

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Variabel penelitian dan Departemen Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

##### 3.1.1. Variabel dependen/variable terikat (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang mempunyai keterkaitan terhadap suatu reaksi atau tanggapan atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas (Variable independen) menurut penjelasan, variabel dependen atau variabel Y adalah variabel yang dijadikan perhatian utama dalam sebuah penelitian, dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah : *Impulse buying*(Y). Variabel-variabel tersebut dijelaskan beserta pengukurannya dalam operasionalisasi variable, hal ini dimaksudkan untuk memperjelas variabel-variabel yang diteliti.

##### 3.1.2 Variable Independen/Variabel bebas (X)

Menurut Sugiyono (2008:59) variabel independen adalah sebagai berikut: “Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (X) adalah :

X1 = Usia

X2 = Promosi

X3 = *Shopping Emotion*

### 3.1.3. Departemen Operasional Variabel

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

Variabel	Definisi	Indikator	Peneliti
Usia (X1)	Kebutuhan dan keinginan konsumen berubah seiring dengan perubahan usianya. Kotler (2000)	1.Kebutuhan 2.Keinginan Konsumen 3.Rasa Penasaran 4.Konsumen muda 5. pelopor 6. gaya hidup baru	Frengki Kriswardana Putra (2018)
Promosi (X2)	Promosi penjualan merupakan inti pemasaran jangka pendek, yang dirancang untuk menstimulasi pembelian yang lebih cepat (Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2)	1.Kupon 2.Sampel 3.Hadiah 4.Garansi produk	Kotler dan Keller (2018:219)
Shopping Emotion (X3)	Emosi belanja merupakan pengaruh positif yang mencerminkan sejauh mana seseorang merasa	1. Merasa senang 2. Merasa puas 3. Merasanyaman 4. Merasa bersemangat	Resty Marianty (2015)

	antusias, aktif dan waspada. Hal ini merupakan kondisi energi tinggi, konsentrasi penuh, dan keterlibatan yang menyenangkan. Baron dan Byrne (2003)		
Impulse Buying(Y)	Impulse Buying adalah pembelian yang tidak direncanakan, dari kebutuhan, tanpa berfikir, sesuai dengan keinginan dan suasana hati dalam pembelian produk-produk yang ada di departement store. Wu and Huan (2010)	1.Pembelian tidak direncanakan 2.Pembelian tanpa berfikir 3.Pembelian sesuai keinginan 4.Pembelian karenadipengaruhi suasana hati	I Komang Agus Hari Chandra (2011)

Sumber: Kotler (2000), Kotler dan Keller (2018:219), Baron dan Byrne (2003) Premanto (2007), Wu and Huan (2010).

### 3.2 Jenis dan Sumber Data

#### 3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan penelitiann kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingindiketahui.

### 3.2.2 Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, data memegang peranan penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian. Sebuah penelitian harus mengetahui jenis data apa saja yang diperlukan dan bagaimana cara mengidentifikasi, mengumpulkan, serta mengolah data. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

#### a. Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer diperoleh secara langsung di lapangan. Mengenai identitas responden (nama, alamat, umur, jenis kelamin). Responden merupakan pelanggan yang sedang melakukan transaksi di Duta Mode Jepara secara Impulse Buying.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal atau penelitian terdahulu, data penjualan Duta Mode Jepara, dan dari sumber suara konsumen, serta beberapa sumber yang didapat dari buku yang membuat informasi atau data-data yang berkaitan dengan penelitian berupa bukti, catatan, atau history yang sudah tersusun dalam arsip baik yang sudah dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan.

### 3.3 Populasi, Jumlah Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya ( (Sugiyono, 2017).

Dalam hal ini populasinya adalah masyarakat umum yang melakukan transaksi di Duta Mode Jepara secara Impulse Buying. Peneliti kan memilih sejumlah orang dari populasi untuk dapat dijadikan sebagai sampel penelitian. Kriteria utama dari sampel penelitian ini adalah orang yang telah melakukan pembelian tak terduga di Duta Mode Jepara.

#### 3.3.2 Jumlah Sampel

Karena jumlah populasi ini tersebar dan sulit untuk diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini akan menggunakan rumus (Rao, 2006) ) sebagai berikut:

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

Keterangan :

$n$  = Jumlah Sampel

$Z$  = Tingkat keyakinan dalam penentuan sampel, 95% = 1.96

$Moe$  = margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, ditetapkan sebesar 10%

Besarnya sampel dapat dihitung :

$$\begin{aligned} n &= \frac{z^2}{4(moe)^2} \\ &= \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,04 \text{ yang dibulatkan menjadi } 96 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus diatas dapat diambil sampel sebanyak 96,04 orang responden, yang dikemudian dibulatkan menjadi 96 orang responden. Pada prinsipnya tidak ada aturan yang pasti untuk menentukan persentase yang dianggap tepat dalam menentukan sampel, maka dalam hal ini peneliti mengambil sampel 96 orang responden yang cukup mewakili untuk diteliti, yaitu pelanggan yang sedang melakukan pembelian tak terduga di Duta Mode Jepara.

### **3.3.3 Tehnik Pengambilan Sampel**

Sampel merupakan subset populasi, terdiri atas beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin peneliti meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu perlu membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut dengan sampel. (Saban, 2017).

Tehnik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposife sampling*. Menurut (Saban, 2017) *purposife sampling* merupakan tehnik pengambilan sampel dengan menetapkan ciri yang sesuai dengan tujuan. Jadi sampel dalam penelitian ini yaitu Masyarakat umum yang sedang melakukan pembelian secara tidak sengaja di Duta Mode Jepara. Maka sampel yang digunakan adalah 96 orang responden yang diambil dari Masyarakat umum yang sedang melakukan pembelian tak terduga di Duta Mode Jepara.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Dalam melakukan penelitian ini, data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data-data tersebut harus benar-benar dapat dipercaya dan akurat. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui :

### **3.4.1 Studi Lapangan/ Survey**

Studi lapangan dilakukan secara langsung dilapangan untuk dapat memperoleh data dari obyek penelitian. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan metode survey yaitu dengan menyebarkan kusioner kepada pelanggan yang sedang melakukan pembelian di Duta Mode Jepara.

Kuesioner adalah salah satu tehnik pengumpulan data yang dapat dilakuakn dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2010:127), metode kusioner digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau sebuah pernyataan tertulis kepada responden. Dalam kusioner ini nantinya akan dapat terdapat beberapa pertanyaan yang telah dirancang secara logiss dan berhubungan dengan masalah penelitian dan didalam pertanyaannya terdapat jawaban yang merupakan makna dalam menguji hipotessia. Dibandingkan engan interview guide daftar pertanyaan atau kusioner lebih terperinci dan lengkap.

### **3.4.2 Studi Pustaka**

Studi Pustaka dilakukan dengan membaca literatur/ buku-buku relevan yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan (Kuncoro,2003).

### **3.5 Metode Pengolahan Data**

Tekhnik yang digunakan dalam pengolahan data menggunakan hitungan komputasi melalui program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) dikarenakan program ini mempunyai kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis yang menggunakan menu-

menu deskriptif dan kotak-kotak dialog sederhana, sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami cara pengoperasiannya :

Dalam metode pengolahan data penelitian memiliki beberapa langkah sebagai berikut :

1. Penyuntingan (*Editing*)

Peneliti mengecek data penelitian yang akan dianalisis.

2. Pengkodean (*Coding*)

Peneliti memberikan kode tertentu pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf untuk membedakan anatara data atau identitas data yang akan dianalisis.

3. Pemberian Skor(*Scoring*)

Proses penentuan scor atas jawaban responden yang dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori yang cocok tergantung pada anggapan atau opini responden. Perhitungan tersebut dengan menggunakan skala Likert. Dari setiap jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang diajukan, kemudian diberi skor tertentu. Skor tersebut yaitu antara 1 sampai 5, dengan ketentuan sebagai berikut (Sugiyono,2008):

- |                              |                |
|------------------------------|----------------|
| a. Sangat tidak setuju (STS) | diberi sekor 1 |
| b. Tidak Setuju (TS)         | diberi sekor 2 |
| c. Netral (N)                | diberi sekor 3 |
| d. setuju (S)                | diberi sekor 4 |
| e. Sangat setuju (SS)        | diberi sekor 5 |



#### 4. Tabulasi (Tabulating)

Proses penyusunan data kembali dalam bentuk tabel-tabel. Dalam tabulasi ini jawaban yang serupa akan dikelompokkan dengan teliti dan teratur kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala yang termasuk dalam satu kategori. Kegiatan inilah yang nantinya akan dilakukan sampai terwujudnya tabel yang berguna dalam analisis data.

### 3.6 Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, untuk memperkirakan secara kuantitatif pengaruh dari beberapa variabel Independen secara bersama-sama (simultan) maupun secara parsial (individu) terhadap variabel dependen. Hubungan fungsional antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dilakukan dengan regresi berganda. Metode analisis yang digunakan adalah :

#### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengungkapkan ketepatan gejala yang dapat diukur (Sekaran, 2011) Validitas instrumen penelitian atau tingkat ketepatan instrumen penelitian adalah tingkat kemampuan instrumen penelitian untuk mengungkapkan data sesuai dengan masalah yang hendak diungkapkannya. Hasil penelitian dikatakan valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi di lapangan (Sugiyono, 2014). Dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan di ukur oleh

kuesioner tersebut. Pengukuran dengan membandingkan antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ .  
Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

$r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pertanyaan valid

$r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item pertanyaan tidak valid

$r_{hitung} > r_{tabel}$  tapi negatif, maka item pertanyaan tidak valid.

### 3.6.2 Uji Realibilitas

Uji Realibilitas meruakan alat untuk dapat mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau kontruks. Menurut Ghozali,2009 dalam buku (Saban, 2017) sebuah kuesioner dpat dikatan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dalam waktu ke waktu.

Penelitian yang dilakukan mengguankan reliabilitas dengan cara One Shoot atau dengan pengukuran sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini akan dibatu dengan SPSS untuk menguji statistik *Cronbach's Alpha* sebagai berikut :

- a. Nilai *Cronbach's Alpha* antara  $(\alpha) > 0,60$  maka realibilitasnya baik.
- b. Nilai *Cronbach's Alpha* antara  $(\alpha) 0,60 - 0.79$  maka realibilitasnya dapat diterima.
- c. Nilai *Cronbach's Alpha* antara  $(\alpha) < 0,60$  maka realibilitasnya buruk.

Hasil dari uji statistik *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) akan menentukan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel digunakan atau tidak.

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, supaya data sampel yang sedang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian tersebut meliputi :

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Cara untuk mengetahui normalitas atau tidaknya adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan antara distribusi kumulatif dan distribusi normal. Distribusi normal membentuk garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi datanya normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

#### 2. Uji Multikolinieritas

(Ghozali, 2013) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan 0.

Multikolinieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) Variance Inflation Faktor (VIF). Dari kedua ukuran tersebut menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap

variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai  $Tolerance \leq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$ . Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih dapat ditolerir. Walaupun multikolinieritas dapat dideteksi dengan nilai Tolerance dan VIF, tetapi kita masih tetap tidak mengetahui variabel-variabel independen mana sajakah yang saling berkorelasi.

### 3. Uji Heterokedasitas

Uji Heterokedasitas bertujuan untuk dapat menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain maka biasa disebut dengan homokedasitas dan apabila varians berbeda biasa disebut dengan heterokedasitas. Uji heterokedasitas dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel bebas, yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heterokedasitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di studentized.

Untuk dapat melihat ada atau tidaknya heterokedasitas dengan cara melihat grafik slot antara lain prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Cara untuk menganalisisnya adalah:

- a. Pertama dengan melihat titik-titik pola, jika pola teratur maka terdapat heterokedasitas.

- b. Jika terdapat pola yang tidak jelas, dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dapat dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali,2016).

Pada penelitian ini untuk dapat menguji ada tidaknya gejala autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson (DW test). Uji Durbin Watson (DW test) digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan adanya konstanta dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independen.

Hipotesis yang akan diuji yaitu :

$H_0$  = tidak adanya autokorelasi ( $\rho = 0$ )

$H_A$  = Adanya Autokorelasi ( $\rho \neq 0$ )

**Tabel 3.2**

#### Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi positif	No Decision	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4-d_l < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No Decision	$4-d_u \leq d \leq 4-d_l$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak Ditolak	$d_u < d < 4-d_u$

### 3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Ghozali, 2016) analisis linier berganda digunakan sebagai pengukur untuk hubungan baik terdapat 2 variabel maupun lebih untuk menunjukkan terdapatnya hubungan atau tidak. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

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

Dimana:

Y = Impulse Buying

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>4</sub> = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Usia

X<sub>2</sub> = Promosi

X<sub>3</sub> = Shopping emoion

e = error

### 1.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2009)

### 3.6.6 Uji F

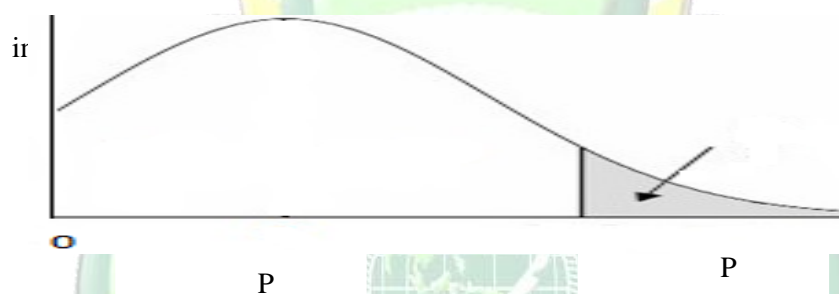
Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian:

1. Apabila probabilitas signifikan kurang dari 5% maka hipotesis diterima.
2. Apabila probabilitas signifikan lebih dari 5% maka hipotesis ditolak.

$H_0 : X_1 = X_2 = X_3 = 0$ , artinya tidak ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_0 : X_1 \neq X_2 \neq X_3 \neq 0$ , artinya ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel

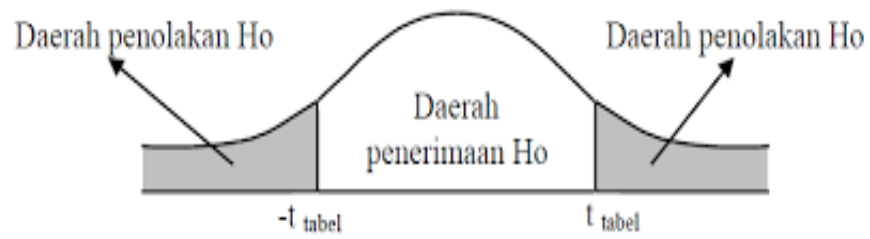


### 3.6.7 Uji t

Uji t sering digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya signifikan atau tidak. Pengaruh antara faktor Usia, Promosi, dan *Shopping Emotion* terhadap *Impulse Buying* di Duta Mode jepara. Maka digunakan uji t dari masing-masing variabel dengan cara membandingkan  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$ , signifikansi 0.05 dengan syarat sebagai berikut :

1. Bila  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dengan signifikansi  $< 0.05$ , maka  $H_0$  dinyatakan ditolak, artinya ada pengaruh positif antara X (Usia, Promosi, *Shopping Emotion*) dengan variabel Y (*Impulse Buying*).

2. Bila  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , dengan signifikansi  $> 0.05$  maka  $H_0$  dinyatakan diterima, artinya tidak ada pengaruh antara variabel X (Usia, Promosi, *Shopping emotion*) dengan variabel Y (*Impulse Buying*).



Sumber :Darmawan 2014

