

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data adalah merupakan gambaran data yang akan digunakan untuk proses selanjutnya. Hal ini dilakukan untuk memenuhi beberapa asumsi yang telah ditetapkan dalam pengujian hipotesis dengan metode statistik parametris. Dalam pengujian deskripsi data dalam penelitian ini, penulis menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dilihat dari karakteristik responden, antara lain : jenis kelamin, usia, pekerjaan dan penghasilan. Penelitian ini diuji dengan menggunakan SPSS 21. Hasil pengolahan data sampel yang diperoleh dari pelanggan Cordy Butik yang berjumlah 100 orang responden adalah sebagai berikut :

#### 4.1.1 Deskripsi Karakteristika Responden

##### 1. Jenis Kelamin Responden

Perbedaan jenis kelamin dapat menjadi pembeda bagi seseorang dalam melakukan pembelian, karena pada umumnya seseorang memilih suatu barang atau jenis *fashion* yang nyaman dan sesuai dengan kondisi tubuhnya. maka jenis kelamin responden memungkinkan untuk memiliki perbedaan antara laki-laki dan perempuan. Komposisi responden menurut jenis kelamin sebagai berikut :

**Tabel. 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pria	17	17,0 %
2.	Wanita	83	83,0 %
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, responden terbanyak adalah wanita yaitu 83 orang sedangkan pria

hanya 17 orang. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas pelanggan Cordy Butik di Bandar Lampung adalah wanita.

## 2. Usia Responden

Perbedaan kondisi individu seperti umur seringkali dapat memberikan perbedaan perilaku membeli seseorang, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	17 – 24 tahun	37	37,0 %
2.	25 – 32 tahun	42	42,0 %
3.	33 – 40 tahun	21	21,0 %
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah yang berumur antara 25-32 tahun sebanyak 42 orang, diikuti dengan usia responden 17-24 tahun sebanyak 37 orang, dan usia 33-40 tahun sebanyak 21 orang.

## 3. Pekerjaan Responden

Untuk mengetahui jenis pekerjaan responden, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel. 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	26	26,0 %
2.	PNS	19	19,0 %
3.	Pegawai Swasta	20	20,0 %
4.	Wiraswasta	22	22,0 %
5.	Lain-lain	13	13,0 %
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan data bahwa jumlah responden yang terbanyak adalah dari kelompok responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 26 orang dari jumlah responden, diikuti oleh responden dengan pekerjaan wiraswasta 22 orang dan pegawai swasta sebanyak 20 orang, PNS juga sebanyak 19 orang, dan lain-lain sebanyak 13 orang. Data diatas menunjukkan pelajar/mahasiswa lebih banyak memakai produk Cordy Butik untuk mengikuti tren dan memakai kualitas *fashion* yang bagus.

#### 4. Penghasilan Responden

Untuk mengetahui jumlah penghasilan responden, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel. 4.4 Responden Berdasarkan Penghasilan**

No	Tingkat Penghasilan	Jumlah	Persentase (%)
1.	< Rp1.000.000	12	12,0 %
2.	Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000	20	20,0 %
3.	Rp.2.000.000 – Rp.4.000.000	42	42,0 %
4.	> Rp.4.000.000	24	24,0 %
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Dari hasil tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa yang paling dominan melakukan belanja di Cordy Butik yaitu tingkat pendapatan Rp. 2.000.000 – Rp.4.000.000 sebanyak 42 orang atau sebesar 42.0%.

##### 4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban deskripsi data variabel independen yaitu *shopping life style* (X1), *discount* (X2) dan *fashion involvement* (X3). Variabel dependen yaitu *impulse Buying* (Y) pada pelanggan Cordy Butik Bandar Lampung yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden atau sampel adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Shopping Life Style

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Saya biasa menghabiskan waktu luang untuk berbelanja.	22	22,0%	38	38,0%	27	27,0%	13	13,0%	0	0,0%
2.	Saya membeli produk dengan model terbaru.	14	14,0%	50	50,0%	26	26,0%	10	10,0%	0	0,0%
3.	Saya sering berbelanja di cordy butik.	18	18,0%	49	49,0%	22	22,0%	10	10,0%	1	1,0%
4.	Saya merasa bahwa berbelanja di butik itu mencerminkan martabat/kelas sosial/gaya hidup.	7	7,0%	32	32,0%	41	41,0%	19	19,0%	1	1,0%
5.	Konsumen yang mengunjungi Cordy Butik Bandar Lampung memiliki penghasilan yang tinggi.	32	32,0%	31	31,0%	25	25,0%	10	10,0%	2	2,0%
6.	Produk Fashion dari Cordy Butik dapat meningkatkan kepercayaan diri saya.	25	25,0%	51	51,0%	20	20,0%	4	4,0%	0	0,0%

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling direspon dengan jawaban sangat setuju pada variabel *shopping life style* adalah pernyataan 6, dengan pernyataan “Produk Fashion dari Cordy Butik dapat meningkatkan kepercayaan diri saya.” dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 responden (25,0%), setuju 51 responden (51,0%), netral 20

responden (20,0%), tidak setuju 4 responden (4,0%) dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 responden (0,0%). Sementara pernyataan yang paling rendah di respon dengan jawaban sangat setuju adalah pernyataan 4 dengan pernyataan “Saya merasa bahwa berbelanja di butik itu mencerminkan martabat/kelas sosial” dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 7 responden (7,0%), setuju 32 responden (32,0%), netral 41 responden (41,0%), tidak setuju 19 responden (19,0%) dan sangat tidak setuju 1 responden (1,0%). Hasil olah data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 1.

**Tabel 4.6 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Discount**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Saya mudah tertarik untuk berbelanja jika ada pemotongan harga pada sebuah produk.	32	32,0%	54	54,0%	13	13,0%	1	1,0%	0	0,0%
2.	Saya merasa diuntungkan dengan adanya potongan harga.	45	45,0%	41	41,0%	13	13,0%	1	1,0%	0	0,0%
3.	Saya tertarik untuk membeli lebih dari 1 produk jika terdapat potongan harga / <i>flash sale</i> .	18	18,0%	35	35,0%	47	47,0%	0	0,0%	0	0,0%
4.	Saya merasa senang berbelanja jika mendapat voucher belanja di cordy butik.	25	25,0%	35	35,0%	31	31,0%	9	9,0%	0	0,0%
5.	Saya semakin tertarik berbelanja jika diberikan bonus	18	18,0%	18	18,0%	58	58,0%	6	6,0%	0	0,0%

dalam pembelian jumlah banyak.										
-----------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling direspon dengan jawaban sangat setuju pada variabel *discount* adalah pernyataan 2, dengan pernyataan “Saya merasa diuntungkan dengan adanya potongan harga.” dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 41 responden (41,0%), setuju 50 responden (50,0%), netral 8 responden (8,0%), tidak setuju 1 responden (1,0%) dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 responden (0,0%). Sementara pernyataan yang paling rendah di respon dengan jawaban sangat setuju adalah pernyataan 5 dengan pernyataan “Saya semakin tertarik berbelanja jika diberikan bonus dalam pembelian jumlah banyak.” dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 responden (18,0%), setuju 18 responden (18,0%), netral 58 responden (58,0%), tidak setuju 6 responden (6,0%) dan sangat tidak setuju 0 responden (0,0%). Hasil olah data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 2.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Fashion Involvement**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Saya membeli pakaian harus sesuai dengan karakter diri sendiri.	42	42,0%	40	40,0%	17	17,0%	1	1,0%	0	0,0%
2.	Saya membeli produk dengan kualitas terbaik.	29	29,0%	46	46,0%	24	24,0%	1	1,0%	0	0,0%
3.	Saya membeli produk dengan merek ternama.	20	20,0%	40	40,0%	31	31,0%	9	9,0%	0	0,0%
4.	Saya selalu mengikuti informasi	26	26,0%	41	41,0%	27	27,0%	6	6,0%	0	0,0%

	tentang produk fashion yang terbaru.										
5.	Saya lebih suka membeli produk apabila dapat dicoba sebelum membeli.	26	26,0%	41	41,0%	27	27,0%	6	6,0%	0	0,0%

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling direspon dengan jawaban sangat setuju pada variabel *fashion involvement* adalah pernyataan 1, dengan pernyataan “Saya membeli pakaian harus sesuai dengan karakter diri sendiri.” dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 42 responden (42,0%), setuju 40 responden (40,0%), netral 17 responden (17,0%), tidak setuju 1 responden (1,0%) dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 responden (0,0%). Sementara pernyataan yang paling rendah di respon dengan jawaban sangat setuju adalah pernyataan 3 dengan pernyataan “Saya membeli produk dengan merek ternama.” dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 responden (20,0%), setuju 40 responden (40,0%), netral 31 responden (31,0%), tidak setuju 9 responden (9,0%) dan sangat tidak setuju 0 responden (0,0%). Hasil olah data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 3.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Impulse Buying**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Saya sering melakukan pembelian secara spontan ketika melihat produk yang menarik di butik.	25	25,0%	55	55,0%	14	14,0%	5	5,0%	1	1,0%
2.	Saya sering membeli fashion tanpa harus	24	24,0%	39	39,0%	26	26,0%	11	11,0%	0	0,0%

	berpikir panjang manfaat produk yang saya beli.										
3.	Saya tidak melakukan pertimbangan produk yang akan dibeli dengan produk yang lebih berguna.	20	20,0%	40	40,0%	26	26,0%	13	13,0%	1	1,0%
4.	Saya melihat produk fashion di butik dengan tidak direncanakan sebelumnya.	18	18,0%	39	39,0%	35	35,0%	8	8,0%	0	0,0%
5.	Saya selalu memilih Cordy Butik Bandar Lampung sebagai pilihan utama untuk berbelanja fashion.	28	28,0%	52	52,0%	16	16,0%	3	3,0%	1	1,0%
6.	Saya memutuskan melakukan pembelian pada Cordy Butik Bandar Lampung karena produk yang ditawarkan berkualitas.	38	38,0%	47	47,0%	15	15,0%	0	0,0%	0	0,0%

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling direspon dengan jawaban sangat setuju pada variabel *impulse buying* adalah pernyataan 1, dengan pernyataan “Saya sering melakukan pembelian secara spontan ketika melihat produk yang menarik di butik” dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 responden (25,0%), setuju, 55 responden (55,0%), netral 14 responden (14,0%), tidak setuju 5 responden (5,0%) dan yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden (1,0%). Sementara pernyataan yang

paling rendah di respon dengan jawaban sangat setuju adalah pernyataan 3 dengan pernyataan “Saya melihat produk fashion di butik dengan tidak direncanakan sebelumnya.” dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 responden (20,0%), setuju 40 responden (40,0%), netral 35 responden (35,0%), tidak setuju 8 responden (8,0%) dan sangat tidak setuju 0 responden (0,0%). Hasil olah data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 4.

## 4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

### 4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden di uji dengan uji validitas dan uji reliabilitas yang diuji cobakan pada responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 21. Hasil pengujian validitas menggunakan kriteria pengujian untuk uji ini adalah apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka valid dan apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka tidak valid.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel *Shopping Life Style***

Pernyataan	R hitung	R Tabel	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,556	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,593	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,765	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,670	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,713	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,597	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas variabel *shopping life style* (X1) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai *shopping life style*. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,361), dimana nilai  $r$

*hitung* paling tinggi yaitu 0,765 dan paling rendah 0,593. Dengan demikian seluruh item pernyataan *shopping life style* dinyatakan valid sehingga hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 5.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel *Discount***

Pernyataan	R hitung	R Tabel	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,402	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,656	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,682	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,748	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,373	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji validitas variabel *discount* (X2) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai *discount*. Hasil yang didapatkan yaitu nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel* (0,361), dimana nilai *r hitung* paling tinggi yaitu 0,748 dan paling rendah 0,373. Dengan demikian seluruh item pernyataan *discount* dinyatakan valid sehingga hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 6.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel *Fashion Involvement***

Pernyataan	R hitung	R Tabel	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,560	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,571	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,805	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,767	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,524	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji validitas variabel *fashion involvement* (X3) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai *fashion involvement*. Hasil yang didapatkan yaitu nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel* (0,361), dimana nilai *r hitung* paling tinggi yaitu 0,805 dan paling rendah 0,524. Dengan

demikian seluruh item pernyataan *fashion involvement* dinyatakan valid sehingga hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 7.

**Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel *Impulse Buying***

Pernyataan	R hitung	R Tabel	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,539	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,763	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,742	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,552	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,503	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,689	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji validitas variabel *impulse buying* (Y) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai *impulse buying*. Hasil yang didapatkan yaitu nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel* (0,361), dimana nilai *r hitung* paling tinggi yaitu 0,763 dan paling rendah 0,503. Dengan demikian seluruh item pernyataan *impulse buying* dinyatakan valid sehingga hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 8.

#### 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrumen variabel X1, variabel X2, dan instrumen variabel Y menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program SPSS 21.0. Hasil uji reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasikan koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach'S Alpha	Koefisien r	keterangan
<i>Shopping Life Style</i> (X1)	0,754	0,754 berada diantara 0,6000 – 0,7999	Reliabel Tinggi

<i>Discount (X2)</i>	0,715	0,715 berada diantara 0,8000 – 1,0000	Reliabel Tinggi
<i>Fashion Involvement (X3)</i>	0,758	0,758 berada diantara 0,6000 – 0,7999	Reliabel Tinggi
<i>Impulse Buying (Y)</i>	0,754	0,754 berada diantara 0,6000 – 0,7999	Reliabel Tinggi

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.13 nilai *cronbach alpha* sebesar 0,754 untuk variabel *shopping life style (X1)* dengan tingkat reliabel tinggi, 0,715 untuk variabel *discount (X2)* dengan tingkat reliabel tinggi, 0,758 untuk variabel *fashion involvement ((X3)*, dan 0,754 untuk variabel *impulse buying (Y)* dengan tingkat reliabel tinggi. Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 9.

### 4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

#### 4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan Uji Non Parametik *One-Sampel Kolmogorov – Smirnov Test*, dirumuskan dengan hipotesis :

Rumus Hipotesis :

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha : Data berasal dari populasi tidak berdistribusi normal

**Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
<i>Shopping Life Style (X1)</i>	0,101	0,05	0,101 > 0,05	Normal
<i>Discount (X2)</i>	0,080	0,05	0,080 > 0,05	Normal
<i>Fashion Involvement (X3)</i>	0,132	0,05	0,132 > 0,05	Normal
<i>Impulse Buying (Y)</i>	0,174	0,05	0,174 > 0,05	Normal

Berdasarkan hasil pada tabel 4.14 diatas dari hasil uji normalitas bahwa perhitungan *kolmogorov* didapat variabel *shopping life style* (X1) diperoleh nilai sig sebesar  $0,101 > 0,05$  (Alpha), variabel *discount* (X2) diperoleh nilai sig sebesar  $0,080 > 0,05$  (Alpha), variabel *fashion involvement* (X3) diperoleh nilai sig  $0,132 > 0,05$  (Alpha) dan variabel *impulse buying* (Y) diperoleh nilai sig  $0,174 > 0,05$  (Alpha). Maka dapat disimpulkan bahwa dari data yang diperoleh dari 100 sampel dalam penelitian ini semua normal.

#### 4.3.2 Hasil Uji Linieritas

**Tabel 4.15 Hasil Uji Linieritas**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Shopping Life Style (X1) Terhadap Impulse Buying (Y)	0,114	0,05	$0,114 > 0,05$	Linier
Discount (X2) Terhadap Impulse Buying (Y)	0,090	0,05	$0,090 > 0,05$	Linier
Fashion Involvement (X3) Terhadap Impulse Buying (Y)	0,130	0,05	$0,130 > 0,05$	Linier

Berdasarkan hasil pada tabel 4.15 diatas dari hasil uji linieritas bahwa perhitungan ANOVA didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linearity* untuk variabel *shopping life style* (X1) diperoleh nilai sig sebesar  $0,114 > 0,05$  (Alpha), variabel *discount* (X2) diperoleh nilai sig sebesar  $0,090 > 0,05$  (Alpha) dan variabel *fashion involvement* (X3) diperoleh nilai sig  $0,130 > 0,05$  (Alpha). Maka dapat disimpulkan bahwa dari data yang diperoleh dari 100 sampel dalam penelitian ini semua variabel independen menyatakan model regresi berbentuk linier terhadap variabel dependen.

### 4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	VIF	Alpha	Kondisi	Keterangan
<i>Shopping Life Style (X1)</i> Terhadap <i>Impulse Buying (Y)</i>	1,103	10	$1,103 < 10$	Tidak ada gejala Multikolinieritas
<i>Discount (X2)</i> Terhadap <i>Impulse Buying (Y)</i>	1,035	10	$1,035 < 10$	Tidak ada gejala Multikolinieritas
<i>Fashion Involvement (X3)</i> Terhadap <i>Impulse Buying (Y)</i>	1,072	10	$1,072 < 10$	Tidak ada gejala Multikolinieritas

Berdasarkan hasil pada tabel 4.16 diatas dari hasil uji multikolinieritas bahwa perhitungan ANOVA didapat nilai VIF pada baris *Deviantion from linearity* untuk variabel *shopping life style (X1)* diperoleh nilai VIF sebesar  $1,103 < 10$  (Alpha), variabel *discount (X2)* diperoleh nilai VIF sebesar  $1,035 < 10$  (Alpha) dan variabel *fashion involvement (X3)* diperoleh nilai VIF  $1,072 < 10$  (Alpha). Maka dapat disimpulkan bahwa dari data yang diperoleh dari 100 sampel dalam penelitian ini tidak ada gejala multikolinieritas.

## 4.4 Metode Analisis Data

### 4.4.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

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

Dimana :

Y : *Impulse Buying*

$X_1$ : *Shopping Life Style*

$X_1$ : *Discount*

$X_1$ : *Fashion Involvement*

$b_1$  : Koefisien regresi untuk variabel *Shopping life style*

$b_2$  : Koefisien regresi untuk variabel *discount*

$b$  : Koefisien regresi untuk variabel *fashion involvement*

$e$  : *Error term*

**Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda**

Model	Standardized Coefficients	
	Beta	Std. Error
<i>Shopping Life Style (X1)</i>	0,258	0,116
<i>Discount (X2)</i>	-0,012	0,170
<i>Fashion Involvement (X3)</i>	0,244	0,143

Dari tabel 4.17 merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 21. Standardized digunakan untuk mengetahui pengaruh dan sumbangan efektif yang diberikan antara variabel independen terhadap variabel dependen, namun hanya berlaku pada saat itu dengansampel itu. Dengan menggunakan Standardized semua data telah distandarisasikan dengan standar masing-masing variabel. Selain itu dengan Standardized peneliti dapat membandingkan secara langsung antar variabel independen mana yang berpengaruh lebih besar terhadap variabel dependen, dapat dilihat dari besar kecilnya masing-masing koefisien (beta).

Dari tabel 4.17 diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa :

$$Y = 0,258 (X1) - 0,012 (X2) + 0,244 (X3)$$

- *Shopping Life Style (X1)* berpengaruh sebesar 25,8% terhadap *Impulse Buying (Y)* pelanggan pada Cordy Butik Bandar Lampung.
- *Discount (X2)* berpengaruh sebesar 0,12 % terhadap *Impulse Buying (Y)* pelanggan pada Cordy Butik Bandar Lampung.

- *Fashion Involvement* (X3) berpengaruh sebesar 24,4% terhadap *Impulse Buying* (Y) pelanggan pada Cordy Butik Bandar Lampung.
- Besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai beta. Hal ini menunjukkan bahwa *shopping life style* merupakan faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap *Impulse Buying* (Y) karena diperoleh nilai beta sebesar 0,258 atau berpengaruh sebesar 25,8%.

## 4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

### 4.5.1 Uji t

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
<i>Shopping Life Style</i> (X1) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	0,010	0,05	$0,010 < 0,05$	Berpengaruh (Ho ditolak dan Ha diterima)
<i>Discount</i> (X2) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	0,898	0,05	$0,898 > 0,05$	Tidak Berpengaruh (Ho diterima dan Ha ditolak)
<i>Fashion Involvement</i> (X3) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	0,013	0,05	$0,013 < 0,05$	Berpengaruh (Ho ditolak dan Ha diterima)

#### 1. Pengaruh *Shopping Life Style* (X1) terhadap *Impulse Buying* (Y)

Berdasarkan tabel 4.18 didapat perhitungan pada variabel *Shopping Life Style* (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,626 sedangkan nilai t tabel dengan dk ( $dk=100-3=97$ ) adalah 1,660 jadi t hitung ( $2,626 > t$  tabel (1,660) dengan demikian Ha diterima sehingga di simpulkan bahwa *Shopping Life Style* (X1) berpengaruh signifikan

terhadap *Impulse Buying* (Y) pelanggan Cordy Butik di Bandar Lampung. Hasil uji t diperoleh nilai untuk variabel *shopping life style* (X1) sig sebesar 0,010 sedangkan  $\alpha = 0,05$ . Jadi nilai sig lebih kecil dari nilai alpha ( $0,010 < 0,05$ ). Maka  $H_0$  yang diajukan ditolak dan  $H_a$  diterima. Kesimpulan bahwa *shopping life style* (X1) berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* (Y) konsumen pada Cordy Butik Bandar Lampung Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 14.

## **2. Pengaruh *Discount* (X2) terhadap *Impulse Buying* (Y)**

Berdasarkan tabel 4.18 didapat perhitungan pada variabel *Discount* (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar -0.129 sedangkan nilai t tabel dengan dk ( $dk=100-3=97$ ) adalah 1,660 jadi t hitung ( $-0.129$ ) > t tabel (1,660) dengan demikian  $H_0$  diterima sehingga di simpulkan bahwa *discount* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* (Y) pelanggan Cordy Butik di Bandar Lampung. Hasil uji t diperoleh nilai untuk variabel *discount* (X1) sig sebesar 0,898 sedangkan  $\alpha = 0,05$ . Jadi nilai sig lebih besar dari nilai alpha ( $0,898 > 0,05$ ). Maka  $H_0$  yang diajukan diterima dan  $H_a$  ditolak. Kesimpulan bahwa *discount* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* (Y) konsumen pada Cordy Butik Bandar Lampung. Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 14.

## **3. Pengaruh *Fashion Involvement* (X3) terhadap *Impulse Buying* (Y)**

Berdasarkan tabel 4.18 didapat perhitungan pada variabel *Fashion Involvement* (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,517 sedangkan nilai t tabel dengan dk ( $dk=100-3=97$ ) adalah 1,660 jadi t hitung ( $2,517$ ) > t tabel (1,660) dengan demikian  $H_a$  diterima sehingga di simpulkan bahwa *fashion involvement* (X3) berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* (Y) pelanggan Cordy Butik di Bandar Lampung. Hasil uji t diperoleh nilai untuk variabel *fashion involvement* (X1) sig sebesar 0,013 sedangkan  $\alpha = 0,05$ . Jadi nilai

sig lebih kecil dari nilai alpha ( $0,013 < 0,05$ ). Maka  $H_0$  yang diajukan ditolak dan  $H_a$  diterima. Kesimpulan bahwa *fashion involvement* (X1) berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* (Y) konsumen pada Cordy Butik Bandar Lampung Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 14.

#### 4.5.2 Uji F

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
<i>Shopping Life Style</i> (X1), <i>Discount</i> (X2), <i>Fashion Involvement</i> (X3) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	0,01	0,05	$0,01 < 0,05$	<i>Shopping Life Style</i> (X1), <i>Discount</i> (X2), <i>Fashion Involvement</i> (X3) secara bersama-sama Berpengaruh Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).

Pengujian Anova dipakai untuk menggambarkan tingkat pengaruh antara variabel *shopping life style* (X1), *discount* (X2) dan *fashion involvement* (X3) terhadap variabel *impulse buying* (Y) secara bersama-sama. Untuk menguji F dengan tingkat kepercayaan 95% atau alpha 5% dan derajat kebebasan pembilang sebesar  $k-1 = 2$  dan derajat kebebasan penyebut sebesar  $n-k = 100-3 = 97$  sehingga diperoleh F tabel sebesar 3,09 dan F hitung 0,01 Berdasarkan hasil analisis data, maka diperoleh F hitung sebesar 5,980 sedangkan nilai F tabel (a 0,05) sebesar 3,09. Dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $Sig < alpha$  maka  $H_0$  ditolak, dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *shopping life style* (X1), *discount* (X2) dan *fashion involvement* (X3) secara simultan terhadap *Impulse buying* (Y) pelanggan Cordy Butik di

Bandar Lampung. Dari hasil penelitian persamaan regresi, variabel yang paling dominan yang mempengaruhi *impulse buying* adalah variabel *shopping life style* (X1) dengan diperoleh nilai beta sebesar 0,258 artinya *shopping life style* berpengaruh terhadap *impulse buying* sebesar 25,8%, sedangkan variabel *fashion involvement* (X1) memperoleh nilai beta sebesar 0,244 artinya *fashion involvement* berpengaruh terhadap *impulse buying* pelanggan Cordy Butik sebesar 24,4%, variabel *discount* (X2) memperoleh nilai beta sebesar -0,012 atau berpengaruh sebesar 0,12% lebih kecil dari variabel *fashion involvement* (X3) dan *shopping life style* (X1). Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 16.

## 4.6 Pembahasan

### 4.6.1 Pengaruh *Shopping Life Style* (X1) terhadap *Impulse Buying* (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *shopping life style* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pelanggan Cordy Butik di Bandar Lampung dapat dilihat pada hasil pengujian pengumpulan data diatas. Berdasarkan hasil uji t yang dapat dilihat pada nilai beta, maka dapat diketahui hubungan antara gaya hidup (X1) terhadap *impulse buying* (Y) diperoleh nilai sebesar 0,258 atau berpengaruh sebesar 25,8%. Menurut Kotler dan Keller (2009) *shopping life style* adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat terhadap berbagai hal dan bagaimana menghabiskan waktu dan uangnya. Minat manusia dalam berbagai barang dipengaruhi oleh gaya hidupnya dan barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut.

#### **4.6.2 Pengaruh *Discount* (X2) terhadap *Impulse Buying* (Y)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *discount* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pelanggan Cordy Butik di Bandar Lampung dapat dilihat pada hasil pengujian pengumpulan data diatas. Berdasarkan hasil uji t yang dapat dilihat pada nilai beta, maka dapat diketahui hubungan antara *discount* (X2) terhadap *impulse buying* (Y) diperoleh nilai sebesar 0,012. Dengan tingkat pengaruh *discount* yang kecil dapat disimpulkan bahwa variabel *discount* ini tidak berpengaruh terhadap *impulse buying*. Minat manusia dalam berbagai barang tidak selalu dipengaruhi oleh gaya hidup dan ketertarikan terhadap diskon atau potongan harga yang diberikan.

#### **4.6.3 Pengaruh *Fashion Involvement* (X3) terhadap *Impulse Buying* (Y)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *fashion involvement* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pelanggan Cordy Butik di Bandar Lampung dapat dilihat pada hasil pengujian pengumpulan data diatas. Berdasarkan hasil uji t yang dapat dilihat pada nilai beta, maka dapat diketahui hubungan antara *fashion involvement* (X3) terhadap *impulse buying* (Y) diperoleh nilai sebesar 0,244 atau berpengaruh sebesar 24,4%. Berdasarkan hasil nilai beta, *fashion involvement* adalah variabel yang lebih berpengaruh terhadap *impulse buying* dibandingkan dengan variabel *discount* dan *fashion involvement*.