

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut Sekaran & Bougie (2022) Desain penelitian merupakan suatu rancangan yang digunakan untuk mengatur proses pengumpulan, pengukuran, serta analisis data, yang disusun berdasarkan pertanyaan atau fokus utama dari suatu studi penelitian. Berbagai aspek yang tercakup dalam desain penelitian meliputi tujuan penelitian, metodologi penelitian, strategi penelitian, unit analisa, keterlibatan penelitian, latar penelitian dan waktu pelaksanaan.

3.1.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian menggunakan studi deskriptif. Studi deskriptif menurut Sekaran & Bougie (2022) umumnya dirancang untuk memperoleh data yang menggambarkan karakteristik individu, peristiwa, atau suatu kondisi tertentu. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan data kuantitatif, seperti tingkat kepuasan, volume produksi, angka penjualan, maupun informasi demografis. Penelitian dilakukan dengan tujuan mengetahui adanya pengaruh pada variabel FOMO (*fear of missing out*) (X1), *hedonic shopping motivation* (X2), dan *discount* (X3) terhadap variabel *impulse buying* (Y).

3.1.2 Metodologi Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2023)

merupakan pendekatan penelitian yang didasarkan pada paradigma positivisme. Metode ini digunakan untuk mengkaji suatu populasi atau sampel tertentu, dengan proses pengumpulan data yang dilakukan melalui instrumen terstandar. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kuantitatif atau melalui teknik statistik, dengan tujuan utama menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Paradigma positivisme sendiri memandang bahwa realitas atau fenomena dapat diklasifikasikan, bersifat relatif stabil, konkret, dapat diamati, terukur, serta memiliki hubungan sebab-akibat yang jelas.

3.1.3 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah strategi penelitian survei. Penelitian survei menurut Sugiyono (2023) merupakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk memperoleh data mengenai peristiwa yang terjadi di masa lalu maupun kondisi saat ini, baik yang berkaitan dengan keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, maupun hubungan antarvariabel. Metode ini juga digunakan untuk menguji berbagai hipotesis yang berhubungan dengan variabel sosiologis dan psikologis berdasarkan sampel yang mewakili populasi tertentu.

Penelitian ini dilaksanakan dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Sushi XYZ. Seluruh pernyataan yang ditujukan kepada responden disusun dalam bentuk kuesioner yang diunggah melalui Google Form, dan jawaban responden diukur menggunakan skala Interval.

3.1.4 Unit Analisis

Menurut Sekaran & Bougie (2022), unit analisis adalah tingkat atau satuan tertentu dari objek penelitian tempat data dikumpulkan dan yang akan menjadi fokus pada tahap analisis berikutnya. Unit analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan individu, menganalisis data yang diperoleh dari masing-masing responden serta mengolah jawaban setiap individu sebagai sumber data perorangan, di mana fokus kajian diarahkan pada konsumen Sushi XYZ sebagai sumber utama data penelitian, dan setiap responden diperlakukan sebagai satuan analisis yang memberikan informasi berdasarkan pengalaman serta persepsi pribadi mereka.

3.1.5 Keterlibatan Penelitian

Keterlibatan peneliti dalam penelitian ini bersifat minimal. Keterlibatan minimal menurut Sekaran & Bougie (2022) adalah seluruh peristiwa berlangsung secara alami. Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2023) *nonprobability sampling* merupakan metode pengambilan sampel di mana tidak setiap komponen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Dan untuk metode pengambilan sampel menggunakan *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2023) *sampling purposive* adalah metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Penelitian kuantitatif ini dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang dipilih sebagai perwakilan dari populasi pelanggan Sushi XYZ, yaitu dengan kriteria konsumen yang pernah melakukan pembelian

pada periode Mei – Oktober 2025, minimal melakukan pembelian 2 kali, dan berusia minimal 17 tahun.

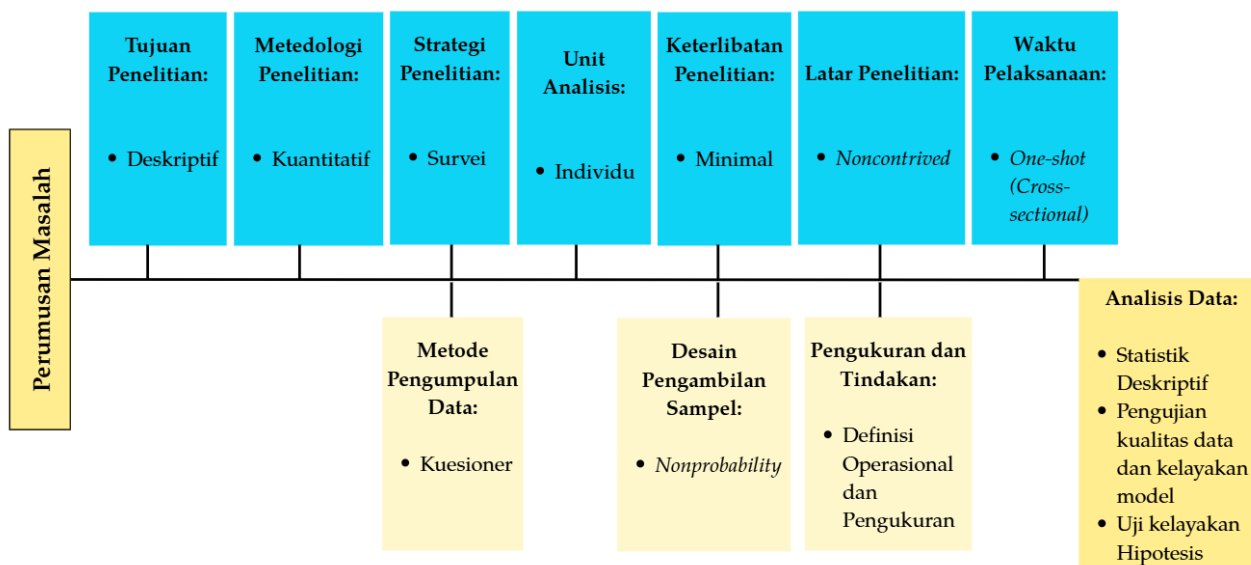
3.1.6 Latar Penelitian

Latar penelitian ini adalah *noncontrived*. Menurut Sekaran & Bougie (2022) *noncontrived* merupakan kejadian berlangsung secara normal dan alami. Penelitian ini menggunakan pendekatan *noncontrived* karena proses penelitian berlangsung secara alami di lokasi Sushi XYZ tanpa adanya intervensi atau manipulasi dari peneliti. Kegiatan pengumpulan data dilakukan langsung di tempat usaha yang beralamat di Kavling Komersil Golden City, Kec. Bekasi Utara, Kota Bekasi, Jawa Barat, 17122.

3.1.7 Waktu Pelaksanaan

Menurut Sekaran & Bougie (2022) Studi *one-shot* atau *cross-sectional* merupakan jenis penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data hanya satu kali, baik dalam rentang beberapa hari, minggu, maupun bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. Pengumpulan data dilakukan dalam rentang waktu tertentu yang dianggap memadai, yaitu pada periode Oktober hingga Januari 2025.

Penulis dapat menyajikan desain penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya dalam bentuk ilustrasi seperti ditampilkan pada gambar berikut:



Source : (Cooper & Shinder; Sanders et al.; Sekaran & Bougie, dalam pedoman penulisan skripsi STIE TRI BHAKTI, 2025

Gambar 3.1 Desain Penelitian

Sumber: Diolah peneliti, November 2025

3. 2 Definisi Operasional dan Pengukuran

Menurut Sekaran & Bougie (2021) definisi operasional adalah metode untuk mengukur variabel yang lebih tidak jelas, terdapat cara mendapatkan jenis variabel ini. Salah satu metodenya adalah dengan mengubah konsep atau ide abstrak menjadi ciri-ciri atau perilaku yang dapat diamati.

3.2.1 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen (variabel terikat) menurut Sekaran & Bougie (2022) adalah variabel yang menjadi fokus utama dalam penelitian. Peneliti berupaya memahami, menggambarkan, menjelaskan variasi yang terjadi, atau memprediksi kondisi pada variabel tersebut. Dengan kata lain, variabel dependen merupakan elemen kunci yang relevan dalam suatu investigasi. Melalui analisis variabel terikat (misalnya dengan mengidentifikasi faktor-

faktor yang memengaruhinya) peneliti dapat memperoleh peluang untuk menemukan jawaban atau solusi terhadap permasalahan yang dikaji. Variabel dependen disini juga disebut variabel Y yaitu *impulse buying*. Berikut tabel definisi operasional dan pengukuran variabel Y yang dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel : 3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Y

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item	Skala
Membeli sesuatu yang tidak secara sengaja dipertimbangkan atau direncanakan untuk dibeli sebelum mengunjungi toko dikenal sebagai <i>impulse buying</i> menurut Purnamasari et al., (2021). <i>Impulse buying</i> terjadi ketika orang memutuskan untuk membeli sesuatu secara mendadak, seringkali dalam keadaan terburu-buru.	Dimensi <i>impulse buying</i> menurut Coley dan Yahmini (2019):	Indikator <i>impulse buying</i> menurut Verplanken & Herabadi dalam Muzammil et al., (2022):	1. Tidak memikirkan kegunaan produk	1 2
			2. Tidak mempertimbangkan produk yang dibeli	3 4
			3. Tidak melakukan perencanaan sebelum membeli	5 6
			4. Tidak membandingkan antara produk yang diinginkan dengan produk lain	7 8
			5. Merasa senang saat membeli suatu produk	9 10
			6. Timbul dorongan untuk segera berbelanja	11 12
			7. Timbul dorongan berbelanja saat melihat barang dalam kondisi tertentu	13 14
			1. Aspek kognitif	
			2. Aspek afektif	

Sumber: Diolah peneliti, November 2025

3.2.2 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel yang memiliki dampak positif atau negatif terhadap variabel dependen disebut variabel independen (variabel bebas) menurut Sekaran & Bougie (2022). Dengan kata lain, jika ada variabel independen, maka ada pula variabel dependen, dan variabel dependen akan meningkat atau menurun

seiring dengan setiap kenaikan satuan pada variabel independen. Dengan kata lain, variabel independen adalah faktor yang menyebabkan variasi pada variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini disebut variabel (X) yaitu FOMO (*fear of missing out*), *hedonic Shopping Motivation*, dan *discount*. Berikut tabel definisi operasional dan pengukuran variabel X1 FOMO (*fear of missing out*) yang dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel : 3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X1

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item	Skala			
Menurut Przybylski et al., dalam Athanya & Harahap (2025), FOMO (<i>fear of missing out</i>) adalah kekhawatiran mendalam bahwa seseorang akan melewatkan pengalaman berharga yang mungkin dialami orang lain.	Dimensi FOMO (<i>fear of missing out</i>) menurut Ulfa dalam Rahayu, R. R. et al., (2025):	Indikator FOMO (<i>fear of missing out</i>) menurut JWTIntellegence dalam Wachyuni et al., (2023)		Interval			
					1. <i>Self</i>	1. Ketakutan	15
						2. Kecemasan	16
							17
							18
2. <i>Relatednes</i>	3. Kekhawatiran	19					
		20					

Sumber: Diolah peneliti, November 2025

Hedonic shopping motivation dalam penelitian ini disimbolkan dengan X2. Berikut tabel definisi operasional pengukuran variabel X2 yang dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel : 3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X2

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item	Skala			
Menurut Saputri & Yuniati dalam Riyanto (2022) <i>hedonic shopping motivation</i> merujuk pada pola perilaku berbelanja yang didorong oleh kesenangan, seperti lebih sering bermain, menghabiskan lebih banyak waktu di luar rumah, menyukai berada di keramaian, menikmati pembelian barang-barang	Dimensi <i>hedonic shopping motivation</i> menurut Arnold & Reynolds dalam Purnomo & Tantra (2024):	Indikator <i>hedonic shopping motivation</i> menurut Amanah & Sthepany dalam Pramesti & Dwiridotjahjono (2022):		Interval			
					1. <i>Adventure Shopping</i>	1. Belanja sebagai pengalaman yang spesial	21
						2. Belanja dapat menghilangkan stres	22
							23
							24
2. <i>Gratification Shopping</i>	3. Tren model terbaru membuat seseorang berbelanja	25					
3. <i>Idea Shopping</i>		26					

mahal, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.	4. <i>Role Shopping</i>	4. Kenikmatan berbelanja bersama kerabat/teman/keluarga	27 28
	5. <i>Value Shopping</i>	5. Seseorang memilih harga yang lebih murah	29 30

Sumber: Diolah peneliti, November 2025

Discount dalam penelitian ini disimbolkan dengan X3. Berikut tabel definisi operasional pengukuran variabel X3 yang dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel : 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X3

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item	Skala	
Menurut Rahmawati et al., dalam Hasim & Lestari (2022) <i>discount</i> adalah penurunan harga suatu produk dari harga normalnya untuk jangka waktu tertentu.	Dimensi <i>discount</i> menurut Pangestu et al., (2024):	Indikator <i>discount</i> menurut Warnerin & Dwijayanti dalam Hasim & Lestari (2022)			
		1. Potongan Harga	1. Tingginya Potongan Harga	31 32	
		2. Jumlah Tertentu	2. Aneka Macam Produk yang Mendapatkan Potongan Harga	33 34	
		3. Jangka Waktu Tertentu	3. Masa Potongan Harga	35 36	

Sumber: Diolah peneliti, November 2025

3. 3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2023) merupakan sekumpulan elemen atau individu yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi dasar generalisasi dalam penelitian. Kelompok ini dipilih oleh peneliti sebagai objek analisis sebelum akhirnya ditarik suatu kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Sushi XYZ pada bulan Mei - Oktober 2025, yaitu 50.965 orang.

3.3.2 Sampel

Sebagian dari suatu populasi disebut sampel (*sample*) menurut Sekaran & Bougie (2021). Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang diambil dari populasi, sehingga hanya beberapa elemen populasi yang digunakan dalam penelitian, bukan seluruhnya.

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2023) *sampling purposive* adalah metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria pemilihan sampel yaitu, konsumen yang pernah melakukan pembelian pada periode Mei – Oktober 2025, minimal melakukan pembelian 2 kali, dan berusia minimal 17 tahun. Apabila jumlah populasi telah diketahui, maka penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin. Menurut Sugiyono dalam Alfiansyah (2021), penelitian menggunakan rumus Slovin karena ukuran sampel perlu representatif agar hasil penelitian dapat diperluas, dan perhitungan dapat diselesaikan menggunakan rumus dan perhitungan sederhana daripada menggunakan tabel ukuran sampel. Dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang di perlukan

N = jumlah populasi, 50.965 orang

e = tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), 10%

Maka dapat dihitung:

$$n = \frac{50.965}{1 + 50.965(10\%)^2}$$
$$n = \frac{50.965}{510,65}$$
$$n = 99,8$$

Maka, jumlah sampel penelitian dibulatkan menjadi 100 orang.

3.4 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Berikut penjelasannya menurut Sekaran & Bougie (2022):

1. Data Primer

Data primer (*primary data*) adalah informasi yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama, yang berkaitan dengan variabel yang sedang diteliti dan dikumpulkan khusus untuk tujuan penelitian tersebut. Sumber data tersebut yaitu data kuesioner yang diberikan kepada konsumen Sushi XYZ.

2. Data Sekunder

Data sekunder (*secondary data*) adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah tersedia sebelumnya atau telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen pendukung, seperti data jumlah konsumen, artikel, maupun foto atau dokumentasi dari aktivitas yang telah dilakukan sebelumnya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2023) kualitas instrumen penelitian berkaitan dengan tingkat validitas dan reliabilitas dari instrumen yang digunakan, sedangkan kualitas pengumpulan data berhubungan dengan ketepatan metode yang diterapkan dalam proses pengambilan data. Maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2023) Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik ini dinilai efisien apabila peneliti telah memahami secara jelas variabel yang akan diukur serta mengetahui informasi apa yang dapat diperoleh dari responden. Selain itu, kuesioner sangat sesuai digunakan ketika jumlah responden cukup besar dan tersebar di area yang luas.

Pengisian kuesioner diberikan kepada konsumen Sushi XYZ. Data yang diperoleh dari kuesioner akan dianalisis menggunakan skala Interval. Menurut Sekaran & Bougie (2022) skala Interval memungkinkan peneliti melakukan berbagai operasi aritmetika terhadap data yang diperoleh dari responden. Skala ini tidak hanya mengelompokkan individu ke dalam kategori tertentu dan menyusunnya berdasarkan urutan, tetapi juga mampu menunjukkan tingkat atau besarnya perbedaan preferensi antarindividu. Kuesioner terdiri dari variabel independen (FOMO (*fear of missing out*), *hedonic shopping motivation*, dan *discount*) dan variabel dependen (*impulse buying*). Penggunaan skala Interval menggunakan 5 bobot.

Tabel : 3.5. Skala Pengukuran

Jawaban Responden	Bobot
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (ST)	2
Tidak Berpendapat (TB)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sekaran & Bougie, 2021

3. 6 Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini harus diolah lebih lanjut agar dapat menghasilkan kesimpulan yang akurat. Dengan demikian, diperlukan penetapan teknik analisis yang sesuai dengan tujuan penelitian serta relevan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan. Penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 27.

3.6.1 Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2023) statistik deskriptif merupakan metode analisis yang digunakan untuk menguraikan atau menggambarkan data yang telah diperoleh sebagaimana adanya, tanpa bermaksud menarik kesimpulan yang bersifat umum atau melakukan generalisasi. Teknik ini digunakan ketika peneliti hanya bertujuan memaparkan karakteristik data sampel, tanpa melakukan penarikan kesimpulan yang mewakili populasi tempat sampel tersebut berasal. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mengolah dan menggambarkan data identitas responden, sehingga memberikan gambaran mengenai karakteristik pelanggan yang berkaitan dengan perilaku *impulse buying* pada Sushi XYZ.

3.6.2 Pengujian Kualitas Data dan Kelayakan Model Penelitian

3.6.2.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2021) uji validitas digunakan untuk menilai apakah suatu kuesioner benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Sebuah kuesioner dinyatakan valid apabila setiap butir pertanyaannya mampu mengungkapkan informasi yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , dimana r_{tabel} dihitung menggunakan $df = n - 2$, serta nilai signifikansi (*2-tailed*) $< 0,05$. Kevalidan indikator variabel juga dapat diketahui melalui *output pearson correlation*, yaitu ketika r_{hitung} melebihi r_{tabel} dan nilai signifikansi $< 0,05$. Selain itu, setiap butir pernyataan dianggap valid apabila menunjukkan nilai korelasi yang bersifat positif.

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2021) uji reliabilitas merupakan metode untuk menilai sejauh mana kuesioner sebagai indikator variabel atau konstruk dapat memberikan hasil yang konsisten. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap setiap pernyataan menunjukkan konsistensi atau kestabilan dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel dan konsisten jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$. Maka, menunjukkan hasil bahwa bahwa variabel tersebut konsisten dan reliabel menurut Taherdoost dalam Anggraini et al., 2022.

Menurut Sudaryana & Agusiady (2022) sejumlah pakar menyatakan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dapat digunakan untuk melihat tingkat reliabilitas suatu instrumen penelitian.

1. Nilai *cronbach's alpha* $> 0,90$ maka reliabilitas dianggap sangat andal atau sempurna.
2. Nilai *cronbach's alpha* antara $0,70 - 0,90$ maka reliabilitas tergolong tinggi.
3. Nilai *cronbach's alpha* antara $0,50 - 0,70$ maka reliabilitas moderat.
4. Nilai *cronbach's alpha* $< 0,50$ maka reliabilitas rendah, sehingga ada kemungkinan beberapa butir pernyataan tidak reliabel.

3.6.2.3 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021) uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa pada model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi secara normal. Hal ini penting karena uji t dan uji F mensyaratkan bahwa residual harus mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi tersebut tidak terpenuhi, maka hasil pengujian statistik dapat menjadi tidak akurat, terutama pada penelitian dengan jumlah sampel yang kecil.

Terdapat dua metode pengujian yang digunakan, yaitu analisis grafik dan analisis statistik. Pada analisis grafik, normalitas diuji melalui *Normal P-P Plot* dengan melihat apakah penyebaran data mengikuti atau mendekati garis diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Sementara itu, analisis statistik dilakukan dengan uji non-parametrik *One Sample Kolmogorov-Smirnov*, yaitu dengan

memperhatikan nilai signifikansi residual. Data dinyatakan berdistribusi normal atau tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

3.6.2.4 Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2021) uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang bersifat linear secara signifikan antara dua atau lebih variabel yang diteliti. Pengujian ini menjadi syarat penting sebelum melakukan analisis korelasi maupun regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah:

1. Apabila nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* $> 0,05$ maka dapat disimpulkan terdapat hubungan linear pada variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).
2. Jika nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* $< 0,05$ maka hubungan pada variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) dinyatakan tidak linear.

3.6.2.5 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2021) uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya hubungan antar variabel independen. Jika variabel-variabel tersebut saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak bersifat ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang memiliki nilai korelasi sama dengan nol antar sesamanya. Nilai korelasi dapat digunakan untuk

mengetahui *collinearity statistics*. Multikolinieritas tidak terjadi jika nilai VIF (*variance inflation factor*) memiliki hasil < 10 dan nilai *colinearity tolerance* $> 0,10$.

3.6.2.6 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Apabila varians residual tetap atau konsisten, kondisi tersebut disebut homoskedastisitas, sedangkan jika variansnya berubah-ubah disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang memenuhi asumsi homoskedastisitas atau tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Maka dari itu harus dilakukan uji heteroskedastisitas. Pengambilan keputusan heteroskedastisitas melalui uji Glejser yaitu:

1. Apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.
2. Apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka adanya heteroskedastisitas.

3.6.2.7 Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali dalam Ferrary et al. (2023) Analisis regresi berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk menilai tingkat kekuatan hubungan antara dua atau lebih variabel. Teknik ini juga memungkinkan peneliti mengidentifikasi arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Persamaan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$. Dalam penelitian ini, persamaan

regresi mencantumkan nilai e atau *standard error*. *Standard error* menggambarkan selisih antara nilai aktual dengan nilai yang diprediksi oleh model regresi. Semakin kecil nilai error tersebut, semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap hasil prediksi model. Keterangan persamaan regresi sebagai berikut:

Y : *Impulse buying*

X_1 : FOMO (*fear of missing out*)

X_2 : *Hedonic shopping motivation*

X_3 : *Discount*

α : Konstanta

b_1 : Koefisien Regresi FOMO (*fear of missing out*)

b_2 : Koefisien Regresi *hedonic shopping motivation*

b_3 : Koefisien Regresi *discount*

e : *Standard Error*

3.6.3 Uji Kelayakan Hipotesis

3.6.3.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2021) Uji t pada dasarnya digunakan untuk menilai sejauh mana satu variabel independen secara individu mampu memengaruhi dan menjelaskan variasi pada variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai rata-rata dengan standar error dari perbedaan rata-rata antara dua sampel:

1. Hipotesis diterima jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikan $t < 0,05$ artinya bahwa variabel independen secara parsial memberikan pengaruh terhadap variabel dependen.
2. Hipotesis ditolak jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikansi $t > 0,05$ artinya bahwa variabel independen secara parsial tidak memberikan pengaruh terhadap variabel dependen.

3.6.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2021) Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian dengan uji F bisa dilakukan dengan melihat nilai pada tabel ANOVA pada kolom F hitung dan signifikan. Oleh sebab itu untuk mengetahui hasil dari uji F yang terdapat pada kolom F hitung dan kolom signifikan pada tabel ANOVA, dengan catatan yaitu:

1. Apabila terdapat nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikan $F < 0,05$ maka Hipotesis diterima artinya terdapat pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.
2. Apabila terdapat nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikan $F > 0,05$ maka Hipotesis ditolak artinya tidak terdapat pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

3.6.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) menurut Ghozali (2021) untuk menilai sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi (R^2) terdapat nilai antara nol hingga satu. Nilai R^2 yang mendekati nol atau kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen pengaruh terhadap dependen kecil. Namun variabel independen dapat pengaruh yang besar terhadap variabel dependen jika nilai R^2 mendekati satu.

Halaman ini sengaja dikosongkan