

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang menganalisis data-data secara kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan kemudian menginterpretasikan hasil analisis tersebut untuk memperoleh kesimpulan (Sugiyono,2014). Jenis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah mengolah data pendapatan dan pola konsumsi kemudian mengambil kesimpulan dari hasil analisis data-data tersebut.

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

##### **3.2.1. Variabel Penelitian**

Variabel adalah fenomena yang bervariasi dalam bentuk, kualitas, mutu dan standar. (Bungin, 2014). Dari keterangan diatas maka yang dimaksud variabel adalah sesuatu yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penulisan skripsi ini memiliki dua variabel yaitu:

1. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) Sugiyono (2010). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Shopping lifestyle*, *store atmosphere* dan *display product*.

2. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas Sugiyono (2010). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *impulse buying*.

### 3.2.2. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat. Berikut ini adalah variabel dalam penelitian:

**Tabel 3.1.**  
**Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
1	<i>Shopping Life Style</i>	Kebiasaan konsumen dalam berbelanja yang dipengaruhi oleh perubahan jaman, pendapatan konsumen, dan status sosial, (Wafiroh et al., 2017).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengalaman menyenangkan.</li> <li>2. Aktivitas menyenangkan.</li> <li>3. Belanja membosankan.</li> <li>4. Model terbaru.</li> <li>5. Penghilang sedih.</li> <li>6. Terobsesi berbelanja.</li> <li>7. Buang waktu</li> </ol>	Skala Likert: 1 s/d 5
2	<i>Store Atmosphere</i>	Penataan desain lingkungan toko melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merangsang respons emosional dan persepsi pelanggan dan untuk memengaruhi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pencahayaan</li> <li>2. Warna</li> <li>3. Musik</li> <li>4. Wangi-wangian/penciuman.</li> </ol>	Skala Likert: 1 s/d 5

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
		pelanggan dalam membeli barang. (Pontoh et al., 2017).		
3	<i>Display Product</i>	Suatu usaha penataan barang mendorong perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan membeli melalui daya tarik penglihatan langsung, (Ginajar, 2018).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah diperoleh</li> <li>2. Mudah dilihat letaknya</li> <li>3. Produk tersusun menarik</li> </ol>	Skala Likert: 1 s/d 5
4	<i>Impulse Buying</i>	Perilaku berbelanja seseorang yang terjadi secara tidak terencana dalam membuat keputusan secara cepat ketika melihat suatu produk, (Pontoh et al. 2017).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian tanpa direncanakan sebelumnya.</li> <li>2. Pembelian tanpa berpikir akibat.</li> <li>3. Pembelian dipengaruhi keadaan emosional</li> <li>4. Pembelian dipengaruhi penawaran menarik.</li> </ol>	Skala Likert: 1 s/d 5

**Sumber:** (Wafiroh et al., 2017) Pontoh et al., (2017) dan (Ginajar, 2018).

### 3.3. Jenis Data dan Sumber Data

#### 3.3.1. Jenis Data

Untuk mendukung penelitian, maka jenis data penelitian yang digunakan yaitu Data kuantitatif biasanya dijelaskan dengan angka-angka, (Bungin, 2014). Jenis penelitian ini adalah data subyek yaitu berupa hasil penilaian kuesioner.

### **3.3.2. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian, dengan demikian data primer diperoleh dari sumber primer, yaitu sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan (Bungin, 2014) sumber data primer dari penelitian ini adalah hasil kuesioner responden.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan, (Bungin, 2014:132). Sumber data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkap data yang diharapkan. Begitu pula pada keadaan semestinya yaitu sumber data primer dapat berfungsi sebagaimana yang diharapkan, sumber data sekunder dapat membantu memberi keterangan, atau data pelengkap sebagai bahan perbandingan, sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah literatur, artikel, jurnal.

## **3.4. Populasi Penelitian, Teknik Pengambilan Sampel dan Jumlah Sampel**

### **3.4.1. Populasi Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek maupun subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono,

2005). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Duta Mode Jepara yang tersebar dan jumlahnya tidak bisa diketahui.

### 3.4.2. Jumlah Sampel

Sampel adalah penelitian yang menggunakan seluruh anggota populasinya, penggunaan ini berlaku jika anggota populasinya relatif kecil. Untuk anggota populasi yang relatif besar, maka diperlukan sebagian anggota populasi yang dijadikan sampel. (Usman & Akbar, 2006).

Karena jumlah populasi Duta Mode Jepara tidak dapat diketahui secara pasti, maka besar sampel yang digunakan menurut Rao Purba (2006) dalam Ghazali (2010:89) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$Z$  = tingkat keyakinan yang dalam penentuan sampel 95% = 1,96

$moe$  = *Margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, disini ditetapkan sebesar 10 %.

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1.96^2}{4(10)^2}$$

$$n = 96,04 = 97 \text{ atau dibulatkan } 100.$$

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi sebanyak 100 responden.



### 3.4.3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability* yaitu *sampling insidental*, dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan/ *insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2012). Pertimbangan didasarkan pada kriteria dan syarat tertentu dan harus mewakili populasi yang akan diteliti. Kriteria yang akan digunakan adalah pelanggan yang berkunjung di Duta Mode Jepara.

## 3.5. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan menggunakan metode sebagai berikut:

### 3.5.1. Kuesioner

Metode kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut *questionare* (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden (Bungin, 2014). Metode ini digunakan untuk mendapatkan tanggapan responden terhadap *impulse buying* Duta Mode Jepara.

Kuesioner yang dipakai disini adalah model tertutup disediakan dan pengukurannya menggunakan *skala likert*. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini tingkat jawaban mengenai

kesetujuan responden terhadap statement atau pertanyaan yang dikemukakan mendahului option jawaban yang disediakan, dengan ketentuan sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju dengan nilai: 5

S : Setuju dengan nilai :4

N : Netral dengan nilai: 3

TS : Tidak Setuju dengan nilai: 2

STS : Sangat Tidak Setuju dengan nilai: 1

### 3.5.2. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Oleh karena itu observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu dengan panca indra lainnya. (Bungin, 2014).

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain, yaitu wawancara dan kuesioner, kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain (Sugiyono, 2014). Metode ini penulis gunakan untuk mengobservasi secara langsung atau untuk mengetahui secara umum melalui variabel *self shopping lifestyle*, *store atmosphere* dan *display product* terhadap *impulse buying* Duta Mode Jepara.

### 3.6. Metode Pengolahan Data

Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan. Pada penelitian kuantitatif, pengolahan data secara umum dilaksanakan dengan melalui tahap memeriksa (*editing*), proses pemberian identitas (*coding*) dan proses pembeberan (*tabulating*) (Bungin, 2014).

*Editing* adalah kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data lapangan. Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataannya bahwa data yang terhimpun kadang kala belum memenuhi harapan peneliti, ada diantaranya kurang atau terlewatkan, tumpang tindih, berlebihan bahkan terlupakan oleh karena itu, keadaan tersebut harus diperbaiki melalui *editing* (Bungin, 2014).

Setelah tahap *editing*, kegiatan berikutnya adalah mengklarifikasi data-data tersebut melalui tahapan *coding*. Maksudnya bahwa data yang telah diedit tersebut diberi identitas sehingga memiliki arti tertentu pada saat dianalisis. Pengkodean ini menggunakan dua cara, pengkodean frekuensi dan pengkodean lambang. Pengkodean frekuensi digunakan apabila jawaban pada poin tertentu memiliki bobot atau arti frekuensi tertentu. Sedangkan pengkodean lambang digunakan pada poin yang tidak memiliki bobot tertentu. *Tabulating* (tabulasi) adalah bagian terakhir dari pengolahan data. Maksud tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya (Bungin, 2014).



### 3.6.1. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

#### 3.6.1.1. Uji Validitas

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner valid dan reliabel. Maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - k$ . Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah konstruk. Apabila  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka hasilnya adalah valid.

#### 3.6.1.2. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas alat ukur, menggunakan *cronbach alpha*. Alat ukur ini dinyatakan andal atau *reliable* bila koefisien *cronbach alpha* berkisar 0,6 sampai dengan 0,8 dan untuk menguji validitas butir-butir pertanyaan, menggunakan *Corrected Item-Total Correlation*. Butir-butir pertanyaan dinyatakan valid atau sah bila nilai korelasinya diatas atau sama dengan 0.6 (Sufreni & Natanael, 2014).

Penelitian ini digunakan skala likert untuk memberi arti bagi jawaban responden berdasarkan *shopping lifestyle*, *store atmosphere* dan *display product* terhadap *impulse buying* Duta Mode Jepara yang dinyatakan dengan nilai 1-5. Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner tersebut valid dan reliabel, maka dilakukan uji

validitas membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan reliabilitas dengan menggunakan *cronbach alpha* berkisar 0,6 sampai dengan 0,8 akan tetapi menurut (Ghozali, 2013). Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal instrument pengukuran dengan menggunakan *cronbach alpha*. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *cronbach alpha* lebih dari 0,60.

### 3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas dan autokorelasi. Pengujian ketiga jenis asumsi klasik ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji validitas, presisi, dan konsistensi data.

#### 3.6.2.1. Uji Normalitas

Proses uji normalitas data dilakukan dengan memperhatikan penyebaran data (titik) *Normal Plot of Regresion Standizzed Residual* dari variabel terikat, di mana (Sufreni & Natanael, 2014):

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.6.2.2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menentukan apakah dalam suatu model regresi linier ganda terdapat korelasi antar variabel. Model regresi linear ganda yang baik seharusnya korelasi antar variable adalah kecil atau justru sama sekali tidak ada. Dengan kata lain, model regresi linier ganda yang baik adalah yang tidak mengalami multikolonieritas (Sufreni & Natanael, 2014).

Salah satu cara untuk menguji multikolonieritas adalah dengan melihat nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* dan VIF merupakan nilai yang menunjukkan ada atau tidaknya multikolonieritas. Nilai tolerance harus diantara 0,0-1, atau sama dengan nilai VIF diatas 10 sehingga data yang tidak terkena multikolonieritas nilai toleransinya harus lebih dari 0.10 atau nilai VIF lebih rendah dari 10 (Sufreni & Natanael, 2014)

### 3.6.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah kesalahan (*error*) pada data kita memiliki varias yang sama atau tidak. Heteroskedastisitas memiliki suatu kondisi bahwa *varians error* berbeda dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi ganda yang baik adalah tidak mengalami heteroskedastisitas (Sufreni & Natanael, 2014).

### 3.6.2.4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk mencari tahu, apakah kesalahan (*errors*) suatu data pada periode tertentu berkorelasi dengan periode lainnya (Sufreni & Natanael, 2014).

Model regresi ganda yang baik adalah tidak mengalami autokorelasi. Cara untuk mengetahui apakah mengalami atau tidak mengalami autokorelasi adalah dengan mengecek nilai Durbin Watson (DW) syarat tidak terjadi autokorelasi adalah  $1 < DW < 3$  dengan kriteria dan keputusan sebagai berikut (Sufreni & Natanael, 2014).

## 3.7. Analisis Data

### 3.7.1. Analisis Regresi

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui sejauhmana variable *independent* mempunyai pengaruh variabel *dependent*. Dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam persamaan sebagai berikut (Sugiyono, 2014) :  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

Di mana :

X1 : *Shopping lifestyle*

X2 : *Store atmosphere*

X3 : *Display product*

Y : *Impulse buying*

a : Konstanta

- e : Simultan error
- b : koefesien korelasi

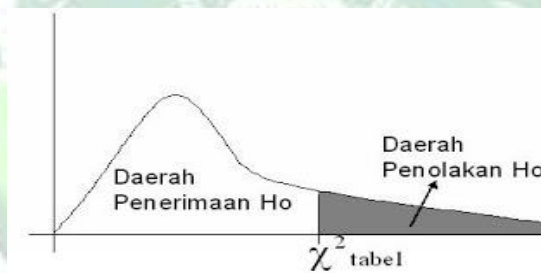
### 3.7.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh *shopping lifestyle*, *store atmosphere* dan *display product* terhadap *impulse buying* Duta Mode Jepara. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Taraf signifikansi = 0,05 ( $\alpha = 5\%$ )
2. Derajat kebebasan (*degree of freedom*)  $df = n-k$
3.  $F_{tabel}$  yang nilainya dari daftar tabel distribusi F.



**Gambar 3.1**  
**Grafik Nilai Kritis Distribusi F**

### 3.7.3. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang dilihat dari perbandingan nilai signifikansi terhadap nilai kesalahan ( $\alpha$ ). Dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Dikatakan



signifikan apabila nilai signifikansi  $< \alpha = 0,05$ . Uji parsial untuk mengetahui pengujian hipotesis penelitian. pengujian parsial dilakukan dengan uji satu arah ( $\alpha = 0,05$ ).

#### 1. Perumusan hipotesis

$H_0 : \beta_1 = 0$ ; Tidak ada pengaruh antara variabel  $X_i$  terhadap variabel  $Y$

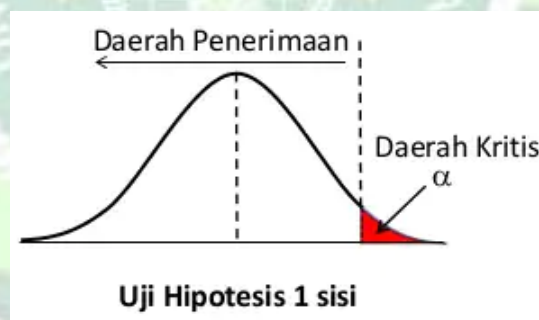
$H_a : \beta_1 \neq 0$ ; Ada pengaruh signifikan antara variabel  $X_i$  terhadap variabel  $Y$ , dimana  $i = 1,2,3$

Uji hipotesis satu sisi dilakukan dengan penentu nilai ( $\alpha = 0,05$ ) dan nilai  $t_{tabel}$  akan di peroleh dari jumlah responden dengan nilai  $\alpha = 0,05$

#### 2. Kriteria Pengujian:

$H_0$  diterima jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  atau nilai  $\text{Sig} (p) > 0,05$

$H_0$  ditolak jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  atau nilai  $\text{Sig} (p) < 0,05$



**Gambar 3.2**  
**Grafik Nilai Kritis Distribusi t**

#### 3.7.4. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi  $R^2$  digunakan untuk mengetahui seberapa baik sampel menggunakan data.  $R^2$  mengukur sebesarnya jumlah reduksi dalam variabel *dependent* yang diperoleh dari pengguna variabel bebas.  $R^2$

mempunyai nilai antara 0 sampai 1, dengan  $R^2$  yang tinggi berkisar antara 0 sampai 1.

$R^2$  yang digunakan adalah nilai *adjusted R square* yang merupakan  $R^2$  yang telah disesuaikan. *Adjusted R square* merupakan indikator untuk mengetahui pengaruh penambahan waktu suatu variabel *independent* ke dalam persamaan.



