

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh dan menguji antar dua variabel atau lebih. Metode asosiatif merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara satu atau lebih variabel independen (variabel bebas) dengan variabel dependen (variabel terikat) (Sugiyono, 2011, p:24). Penelitian ini berfokus pada asosiatif kausal dimana menguji 3 variabel independen terhadap 1 variabel dependen. Pengujian ini berfokus pada pengujian variabel independen yaitu *shopping life style* (X1), *discount* (X2), dan *fashion involvement* (X3) terhadap variabel dependen yaitu *impulse buying* (Y) pada pelanggan Cordy Butik Bandar Lampung.

#### **3.2 Sumber Data**

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber data, antara lain sumber data primer dengan teknik kuesioner dan sumber data sekunder.

##### **3.2.1 Data Primer**

Data primer adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada konsumen yang berbelanja di Cordy Butik Bandar Lampung.

##### **3.2.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah jenis data yang digunakan berupa jurnal penelitian sebelumnya, buku-buku, surat kabar internet atau dokumentasi yang mendukung penelitian ini.

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah:

1. Studi kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan (*library research*) dalam penelitian ini menggunakan

Jurnal – Jurnal penelitian terdahulu serta buku – buku yang berhubungan dengan *shopping life style, discount* dan *fashion involvement*.

## 2. Studi Lapangan (*field research*)

Studi lapangan (*field research*) dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara dan penyebaran kuesioner penelitian. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini menggunakan penilaian berdasarkan skala *Likert*. Berikut pengukuran skala kuesioner dalam penelitian ini menggunakan dalam penelitian ini :

**Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Pertanyaan**

NO	PILIHAN JAWABAN		SKOR
1	SS	Sangat setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak setuju	2
5	STS	Sangat tidak setuju	1

Sumber : (Sugiyono, 2008, p.247)

## 3.4 Populasi dan Sampel

### 3.4.1 Populasi

Menurut Azwar (2010) populasi adalah kelompok subyek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Sedangkan populasi menurut Sugiyono (2011, p:298) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Maka populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang mengunjungi Cordy Butik Bandar Lampung yang melakukan *impulse buying*.

### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian (Sugiyono, 2011, p:24). Sampel adalah bagian dari populasi

yang dipilih pada suatu cara tertentu, jelas dan lengkap yang dapat mewakili suatu instrument pada penelitian ini. Menurut Winarsunu (2009) sampel adalah sebagian kecil individu yang dijadikan wakil dalam penelitian. Diantara sampel yang bagus adalah yang biasa disebut dengan sampel yang mewakili atau representatif ialah sampel yang instrumen-instrumennya mencerminkan sifat atau ciri-ciri yang terdapat dalam populasi tersebut. Bahkan sangat dimungkinkan dan diharapkan keadaan sampel dapat menggambarkan miniatur dari populasi. Dalam penentuan sampel yang populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui, menggunakan rumus :

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

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.1)^2}$$

$$n = 96,04 \text{ (dibulatkan menjadi 100 )}$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel.

$Z$  = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan

dalam penentuan sampel 95% =1.96

Moe = Kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 10%

Dari jumlah sampel yang telah ditentukan diatas, tiap kategori diatur sedemikian rupa agar jumlah sampel yang diambil memenuhi persyaratan. Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 96.04 yang digenapkan menjadi 100 orang. Adapun kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini agar mencapai sebanyak 100 orang adalah konsumen yang berusia  $\geq 15$  tahun.

### 3.5 Variabel Penelitian

Variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 1 variabel dependen yaitu *impulse buying* (Y), dan 3 variabel independen yaitu *shopping life style* (X1), *discount* (X2) dan *fashion involvement* (X3).

### 3.5.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *shopping life style* (X1), *discount* (X2) dan *fashion involvement* (X3) (Sugiyono, 2011, p:39).

### 3.5.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang di pengaruhi variabel independen (Sugiyono, 2011, p:39). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *impulse buying* (Y).

## 3.6 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2011, p:149). Variabel yang diteliti harus sesuai dengan permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.2 Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Shopping Life Style</i>	<i>Shopping life style</i> adalah gaya hidup yang mengacu pada bagaimana seseorang hidup, bagaimana mereka menghabiskan waktu, uang, kegiatan pembelian yang dilakukan, sikap dan pendapat mereka tentang dunia dimana mereka tinggal, Levy (2009).	<i>Shopping life style</i> merupakan tindakan pelanggan cordy butik dalam menghabiskan waktu dan uang mereka untuk dapat mencerminkan status, martabat, dan kebiasaan dalm hidup mereka.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya waktu luang berbelanja</li> <li>• Ketertarikan terhadap produk baru</li> <li>• Perbedaan status sosial dalam berbelanja</li> <li>• Kebiasaan martabat dan gaya hidup.</li> </ul>	Interval

<i>Discount</i>	Tjiptono (2008) <i>discount</i> merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.	<i>Discount</i> merupakan pengurangan harga produk dari harga normal pada periode tertentu. Tidak hanya <i>discount</i> , cordy butik juga memberikan sistem <i>flash sale</i> untuk beberapa produk dalam jangka waktu tertentu.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya Pengurangan/potongan harga pada periode tertentu</li> <li>• <i>Flash sale</i> untuk produk tertentu</li> <li>• Pemberian Bonus untuk pembelian jumlah banyak</li> <li>• Voucher belanja di cordy butik bandar lampung.</li> </ul>	Interval
<i>Fashion Involvement</i>	Peter and Olson (2013) <i>Fashion Involvement</i> adalah keterlibatan yang dipahami sebagai persepsi konsumen atas pentingnya atau kesesuaian diantara objek, <i>event</i> atau aktivitas di mana konsumen melihat produk tersebut sesuai dengan karakteristik diri konsumen.	<i>Fashion Involvement</i> adalah keterlibatan yang dipahami pelanggannya cordy butik atas pentingnya atau kesesuaian diantara produk yang ada di cordy butik dengan karakteristik pelanggan tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian dengan karakter pelanggan</li> <li>• Kualitas produk yang ditawarkan cordy butik</li> <li>• Produk ternama</li> <li>• Tren terbaru</li> </ul>	Interval
<i>Impulse Buying</i>	Verplanken & Herabadi dalam Puspayani (2015) mendefinisikan <i>impulse buying</i> sebagai pembelian yang tidak rasional dan diasosiasikan dengan pembelian	<i>Impulse buying</i> adalah perilaku berbelanja yang terjadi secara tidak terencana, tertarik secara emosional, pembelian yang dilakukan dengan cepat secara tiba-tiba tanpa berpikir secara bijak dan pertimbangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spontanitas dalam berbelanja</li> <li>• Kekuatan/dorongan dari hati pelanggan</li> <li>• Kompulsi</li> <li>• Intensitas berbelanja</li> <li>• Kegairahan untuk</li> </ul>	•

	yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik pikiran dan dorongan emosional.	terhadap keseluruhan informasi dan alternatif yang ada apabila melihat produk yang dipajang di cordy butik.	melakukan pembelian • Stimulasi • Ketidakpedulian akan akibat <i>unplanned buying</i> .	
--	--	---	---	--

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

Uji persyaratan instrumen digunakan untuk melihat apakah pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak. Pengujian persyaratan instrumen data penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data agar data yang di peroleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi yang tinggi, instrumen penelitian yang digunakan harus valid (Sugiyono, 2011, p:211). Pengujian validitas penelitian ini menggunakan 30 responden dengan taraf nyata 5%. Berikut prosedur pengujian validitas dalam penelitian ini :

Hipotesis :

Ho : Data bersifat tidak valid

Ha : Data bersifat valid

Kriteria pengujian :

- 1 Apabila probabilitas  $\text{sig} < 0.05$  maka Ho di tolak Ha di terima  
Apabila probabilitas  $\text{sig} > 0.05$  maka Ho di terima Ha ditolak
2. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS 21 (*statistical program and service solution 21*).

#### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik (Sugiyono, 2011, p:183). Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik formula Alpha Cronbach,

melalui program SPSS 21 (*Statistical Program and Service Solution 21*). Kemudian untuk menginterpretasikan besarnya  $r$  alpha indeks korelasi menggunakan tabel interpretasi nilai  $r$  Alpha indeks korelasi berikut tabel interpretasi nilai  $r$  alpha indeks korelasi: berikut tabel interpretasi nilai  $R$  dalam penelitian ini:

**Tabel 3.3 Interpretasi Nilai  $r$  Alpha Indeks Korelasi**

Koefisien $r$	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0, 5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,0199	Sangat Rendah

Sumber : ( Sugiyono, 2016 )

### 3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Uji normalitas sampel digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau sebaliknya. Alat uji yang digunakan adalah model *kolmogorov smirnov* hasil ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan dan mengetahui apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Berikut prosedur pengujian normalitas sampel dalam penelitian ini:

Rumus Hipotesis:

1.  $H_0$  : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.

$H_a$  : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal.

Kriteria pengambilan keputusan yaitu :

2. Apabila  $Sig < \alpha$  ( 0,05 ) maka  $H_0$  ditolak (distribusi sampel tidak normal ).

Apabila  $Sig > \alpha$  ( 0,05 ) maka  $H_a$  diterima (distribusi sampel normal).

### 3.8.2 Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Uji linieritas pada penelitian ini menggunakan program SPSS 21 (*Statistical Program and Service Solution 21*). Berikut prosedur pengujian linieritas dalam penelitian ini:

Rumusan Hipotesis :

1.  $H_0$  : Model regresi berbentuk linear.

$H_a$  : Model regresi tidak berbentuk linear.

Kriteria pengambilan keputusan yaitu :

2. Jika probabilitas ( $\text{sig}$ ) >  $\alpha$  ( 0,05 ) maka  $H_0$  diterima.

Jika probabilitas ( $\text{sig}$ ) <  $\alpha$  ( 0,05 ) maka  $H_0$  ditolak.

### 3.8.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikuti sertakan dalam pembentuk model regresi linier. Berikut prosedur pengujian multikolinieritas dalam penelitian ini:

Rumusan Hipotesis :

1. Jika nilai  $VIF \geq 10$  maka ada gejala multikolinearitas.

Jika nilai  $VIF \leq 10$  maka tidak ada gejala multikolinearitas.

2. Jika nilai  $\text{tolerance} < 0,1$  maka ada gejala multikolinearitas.

Jika nilai  $\text{tolerance} > 0,1$  maka tidak ada gejala multikolinearitas.

## 3.9 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel responden, membuat tabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2011 p:277). Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda.

### 3.9.1 Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih. Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 21 (*Statistical Program and Service Solutiion 21*). Berikut persamaan regresi linier berganda menguji pengaruh variabel X (*shopping, discount dan fashion involvement*) terhadap variabel Y (*impulse buying*) berikut persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y	=	<i>Impulse Buying</i>
X1	=	<i>Shopping Lifestyle</i>
X2	=	<i>Discount</i>
X3	=	<i>Fashion Involvement</i>
a	=	konstanta
b <sub>1</sub> , b <sub>2</sub> , b <sub>3</sub>	=	Koefisien regresi
e	=	Error

## 3.10 Uji Hipotesis Statistik

### 3.10.1 Uji t

Uji t atau uji parsial adalah sebuah variabel bebas berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikatnya. Berikut prosedur uji t dalam penelitian ini :

1. Pengaruh *Shopping Life style* terhadap *impulse buying* (Studi pada Cordy Butik Bandar Lampung).

Hipotesis :

Ho : *Shopping Life style* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying* (Studi pada Cordy Butik Bandar Lampung).

Ha : *Shopping Life style* berpengaruh terhadap *impulse buying* (Studi pada Cordy Butik Bandar Lampung).

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

1. Menentukan nilai titik kritis untuk  $t$  pada  $Df = n - k$  dengan taraf nyata 5%.
  2. Membandingkan hasil perhitungan  $t$  Hitung dan  $t$  Tabel dengan kriteria sebagai berikut :
    - a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} / sig < \alpha$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.
    - b. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel} / sig > \alpha$  maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak.
2. Pengaruh *discount* terhadap *impulse buying* (Studi pada Cordy Butik Bandar Lampung)
- Hipotesis :
- $H_0$  : *Discount* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying* (Studi pada Cordy Butik Bandar Lampung)
- $H_a$  : *Discount* berpengaruh terhadap *impulse buying* (Studi pada Cordy Butik Bandar Lampung)
- Kriteria pengujian dilakukan dengan :
1. Menentukan nilai titik kritis untuk  $t$  pada  $Df = n - k$  dengan taraf nyata 5%.
  2. Membandingkan hasil perhitungan  $t$  Hitung dan  $t$  Tabel dengan kriteria sebagai berikut :
    - a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} / sig < \alpha$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima
    - b. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel} / sig > \alpha$  maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak
3. Pengaruh *fashion involvement* terhadap *impulse buying* (Studi pada Cordy Butik Bandar Lampung)
- Hipotesis :
- $H_0$  : *Fashion Involvement* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying* (Studi pada Cordy Butik Bandar Lampung)

Ha : *Fashion Involvement* berpengaruh terhadap *impulse buying* (Studi pada Cordy Butik Bandar Lampung).

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

1. Menentukan nilai titik kritis untuk t pada Df= n-k dengan taraf nyata 5%.
2. Membandingkan hasil perhitungan t Hitung dan t Tabel dengan kriteria sebagai berikut :
  - a. Jika nilai t *hitung* > t *tabel* / sig < alpha maka Ho ditolak Ha diterima
  - b. Jika nilai t *hitung* < t *tabel* / sig > alpha maka Ho diterima Ha ditolak.

### 3.10.2 Uji F

Uji F adalah uji secara bersama-sama variabel bebas secara signifikan terhadap variabel terikat. Di dalam Uji F ini yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. Uji F ini bisa dilakukan dengan menggunakan *level of significant* sebesar 95 % ( $\alpha = 0,05$ ). Jika Variabel independen hasilnya signifikan terhadap variabel dependen jika *p-value* kurang dari tingkat signifikan 5%. Fungsi dari uji F dalam penelitian ini adalah untuk menentukan apakah dalam hipotesis ketiga variabel independen diterima atau ditolak. Berikut pengaruh uji f dalam penelitian ini.

Ho : *Shopping Lifestyle, discount* dan *fashion involvement* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying* (Studi pada Cordy Butik Bandar Lampung)

Ha : *Shopping Lifestyle, discount* dan *fashion involvement* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying* (Studi pada Cordy Butik Bandar Lampung)

Kriteria penggunaan dilakukan dengan cara :

1. Menentukan nilai titik kritis untuk F pada  $df_1 = k-1$  dan  $df_2 = n-k$  dengan taraf nyata 5%
2. Membandingkan hasil perhitungan F hitung dan F tabel dengan kriteria sebagai berikut :
  - a. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  /  $sig < \alpha$  maka  $H_0$  ditolak  
 $H_a$  diterima
  - b. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  /  $sig > \alpha$  maka  $H_0$  diterima  
 $H_a$  ditolak.