

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (dalam Laia *et al.*, 2022) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulan. Variabel bebas disimbolkan sebagai (X) dan variabel tergantung disimbolkan sebagai (Y).

- | | |
|----------------------------|---------------------------|
| 1. Variabel bebas (X) | : Kecerdasan Emosi |
| 2. Variabel tergantung (Y) | : <i>Impulsive Buying</i> |

B. Definisi Operasional

Menurut Azwar (dalam Prabandari *et al.*, 2023) definisi operasional merupakan pengertian dari variabel-variabel yang dideskripsikan berlandaskan pada karakteristik variabel yang bisa diamati. Selain itu, dapat disebut juga sebagai suatu pengertian yang disetujui secara objektif dan memiliki fungsi tunggal.

1. Kecerdasan Emosi

Kecerdasan emosi adalah kemampuan untuk mengendalikan emosi dalam diri. Kemampuan untuk mengenali diri sendiri dan orang lain, dapat mengendalikan diri, mengelola, merasakan emosi dengan baik, dan mampu menerapkannya dalam kehidupan pribadi maupun sosial. Kecerdasan emosi dapat diukur dengan skala kecerdasan emosi dari Goleman yang meliputi aspek-aspek sebagai berikut, yaitu: (1) kesadaran diri, (2) pengaturan diri, (3) motivasi diri, (4) empati, dan (5) keterampilan sosial.

Peneliti akan mengukur kecerdasan emosi dengan melihat nilai total skor yang didapatkan dari aitem-aitem skala kecerdasan emosi yang dibagikan kepada subyek. Aspek-aspek pada kecerdasan emosi menunjukkan tingkatan, sehingga peneliti akan melihat jumlah nilai skor total pada tiap aspek. Semakin tinggi total skor yang didapatkan oleh individu dari aitem skala kecerdasan emosi maka akan mendapatkan nilai total skor yang relatif tinggi, sedangkan individu dengan

kecerdasan emosi yang rendah akan mendapatkan total skor yang relatif rendah.

2. *Impulsive Buying*

Impulsive buying adalah perilaku yang dilakukan secara spontan atau tidak disengaja yang sebagian besar melibatkan berbagai macam motif yang tidak disadari, dan bersamaan dengan respon emosional yang kuat. Skala pada *Impulsive buying* terdiri dari aspek-aspek sebagai berikut, yaitu: (1) spontanitas, (2) kegairahan dan stimulus, (3) kekuatan, kompulsi, dan intensitas, (4) ketidak pedulian pada akibat.

Peneliti akan mengukur perilaku *impulsive buying* dengan melihat nilai total skor yang didapatkan dari aitem-aitem *impulsive buying* yang dibagikan kepada subyek. Aspek-aspek pada *impulsive buying* menunjukkan tingkatan, sehingga peneliti akan melihat jumlah total skor pada setiap aspek. Individu dengan perilaku *impulsive buying* yang tinggi akan mendapatkan nilai skor yang relatif tinggi, sedangkan individu dengan *impulsive buying* yang rendah akan mendapatkan skor yang relatif rendah.

C. Populasi, Sampling, Dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti yang kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulan (Nugroho *et al.*, 2018).

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan di atas, maka populasi dalam penelitian ini adalah siswa/i SMA Negeri 1 Kradenan dengan rentang usia 15-18 tahun. Rentang usia antara 15-18 tahun merupakan rentang usia remaja madya. Alasan mengambil subyek dengan rentang usia 15-18 tahun adalah karena pada masa ini, remaja sedang dalam masa pencarian jati diri dan sedang ingin sesuatu dari dirinya (Fhadila *et al.*, 2017).

Populasi dalam penelitian ini adalah remaja sebanyak 1176 siswa/i kelas 10-12. Adapun karakteristik subyek dalam penelitian ini adalah remaja dengan usia 15-18 tahun, yaitu siswa/i SMA Negeri 1 Kradenan.

Tabel 1. Jumlah Siswa/I SMA Negeri 1 Kradenan tahun ajaran 2025/2026

Kelas	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
X	114	281	395
XI	140	256	396
XII	120	265	385
Total			1176

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Fransisca *et al.*, 2020). Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi pada penelitian ini, yaitu menggunakan rumus *Slovin*. Rumus *Slovin* ini telah diberikan hasil perhitungan yang berguna untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%. Pada penelitian ini, tingkat kesalahan atau sampling error dalam menentukan jumlah sampel yaitu pada tingkat 5%. Adapun jumlah sampel yang diambil adalah 298 responden dengan menggunakan siswa/i SMA Negeri 1 Kradenan. Di bawah ini adalah gambar dari rumus *Slovin*:

Rumus *Slovin*

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan

Jika diketahui $N = 1176$ dan $e = 0,05$

$$n = 1176 / (1 + (1176 \times 0,05^2))$$

$$n = 1176 / (1 + (1176 \times 0,0025))$$

$$n = 1176 / 1 + 2,94$$

$$n = 1176 / 3,94$$

$$n = 298$$

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui, bahwa penentuan jumlah sampel dari rumus *Slovin* memberikan kemudahan dalam menentukan jumlah sampel berdasarkan

tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%. Dengan tabel ini, peneliti dapat secara langsung menentukan besaran sampel berdasarkan jumlah populasi dan tingkat kesalahan yang dikehendaki.

Jadi, total sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu berjumlah 298 siswa/i SMA Negeri 1 Kradenan dengan taraf kesalahan 5%.

3. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (dalam Nasim *et al.*, 2014) teknik sampling adalah cara untuk pengambilan sampel. Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Probability sampling* terdiri dari *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *sampling area (cluster) random sampling*.

Sampling yang akan digunakan oleh peneliti yaitu *simple random sampling*. Teknik ini digunakan agar populasi mempunyai kesempatan yang sama dan dilakukan secara acak.

Jumlah sampel tiap kelas =

$$\frac{\text{Jumlah sampel}}{\text{Jumlah populasi}} \times \text{jumlah sampel}$$

Tabel 1. Perhitungan Jumlah Sampel

No	Uraian	Perhitungan	Jumlah (sampel)
1	Kelas 10	$\frac{298}{1176} \times 395$	100,0
2	Kelas 11	$\frac{298}{1176} \times 396$	100,3
3	Kelas 12	$\frac{298}{1176} \times 385$	97,5
Jumlah			298

D. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (dalam Wahyuningtias *et al.*, 2014) skala merupakan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Informasi yang diperoleh

dapat berupa laporan mengenai hal-hal pribadi maupun yang diketahui responden.

Skala disini digunakan sebagai metode pengumpulan data untuk mengetahui hubungan kecerdasan emosi terhadap *impulsive buying* pada siswa/i SMA Negeri 1 Kradenan. Skala dalam penelitian ini merupakan data primer atau dari tangan pertama, yang merupakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat ukur data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari.

Model skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *skala likert*, yaitu berupa lembar kuesioner untuk memperoleh informasi mengenai beberapa jenis respon yang tersedia, dan dalam setiap pertanyaan kuesioner memiliki 4 pilihan jawaban. Terdapat 2 skala yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu skala *impulsive buying* milik Engel dan skala kecerdasan emosi milik Goleman. Kedua skala tersebut merupakan skala yang diambil dari penelitian terdahulu.

Peneliti menggunakan *skala likert* dengan jawaban responden berupa pilihan dari 4 alternatif jawaban, yaitu:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. TS : Tidak Setuju
4. STS : Sangat Tidak Setuju

Dengan masing-masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut:

1. SS : 4
2. S : 3
3. TS : 2
4. STS : 1

E. Skala *Impulsive Buying*

Skala *impulsive buying* diambil dari alat ukur yang dikembangkan oleh Engel (2013). Skala *impulsive buying* terdiri dari aspek spontanitas, kegairahan dan stimulus, kekuatan, kompulsi, dan intensitas, dan ketidak pedulian pada akibat. Skala yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan koefisien reliabilitas alpha sebesar 0,735 dengan jumlah aitem sebanyak 22 aitem.

Peneliti menyediakan 4 pilihan jawaban pada skala *impulsive buying*, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 2. *Blue Print* Skala *Impulsive Buying*

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1	Spontanitas	1, 9, 17	2, 10, 18	6
2	Kekuatan, kompulsi, dan intensitas	3, 11, 19	4, 12, 20	6
3	Kegairahan dan stimulus	5, 13, 21	6, 22	5
4	Ketidakpedulian pada akibat	7, 14, 15	8, 16	5
Jumlah		12	10	22

1. Skala Kecerdasan Emosi

Skala kecerdasan emosi diambil dari alat ukur yang dikembangkan oleh Goleman (1999). Skala kecerdasan emosi terdiri dari aspek memahami emosi diri, mengelola emosi, memotivasi diri, mengenali emosi orang lain, empati, dan keterampilan sosial.

Peneliti menyediakan 4 pilihan jawaban pada skala kecerdasan emosi, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 3. *Blue Print* Skala Kecerdasan Emosi

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1	Kesadaran diri	1, 7, 13	4, 10, 16	6
2	Mengelola emosi	2, 8, 14	5, 11, 17	6
3	Memotivasi diri	3, 9, 15	6, 12, 18	6
4	Mengenali emosi orang lain	19, 23,	20, 24	4
5	Keterampilan sosial	21, 25	22, 26	4
Jumlah		13	13	26

F. Validitas Dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas merupakan suatu pengukuran keakuratan data dari alat tes atau skala psikologis, data tersebut dapat dikatakan akurat apabila data tersebut memberikan hasil yang tepat sehingga menghasilkan validitas yang tinggi (Suseno *et al.*, 2021).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan validitas isi. Validitas isi (*content validity*) merupakan suatu pengujian terhadap skala psikologi menggunakan *expert judgement*, dimana skala yang diajukan berupa komponen dari indikator perilaku yang hendak diukur dan dijabarkan menjadi sebuah item.

2. Reliabilitas

Reliabilitas disebut juga dengan keterandalan, kestabilan, kepercayaan, dan konsistensi. Reliabilitas dilakukan untuk yang sama dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subyek untuk mengetahui seberapa jauh suatu hasil dari proses pengukuran agar dapat dipercaya dan memiliki reliabilitas yang baik, dan tetap memperoleh semakin tinggi. Sebaliknya, koefisien semakin rendah apabila mendekati angka 0 (Hendrayadi *et al.*, 2024).

Reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel *impulsive buying* dan kecerdasan emosi akan diuji dengan menggunakan teknik reliabilitas *alpha cronbach*. Perhitungan *alpha Cronbach* ini menggunakan bantuan *SPSS 25.0 for Windows*.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan teknik yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dalam rangka menguji kebenaran hipotesis, serta memberikan kesimpulan dari hasil yang diperoleh dari data responden yang terkumpul (Octaviani *et al.*, 2019). Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan diuji dengan analisis regresi sederhana. Analisis regresi sederhana merupakan teknik statistik untuk menghitung persamaan garis regresi dan untuk mengetahui sumbangan efektif dari variabel yang diukur.

Berdasarkan hipotesis dan tujuan penelitian ini yaitu mencari korelasi, maka data yang diperoleh akan dilakukan uji syarat, yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui data sampel berasal dari populasi yang memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Kolmogorov Smirnov* dengan bantuan program *SPSS 25.0 for Windows*. Suatu data dikatakan berdistribusi normal apabila signifikan lebih dari 0,05 atau diatas 5%. Sebaliknya, jika data menghasilkan nilai signifikan di bawah 0,05 atau di bawah 5%, maka data tersebut tidak memiliki distribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui adanya hubungan linear antara dua variabel. Dua variabel dikatakan linear apabila nilai signifikan kurang dari 0,05. Data yang telah diuji selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Perhitungan statistik dilakukan dengan bantuan *SPSS 25.0 for Windows*.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan membuat kesimpulan apakah diterima atau ditolaknya pernyataan tersebut. Uji hipotesis dilakukan untuk membantu pengambilan keputusan yang tepat dalam suatu hipotesis yang diajukan. Uji hipotesis yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah *Uji Korelasi Spearman*. Yaitu untuk mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan antara kecerdasan emosi dengan *impulsive buying* pada remaja SMA Negeri 1 Kradenan.