jika Kd mendekati angka satu (1), berarti pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

3.7.4 Uji Sobel (*Sobel Test*)

Sobel test merupakan uji untuk mengetahui apakah hubungan yang melalui sebuah variabel mediasi secara signifikan mampu sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Untuk mengetahui pengaruh X_1 terhadap Z melalui Y dan pengaruh X_2 terhadap Z melalui Y akan digunakan konsep uji sobel sebagai berikut.



Gambar 3.5
Konsep Uji Sobel

Berikut adalah keterangan dari beberapa symbol yang tertera pada konsep uji sobel.

a = Koefisien jalur untuk hubungan antara variabel independen dengan variabel mediasi

S_a = *Standard Error* a

b = Koefisien jalur untuk hubungan antara variabel mediasi dengan variabel dependen

S_b = *Standard Error* b

c = Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tanpa mengontrol variabel mediasi

c' = Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengontrol variabel mediasi

Adapun uji sobel dihitung dengan rumus dibawah ini.

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 s_a^2 + s_a^2 s_b^2}$$

Untuk menguji signifikansi tidak langsung maka perlu menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut.

$$t = \frac{ab}{S_{ab}}$$

Setelah dilakukannya perhitungan nilai t maka selanjutnya akan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dengan catatan jika nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi.

3.8 Rancangan Kuesioner

Sugiyono (2017:225) mengatakan kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk responden dan kemudian dijawab oleh responden. Kuesioner berupa pertanyaan ataupun pernyataan tertutup serta terbuka. Rancangan kuesioner yang akan dibuat oleh peneliti adalah kuesioner tertutup dimana jawaban dibatasi atau telah ditetapkan oleh peneliti. Jumlah dari kuesioner ditentukan berdasarkan indikator penelitian. Skala pengukuran yang digunakan yaitu *Likert Scale*, dimana setiap jawaban akan diberikan skor dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Sangat setuju (SS) diberi skor 5
- b. Setuju (S) diberi skor 4
- c. Kurang setuju (KS) diberi skor 3

- d. Tidak setuju (TS) diberi skor 2
- e. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan pada NCTzen di Kota Bandung, Jawa Barat. Dengan melakukan survey terhadap NCTzen dengan kriteria berumur 15 tahun ke atas dan pernah membeli album NCT Dream. Survey akan dilaksanakan dalam kurun waktu satu bulan.