

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Jenis penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan Instrument penelitian, analisi data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2011).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *asosiatif* yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel yang dihubungkan. Metode *asosiatif* merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara satu *variabel independen* (variabel bebas) yaitu *Hedonic Shopping Value (X)* dan *variabel dependen* (variabel terikat) yaitu *impulse buying (Y)*.

3.2 Sumber Data

Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti. Data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus. Jenis data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada responden.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari objek penelitian dan data-data jurnal, surat kabar internet atau melalui dokumentasi bertujuan untuk mengetahui konsep konsep yang berkaitan dan mendukung penelitian.

3.3 Metode Pengumpulan Data

1. Dokumentasi, yaitu pengambilan data secara langsung maupun terhadap objek penelitian mengenai masalah yang diteliti.
2. Kuesioner, yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui pengisian kuesioner secara langsung terhadap responden yang telah ditentukan sebagai sampel penelitian. Data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian yaitu mengenai pengaruh *hedonic shopping value* terhadap *impulse buying*. Untuk menyaring terhadap data tersebut, maka disediakan lima alternative jawaban dengan masing – masing skors sebagai berikut:

- Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- Jawaban Setuju (S) diberi skor 4
- Jawaban Cukup Setuju (CS) diberi skor 3
- Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono, (2011). Dalam penelitian ini yang menjadi

populasi adalah konsumen yang membeli pada Chandra Departmen Store Mall Bumi Kedaton sepanjang tahun 2016 yang berjumlah 9.436 orang.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Teknik yang digunakan dalam sampel ini adalah teknik *porposive sampling*, tehnik untuk menentukan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya lebih representatif (Sugiyono.2011). Penelitian menggunakan rumusan penentu ukuran sampel yang dinyatakan oleh *Slovin* (Husien Umar, 2003) dengan batas kesalahan 10%. Rumus menghitung ukuran sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Keterangan :

n : Besarnya sampel

N : Ukuran populasi

e : Persen kelonggaran ketidak telitian

Berdasarkan rumus di atas, maka besarnya sampel adalah :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

$$n = \frac{9.436}{1 + 9.436 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{9.436}{1 + 9.436 (0,01)}$$

$$n = \frac{9.436}{1 + 94,36}$$

$$n = \frac{9.436}{95,36}$$

$$n = 98,951 = 99 \text{ Orang}$$

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2011).

3.5.1 Variabel Independen

Variabel (X) atau Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah *hedonic shopping value* (X).

3.5.2 Variabel dependen

Variabel (Y) Dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini terhadap *impulse buying*.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian / objek yang diteliti. Secara operasional masing-masing variabel dapat diukur melalui indikator-indikator sebagai berikut :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep variable	Konsep oprasional	Indikator	Skala ukur
<i>Hedonic Shopping value</i> (X)	Menurut Lia Octaria Pasaribu (2015) <i>hedonic shopping value</i> adalah mencerminkan nilai yang ditemukan dalam kegiatan berbelanja yang berhubungan dengan tugas dan pengalaman belanja konsumen.	Nilai yang tercermin disaat konsumen sedang melakukan belanja pada Chandra Departemen Store Mall Bumi Kedaton.	1. <i>Adventure/explorative shopping</i> 2. <i>Value shopping</i> 3. <i>Idea shopping</i> 4. <i>Social shopping</i> 5. <i>Relaxation shopping</i> (dalam Lia Octaria Pasaribu: 2015)	Ordinal
<i>Impulse Buying</i> (Y)	Menurut Rook dan Fisher dalam Suhartini (2016) <i>impulse buying</i> adalah keputusan yang emosional atau menurut desakan hati.	Keputusan konsumen untuk membeli produk Chandra Departemen Store yang berdasarkan suatu desakan.	a. <i>Spontanity</i> (spontanitas) b. <i>Power, compulsion, and intensity</i> c. <i>Excitement and simulation</i> d. <i>Disregard for consequences</i> (Rook dan Fisher dalam Suhartini : 2016)	Ordinal

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Pengertian validitas instrument menurut ahli adalah merupakan arti seberapa besar ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Dalam pengujian validitas, instrument diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Instrument dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi \geq dari 95% atau $\alpha = 0,05$. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *korelasi produk moment* dengan kriteria sebagai berikut:

Prosedur pengujian :

1. H_0 : data valid
 H_a : data tidak valid
2. H_0 : apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument valid
 H_a : apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument tidak valid
3. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*).
4. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka dapat di simpulkan instrument tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, maksudnya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok yang sama diperoleh hasil yang relatif sama. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan tehnik *Formula Alpha Cronbach* dan dengan menggunakan program SPSS 21.0.

Tabel 3.2 Interpretasi Nilai R

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2011).

Prosedur pengujian :

1. H_0 : data reliable

H_a : data tidak reliable

2. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument reliable

Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument tidak reliable

3. Pengujian Realibilitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*)

4. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka dapat di simpulkan instrument tersebut dinyatakan reliable atau sebaliknya.

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Linieritas

Uji Linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. Jadi bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang berjudul "Korelasi antara", "Hubungan antara", atau "Pengaruh antara", uji linieritas ini harus kita lalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih dari 0,05.

Prosedur pengujian:

1. Ho: model regresi berbentuk linier
Ha: model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak
Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima
3. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X linier atau tidak linier.

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Uji ini tidak boleh terdapat multikolinieritas diantara variabel penjelas pada model tersebut yang di indikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel penjelas. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*variance inflation factor*).

Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolinieritas, sedangkan unsur $(1 - R^2)$ di sebut *collinierty tolerance*, artinya jika nilai *collinierty tolerance* dibawah 0,1 maka ada gejala multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinieritas
2. Jika nilai tolerance $< 0,1$ maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinieritas
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*).
4. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas $(sig) > 0,1$ maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

3.9 Metode Analisis Data

Sugiyono (2011) menyatakan bahwa: Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variable dan respon, mentabulasi data berdasarkan variable dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.9.1 Regresi Sederhana

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu *hedonic shopping value (X)* dan *impulse buying (Y)* yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi sederhana dengan menggunakan SPSS 21.0.

Persamaan umum regresi sederhana yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b X + et$$

Keterangan :

Y	= <i>Impulse Buying</i>
X	= <i>Hedonic Shopping Value</i>
A	= konstanta
Et	= error term
b ₁ , b ₂	= Koefisien regresi

3.10 Pengujian Hipotesis

Uji t : Pengaruh *hedonic shopping value* (X) terhadap *impulse buying* (Y)

H₀ = *Hedonic shopping value* (X) tidak berpengaruh terhadap *impulse buying* (Y).

H_a = *Hedonic shopping value* (X) berpengaruh terhadap *impulse buying* (Y).

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan t dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H₀ ditolak dan H_a diterima
 - b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H₀ diterima dan H_a ditolak
2. Menentukan nilai titik kritis untuk t Tabel pada db₁=k dan db₂=n-k-1
3. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis.