

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey. Menurut Darmawan Wibisono (2005:22) metode penelitian survey merupakan teknik riset dimana informasi dikumpulkan dengan menggunakan penyebaran kuesioner.

#### **3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

##### **3.2.1. Variabel Dependen (Y)**

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel. output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah *Impulse Buying*.

##### **3.2.2. Variabel Independen (X)**

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab

perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independen adalah:

*X1 : Fashion Involvement*

*X2 : Hedonic Shopping Motivation*

*X3 : Visual Merchandising*

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi oprasional	Indikator	Sumber	Skala
(Y) <i>Impulse Buying</i>	Menurut Mowen & Minor (2010) definisi pembelian impulsif ( <i>impulse buying</i> ) adalah tindakan membeli yang dilakukan tanpa memiliki masalah sebelumnya atau maksud/niat membeli yang terbentuk sebelum memasuki toko.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian tanpa direncanakan sebelumnya</li> <li>2. Pembelian tanpa berfikir akibat</li> <li>3. Pembelian dipengaruhi keadaan emosional</li> <li>4. Pembelian dipengaruhi penawaran menarik</li> </ol>	Mowen & Minor (2010)	1-5
(X1) <i>Fashion Involvement</i>	minat atau bagian motivasional yang ditimbulkan oleh stimulus atau situasi tertentu, dan ditunjukan melalui ciri penampilan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Selalu memiliki satu atau lebih <i>fashion</i> dengan model terbaru</li> <li>2. Salah satu aspek yang penting dalam aktivitas dan kehidupan adalah <i>fashion</i> yang baik</li> <li>3. Lebih mementingkan</li> </ol>	O'Cass (2015)	1-5

		<p>aspek <i>fashion</i> daripada sekedar kenyamanan jika harus memilih salah satu fashion</p> <p>4. Membeli karena terpengaruh oleh iklan</p>		
(X2) <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	<p>merupakan suatu keinginan seseorang untuk mendapatkan suatu kesenangan bagi dirinya sendiri yang dapat dipenuhi dengan cara menghabiskan waktu untuk mengunjungi pusat perbelanjaan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat melupakan masalah.</li> <li>2. menghabiskan waktu saat berbelanja.</li> <li>3. Sarana pertemuan</li> </ol>	Dawson, and Ridgway, (1990)	1-5
(X3) Visual Merchandising	<p>Visual merchandising secara sederhana adalah penampilan sebuah produk atau barang dagangan secara baik dan menarik dari sisi warna, aksesoris pendukung dengan alat pajang yang tepat</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Window display</li> <li>2. Mannequin Display</li> <li>3. Floor Merchandising</li> <li>4. Promotional Signage</li> </ol>	(Sugiarta, 2012).	1-5

Sumber: Mowen & Minor (2010), O' Cass (2015), Dawson and Ridgway (1990), (Sugiarta, 2012).

### **3.3. Data dan Sumber Data**

#### **3.3.1. Jenis Data**

Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Subyek yaitu data yang berupa (kuesioner), karena data yang diambil secara langsung dari sumbernya (tidak melalui media perantara).

#### **3.3.2. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer, data primer adalah data yang diambil secara langsung dari objek penelitian. Data Primer dari penelitian ini diperoleh dari data kuesioner yang di isi oleh responden mengenai identitas responden. Adapun identitas tersebut yaitu jenis kelamin, usia, penghasilan per bulan, dan pendidikan.
2. Data Sekunder, merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung yang berupa keterangan yang berhubungan dengan penelitian. Data pada penelitian ini diperoleh dari websiter resmi Matahari Departement Store dan dari Matahari Departement Store cabang Paragon Mall Semarang.

### **3.4. Popuasi, Jumlah Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **3.4.1. Populasi**

Populasi merupakan subyek penelitian. Menurut Sugiyono (2010:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini pengunjung (konsumen) dari Matahari yang berada di Paragon Mall Semarang. Jumlah dari populasi tidak diketahui.

### 3.4.2. Sampel

Sampel adalah anggota dari keseluruhan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Menurut Wijaya (2013) penentuan jumlah sampel sangat tergantung dari karakteristik dan jumlah populasi. Karena jumlah konsumen Matahari Paragon Mall tidak diketahui secara pasti. Ukuran populasi dalam penelitian sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, maka besar sampel yang digunakan menurut Rao Purba (2006) dalam Kharis (2011:50) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(\text{Moe})^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

Z = 1,96 score pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)

Moe = Margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)}{0,01} = \frac{3,8416}{0,04} = 96,04$$

Dari perhitungan diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96 responden.

#### **3.4.3. Teknik pengambilan sampel**

Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Menurut Sugiyono (2009:53) accidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

#### **3.5. Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan yaitu metode survey dengan menggunakan kuesioner. Metode survey adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis yang disusun secara terstruktur kepada responden dalam bentuk kuesioner atau angket untuk dijawab.

Dalam pengukurannya, variabel ini menggunakan skala Likert dimana skala ini meminta responden untuk mengindikasikan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan dari sekumpulan pertanyaan dan pernyataan yang telah dibuat. Responden diminta menyatakan “setuju” dan “tidak setuju” untuk setiap pertanyaan dan pernyataan 48 yang berbentuk kalimat. Jawabannya diberi nilai yang mencerminkan secara konsisten sikap responden. Nilai total seluruh

pertanyaan dan pernyataan dihitung untuk setiap responden (Kinner dan Taylor dalam Ramadhan, 2012).

Skala Likert memiliki beberapa keuntungan, yaitu mudah untuk disusun dan responden mudah memahami bagaimana menggunakan skala tersebut. Dalam skala Likert memiliki beberapa keuntungan, yaitu mudah untuk disusun dan responden mudah memahami bagaimana menggunakan skala tersebut. Dalam skala Likert setiap jawaban diberi bobot tertentu, yaitu:

- |                              |        |
|------------------------------|--------|
| a) Sangat Tidak Setuju (STS) | skor 1 |
| b) Tidak Setuju (TS)         | skor 2 |
| c) Netral (N)                | skor 3 |
| d) Setuju (S)                | skor 4 |
| e) Sangat Setuju (SS)        | skor 5 |

### 3.6. Metode Pengolahan Data

Metode yang dilakukan dalam pengolahan data adalah:

1. Editing, proses yang dilakukan dengan cara melihat apakah kuesioner sudah di isi lengkap atau belum.
2. Coding, proses pemberian kode pada jawaban kuesioner yang beraneka macam, kemudian dikelompokkan ke dalam kategori yang sama.
3. Scoring, proses penilaian berupa angka pada jawaban untuk memperoleh data kuantitatif pada hipotesa.

4. Tabulating, mengelompokan data atas jawaban responden, kemudian di hitung dan di jumlahkan dalam table yang berbentuk angka.

### 3.7. Metode Analisis Data

#### 3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor butir totalnya (Sugiyono, 2011). Rumus yang akan digunakan adalah Product Moment :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r	= Koefisien korelasi
$\sum xy$	= Jumlah dari perkalian x dan y
$\sum x$	= Jumlah nilai variabel x
$\sum y$	= Jumlah nilai variabel y
$\sum x^2$	= Jumlah pangkat dua nilai variabel x
$\sum y^2$	= Jumlah pangkat dua nilai variabel y
n	= Banyaknya sampel

Kriteria uji validitas:

- a) Jika r hitung  $\geq$  r tabel, dan bernilai positif, maka pertanyaan (indikator) dapat dikatakan valid.



- b) Jika  $r$  hitung  $\leq r$  tabel, dan bernilai positif, maka pertanyaan (indikator) tersebut dikatakan tidak valid.

### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (reliability) adalah tingkat seberapa besar suatu alat ukur mengukur dengan stabil dan konsisten. Besarnya tingkat reliabilitas ditunjukkan oleh koefisiennya, yaitu koefisien reliabilitas.

Dalam penelitian ini menggunakan alat bantu program SPSS. Karena dalam SPSS terdapat fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai alpha  $\alpha > 0,60$ .

Rumus yang digunakan:

$$A = \frac{K \cdot r}{1 + (K - 1) \cdot r}$$

Keterangan:

- A = Koefisien reliabilitas  
 K = Jumlah item reliabilitas  
 r = Rata-rata korelasi antar item  
 1 = Bilangan konstanta

Kriteria Uji Reliabilitas:

Reliabilitas uji coba  $\geq 0,60$  berarti hasil uji coba memiliki reliabilitas yang baik.

Reliabilitas uji coba  $\leq 0,60$  berarti hasil uji coba memiliki reliabilitas yang kurang baik.

### 3.7.3. Teknik Analisis Data

#### 3.7.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan lebih dari satu variabel bebas (Sugiyono, 2011). Analisa ini digunakan untuk meramalkan nilai variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) yang jumlahnya lebih dari satu. Penulis menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *fashion involvement* (X1), *hedonic shopping motivation* (X2), dan *visual merchandising* (X3) terhadap *impulse buying* (Y) pada Matahari Departement Store di Paragon Mall Semarang.

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (*Impulse buying*)

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien *fashion involvement*

$b_2$  = Koefisien regresi *hedonic shopping motivation*

$b_3$  = Koefisien regresi *visual merchandising*

$x_1$  = Variabel *fashion involvement*

$x_2$  = Variabel *hedonic shopping motivation*

$x_3$  = Variabel *visual merchandising*

$e$  = Tingkat error

### 3.7.3.2 Uji Asumsi Klasik

#### A. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Menurut Ghozali (2008:30) untuk mendeteksi normalitas data dapat juga dengan uji Kolmogorov Smirnov per variabel, atau Kolmogorof Smirnov dilihat dari nilai residual. Hasil dari uji Kolmogorof Smirnov dikatakan normal bila nilai residual yang dihasilkan diatas nilai signifikansi yang ditetapkan.

#### B. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Model regresi yang bebas dari multikolinieritas adalah yang memiliki nilai tolerance  $\geq 0,01$  atau jika memiliki nilai variance inflation factor (VIF)  $\leq 10$ .

#### C. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap,

maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

### 3.7.3.3 Uji Statistik

#### A. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat (dependen).

Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

**H<sub>0</sub>:** *Fashion involvement, Hedonic shopping motivation, dan Visual merchandising* secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap *Impulse buying*

**H<sub>a</sub>:** *Fashion involvement, Hedonic shopping motivation, dan Visual merchandising* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Impulse buying*

Pengujian dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Jika pada tabel anova  $\leq \alpha = 0,05$  maka **H<sub>0</sub>** ditolak (berpengaruh) dan apabila pada tabel anova  $\geq \alpha = 0,05$  maka **H<sub>0</sub>** diterima (tidak berpengaruh).

Pengujian hipotesis menurut Sugiono (2011) dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien korelasi ganda

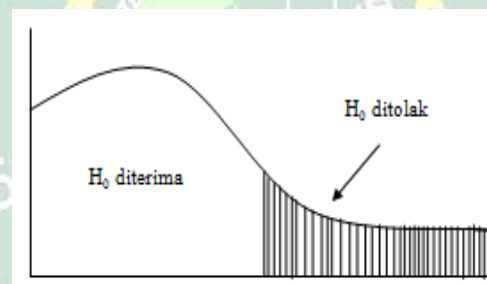
$K$  = Jumlah variabel independen

$n$  = Jumlah anggota sampel

$dk$  =  $(n-k-1)$  derajat kebebasan

Kriteria pengujian:

- 1) Jika nilai F hitung  $\geq$  F tabel pada  $\alpha : 5\%$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (berpengaruh)
- 2) Jika nilai F hitung  $\leq$  F tabel pada  $\alpha : 5\%$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (tidak berpengaruh)



**Gambar 3.1**  
**F Hitung**

## B. Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan sebesar apa pengaruh variabel independen secara parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t pertama dilakukan dengan cara menentukan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Kemudian menentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-k-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi parsial

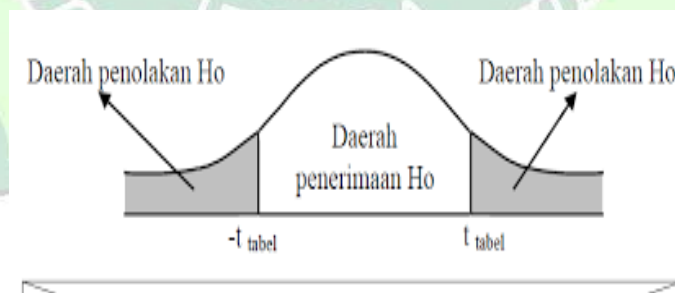
k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah data

Kriteria pengujian:

- 1)  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila  $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$
- 2)  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

Hasil uji t dapat diketahui melalui tabel coefficients yang terdapat pada kolom sig. Jika probabilitas nilai t atau signifikansi  $< 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, apabila probabilitas nilai t atau signifikansi  $> 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.



**Gambar 3.2**  
**T Hitung**

### C. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Apabila analisis yang digunakan adalah regresi sederhana, maka yang digunakan adalah nilai dari R Square.

Tetapi apabila analisis yang digunakan adalah regresi berganda maka yang digunakan adalah Adjusted R Square. Hasil perhitungan  $R^2$  dapat dilihat melalui output Model Summary. Pada kolom Adjusted  $R^2$  ini digunakan untuk mengetahui berapa presentase yang dapat dijelaskan variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Koefisien determinasi dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x + 1 Y + b_2 \sum x^2 Y}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien determinasi

$b$  = Koefisien regresi

$x$  = Variabel independent

$Y$  = Variabel dependen