

### BAB III

## METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut L. R. Gay, penelitian yaitu penggunaan metode ilmiah secara formal dan sistematis untuk menjawab atau menyelesaikan masalah.<sup>1</sup> Menurut Sugiyono secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>2</sup>

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang dilakukan dalam situasi alamiah akan tetapi didahului oleh semacam intervensi (campur tangan) dari pihak peneliti terhadap situasi di lapangan.<sup>3</sup> Lebih jelasnya penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan adanya pengaruh *Hedonic Shopping Motives, Display Product* dan *Personal Selling Terhadap Impulse Buying* (Studi Kasus Pada Konsumen di *reshare Elzatta Kalinyamatan Jepara*).

Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (Skor atau nilai, peringkat atau frekuensi) yang dianalisis menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain dengan syarat utamanya adalah sampel yang diambil harus representatif (dapat mewakili).<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup>Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, Kudus, 2015, hlm., 1.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm., 3.

<sup>3</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar Offset, Yogyakarta, 2001, hlm., 21.

<sup>4</sup>Masrukhin, *Op. Cit*, hlm., 5.

## B. Sumber Data

Mengutip pendapat Mc. Leod, data dari sudut ilmu sistem informasi adalah suatu fakta dan angka yang secara relatif belum dapat dimanfaatkan oleh pemakai. Oleh karena itu, data harus ditransformasikan terlebih dahulu.<sup>5</sup> Menurut Duwi Priyatno data adalah sesuatu yang digunakan atau dibutuhkan dalam penelitian dengan menggunakan parameter tertentu yang telah ditentukan.<sup>6</sup>

Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data diperoleh.<sup>7</sup>

### 1. Data primer (*Primary Data*)

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individual atau kelompok. Hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian-pengujian. Peneliti dengan data primer dapat mengumpulkan data sesuai dengan yang diinginkan. Karena data yang tidak relevan dengan tujuan penelitian dapat dieliminir atau setidaknya dikurangi.<sup>8</sup>

Data primer yang dihasilkan dalam penelitian ini merupakan tanggapan responden terhadap variabel-variabel penelitian yang akan diuji. Data primer dari penelitian ini diperoleh melalui instrument kuesioner yang diberikan langsung kepada responden yaitu konsumen di *reshare* Elzatta Kalinyamatan Jepara.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Amos Neolaka populasi adalah wilayah generalisasi berupa subjek atau objek yang diteliti untuk dipelajari dan diambil

---

<sup>5</sup>Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002, hlm., 83.

<sup>6</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Media Kom, Yogyakarta, 2002, hlm., 7.

<sup>7</sup>Masrukhin, *Op. Cit*, hlm., 80.

<sup>8</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methodes)*, Bandung: Alfabeta, 2013, hlm., 187.

kesimpulan.<sup>9</sup> Menurut kamus riset karangan Komaruddin yang dimaksudkan dengan populasi adalah semua individu yang menjadi sumber pengambilan sampel.<sup>10</sup> Menurut Duwi Priyatno Populasi adalah suatu kelompok atau kumpulan subjek atau objek yang akan dikenai generalisasi hasil penelitian, sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti.<sup>11</sup>

Populasi dalam penelitian ini tak terhingga. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Elzatta Kalinyamatan Jepara. Berdasarkan penelitian pendahuluan diperoleh informasi bahwa rata-rata jumlah konsumen Elzatta Kalinyamatan Jepara setiap harinya sebanyak 125 orang. Dengan batasan umur antara 17-40 tahun karena pada usia tersebut pelanggan dinilai sebagai pembeli produktif (potensial) dan mereka tertarik dengan dunia fashion.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk mewakili dari populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).<sup>12</sup>

Untuk mengambil jumlah sampel, penulis menggunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut:<sup>13</sup>

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

<sup>9</sup>Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2014, hlm., 90.

<sup>10</sup>Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Bumi Aksara, Jakarta, 2009, hlm., 53-55.

<sup>11</sup>Duwi Priyatno, *Op. Cit*, hlm., 8.

<sup>12</sup>*Ibid*, hlm., 81.

<sup>13</sup>Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, ANDI, Yogyakarta, 2006, hlm., 100.

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, yaitu 5%.

Sehingga diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{125}{1 + 125 \times (5\%)^2}$$

$$n = \frac{125}{1 + 125 \times (0,0025)}$$

$$n = \frac{125}{1,31}$$

n = 95,41 Dibulatkan menjadi 95.

Dari jumlah sampel yang telah ditentukan diatas diambil dari jumlah pelanggan Elzatta Kalinyamatan yang melakukan *impulse buying*. *Impulse buying* merupakan proses pembelian konsumen yang cenderung secara spontan dan seketika tanpa direncanakan terlebih dahulu.

Sampel yang dipilih sebagai partisipan merupakan *non-probability sampling* yaitu bentuk *purposive sampling*, *non-probability sampling* berarti setiap unsur dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel atau responden sehingga memilih unit *sampling* didasarkan pada pertimbangan atau penelitian subyektif penulis. Sedangkan *purposive sampling* berarti peneliti kemungkinan mempunyai tujuan atau target tertentu dalam memilih sampel secara tidak acak.

Hal ini didasari pada kondisi riil dilapangan bahwa hanya para konsumen potensial yang bersedia menjadi partisipan dapat dipilih sebagai sampel. Prosedur ini didasarkan atas pertimbangan peneliti bahwa pada usia antara 17 sampai 35 tahun dianggap dewasa dan mampu mengambil keputusan pembelian atau paling tidak berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

#### D. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>14</sup> Sedangkan menurut Duwi Priyatno variabel adalah suatu konsep yang beragam atau bervariasi.<sup>15</sup>

Secara teoritis, variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu. *Intelegensi Quotient (IQ)*, *Emosional Quotient (EQ)* *Emosional Spiritual Quotient (ESQ)*, tinggi, berat badan, sikap, motivasi, kepemimpinan, disiplin kerja, merupakan atribut-atribut dari setiap orang. Berat, ukuran, bentuk, dan warna merupakan atribut-atribut dari objek. Struktur organisasi, model pendelegasian, kepemimpinan, pengawasan, koordinasi, prosedur dan mekanisme kerja, deskripsi pekerjaan, kebijakan, manajemen berbasis sekolah adalah merupakan contoh variabel dalam kegiatan administrasi pendidikan.

Kerlinger menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari. Diberikan contoh misalnya, tingkat aspirasi, penghasilan, pendidikan, status sosial, jenis kelamin, golongan gaji, produktivitas kerja, dan lain-lain. Di bagian lain Kerlinger menyatakan bahwa variabel dapat dikatakan sebagai suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda (*different values*). Dengan demikian variabel itu merupakan suatu yang bervariasi. Selanjutnya Kidder, menyatakan bahwa variabel adalah suatu kualitas (*qualities*) di mana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka dapat dirumuskan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari

---

<sup>14</sup> Sugiyono, *Op.Cit*, hlm., 60.

<sup>15</sup> Duwi Priyatno, *Op.Cit*, hlm., 8.

orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>16</sup>

Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, maka dalam penelitian ini penulis membedakan variabel menjadi 2, yaitu variabel dependen dan variabel independen.

### 1. Variabel Dependen

Variabel Dependen (terikat) adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain.<sup>17</sup> Menurut Sugiyono, variabel dependen dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>18</sup> Sedangkan menurut Duwi Priyatno variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain yang sifatnya tidak dapat berdiri sendiri.<sup>19</sup>

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Impulse Buying* di Elzatta Kalinyamatan Jepara (Y).

### 2. Variabel Independen

Variabel Independen (bebas) adalah variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain.<sup>20</sup> Menurut Sugiyono variabel independen dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>21</sup> Sedangkan menurut Duwi Priyatno variabel independen adalah Variabel yang mempengaruhi variabel lain yang sifatnya berdiri sendiri.<sup>22</sup>

---

<sup>16</sup>Masrukhin, *Op. Cit.*, hlm. 76.

<sup>17</sup>Masrukhin, *Op. Cit.*, hlm. 19.

<sup>18</sup> Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 61.

<sup>19</sup>Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 8.

<sup>20</sup>Masrukhin, *Op. Cit.*, hlm. 19.

<sup>21</sup> Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 61.

<sup>22</sup>Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 8.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Hedonic Shopping Motives* ( $X_1$ ), *Display Product* ( $X_2$ ), dan *Personal Selling* ( $X_3$ ).

### E. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional merupakan penjabaran akan definisi variabel dan indikator pada penelitian. Menurut Masrukhin definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.<sup>23</sup>

Definisi Operasional Variabel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala	Referensi
<i>Hedonic Shopping Motives</i> ( $X_1$ )	Berbelanja karena akan mendapatkan kesenangan dan merasa bahwa berbelanja itu adalah sesuatu hal yang menarik.	1. <i>Adventur shopping</i> 2. <i>Social shopping</i> 3. <i>Gratification shopping</i> 4. <i>Idea shopping</i> 5. <i>Role shopping</i> 6. <i>Value shopping</i>	a. Petualangan. b. Sosial c. Suasana hati d. Mengikuti <i>trend</i> . e. Berbelanja untuk orang lain. f. Mencari diskon.	Likert	Christina Whidya Utami, <i>Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia</i> , Tahun :2010:49.
<i>Display</i>	Usaha yang	a. <i>Window</i>	1. Penataan bersih	Likert	Sopiah dan

<sup>23</sup>Masrukhin, *Op. Cit.*, hlm. 78.

<i>Product</i> (X <sub>2</sub> )	dilakukan untuk menata barang yang mengarahkan pembeli agar tertarik untuk melihat dan memutuskan untuk membelinya.	<i>display</i> b. <i>Interior display</i> c. <i>Exterior display</i>	dan rapi 2. Barang yang dipajang mudah dilihat, mudah dicari dan mudah dijangkau. 3. memberi kesan yang berbeda pada pengunjung toko.		Syahibudin, <i>Manajemen Bisnis Ritel</i> , Tahun: 2008:238.
<i>Personal Selling</i> (X <sub>3</sub> )	interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.	a. <i>Communication ability</i> . b. <i>Product knowledge</i> c. <i>Creativity</i> d. <i>Empati</i> .	1. Pramuniaga mampu menangani keluhan pelanggan. 2. Pramuniaga mampu menyampaikan informasi dengan jelas. 3. Penampilan pramuniaga. 4. Tingkat pengetahuan pramuniaga. 5. Pengaruh pramuniaga.	Likert	Basu Swastha, <i>Azas-Azas Marketing</i> , Edisi 3, Yogyakarta: Tahun .2002:220.
<i>Impulse Buying</i>	<i>Impulse buying</i> atau <i>unplanned buying</i>	a. <i>Cognitive</i> b. <i>Affective</i>	1. Tidak mempertimbang	Likert	Nenden Indah Herawati,

(Y)	<p>adalah suatu tindakan pembelian yang dibuat tanpa direncanakan terlebih sebelumnya atau keputusan pembelian dilakukan pada saat berada di dalam toko.</p>		<p>kan kegunaan suatu produk ketika melakukan pembelian</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Membeli sesuatu yang tidak direncanakan terlebih dahulu.</li> <li>3. Membeli secara spontan karena tertarik terhadap harga produk.</li> <li>4. Melakukan pembelian ketika melihat produk dan memiliki perasaan senang terhadap produk.</li> <li>5. Bersemangat untuk memilikinya harus membeli untuk memuaskan diri.</li> </ol>	<p><i>Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying,</i> Fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas Islam Bandung, Vol.3 No.2, 2017:1137.</p>
-----	--	--	---	--

## F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang akan dianalisis atau diolah untuk menghasilkan suatu kesimpulan.<sup>24</sup>

### 1. Kuesioner (angket)

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti.<sup>25</sup> Daftar pertanyaan disebut bersifat terbuka jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya, dan bersifat tertutup jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan.<sup>26</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner tertutup, yaitu dalam kuesioner ini jawaban sudah disediakan oleh peneliti sehingga responden tinggal memilih.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode survey dengan menggunakan skala *likert (likert scale)*, yaitu untuk mengukur tanggapan atau respons seseorang tentang obyek sosial. Dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberi skor sebagai berikut.<sup>27</sup>

---

<sup>24</sup>Ali Mahmudi, *Log. Cit.*, hlm. 41.

<sup>25</sup>Mardalis, *Op. Cit.*, hlm. 67.

<sup>26</sup>Husein Umar, *Op. Cit.*, hlm. 92.

<sup>27</sup>*Ibid.*, hlm. 83.

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

KATEGORI	BOBOT
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

## 2. Observasi

Observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian.<sup>28</sup> Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai situasi umum Elzatta Kalinyamatan Jepara yang meliputi sejarah berdirinya, gambaran umum, dan letak atau lokasi Elzatta Kalinyamatan Jepara.

## 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dapat diperoleh melalui buku harian, surat pribadi, laporan, notulen rapat, dan dokumen-dokumen lain.<sup>29</sup> Metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh informasi dan data tentang kondisi atau gambaran umum terkait *display product, personal selling* terhadap keputusan pembelian serta data-data lain yang mendukung dalam penelitian ini.

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering di gunakan

<sup>28</sup> Moh.Prabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, Bumi Aksara, Jakarta, 2006, hlm.59.

<sup>29</sup> Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Bidang Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002, hlm., 71.

untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin di ukur.<sup>30</sup>

Uji validitas ini untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Uji validitas ini diukur dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total score konstruk atau variabel, dengan hipotesa : (a)  $H_a$  = Skor butir pertanyaan tidak berkorelasi positif dengan total score konstruk, (b)  $H_0$  = Skor butir pertanyaan berkorelasi positif dengan total score konstruk.

Uji signifikan dilakukan dengan cara membandingkan nilai hitung korelasi dengan nilai hitung r tabel pada *degree of freedom* (df) = n-k, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah konstruk. Jika r hitung (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*). Lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.<sup>31</sup> Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan program program SPSS yang hasilnya dapat di sederhanakan sebagai berikut :

- a. *Hedonic Shopping Motives* ( X1 )

**Tabel 3.3**

**Hasil Uji Validitas Variabel X<sub>1</sub>**

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,693	0,361	Valid
2	0,678	0,361	Valid
3	0,731	0,361	Valid
4	0,549	0,361	Valid
5	0,775	0,361	Valid
6	0,763	0,361	Valid

<sup>30</sup> Duwi Priyatno, *Log. Cit.*, hlm. 90.

<sup>31</sup> Masrukin, *Op. Cit.*, hlm. 100.

*Sumber : Data Primer yang Diolah dengan SPSS, 2018*

Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 30 dengan alpha 0,05 di dapat  $r_{tabel}$  0,361. Jika  $r_{hitung}$  (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corected Item-Total Correlation*) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel *Hedonic Shopping Motives* yang terdiri dari dari 6 pertanyaan yang semuanya mempunyai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga semua itemnya dikatakan valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

b. Variabel *Display Product* ( X2 )

**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X<sub>2</sub>**

<b>Pertanyaan</b>	<b><math>r_{hitung}</math></b>	<b><math>r_{tabel}</math></b>	<b>Keterangan</b>
1	0,716	0,361	Valid
2	0,819	0,361	Valid
3	0,852	0,361	Valid

*Sumber : Data Primer yang Diolah dengan SPSS, 2018*

Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 30 dengan alpha 0,05 di dapat  $r_{tabel}$  0,361. Jika  $r_{hitung}$  (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corected Item-Total Correlation*) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel *Display Product* yang terdiri dari dari 3 pertanyaan semuanya mempunyai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga semua itemnya dikatakan valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

c. Variabel *Personal Selling* ( X3 )

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X<sub>2</sub>**

Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0,889	0,361	Valid
2	0,643	0,361	Valid
3	0,889	0,361	Valid
4	0,765	0,361	Valid
5	0,573	0,361	Valid
6	0,585	0,361	Valid

Sumber : Data Primer yang Diolah dengan SPSS, 2018

Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 30 dengan alpha 0,05 di dapat r<sub>tabel</sub> 0,361. Jika r<sub>hitung</sub> (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corected Item-Total Correlation*) lebih besar dari r<sub>tabel</sub> dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel *Personal Selling* yang terdiri dari dari 6 pertanyaan yang semuanya mempunyai r<sub>hitung</sub> > r<sub>tabel</sub> sehingga semua itemnya dikatakan valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

d. Variabel *Impulse Buying* ( Y )

**Tabel 3.6**

**Hasil Uji Validitas Variabel Y**

Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0,876	0,361	Valid
2	0,854	0,361	Valid
3	0,688	0,361	Valid
4	0,876	0,361	Valid
5	0,675	0,361	Valid

*Sumber : Data Primer yang Diolah dengan SPSS, 2018*

Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 30 dengan alpha 0,05 di dapat  $r_{tabel}$  0,361. Jika  $r_{hitung}$  (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corected Item-Total Correlation*) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel *Impulse Buying* yang terdiri dari dari 5 pertanyaan mempunyai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga semua itemnya dikatakan valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Dalam Uji Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrument itu di katakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  dan sebaliknya, jika *Cronbach Alpha* ditemukan angka koefisien lebih kecil dari  $< 0,60$  maka dikatakan tidak reliabel.<sup>32</sup> Berikut hasil pengujian reliabilitas.

**Tabel 3.7**

### Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefficiens	r - Alpha	$r_{tabel}$	Keterangan
<i>Hedonic shopping motives (X1)</i>	6 Item	0,881	0,60	Reliabel
<i>Display Product (X2)</i>	3 Item	0,895	0,60	Reliabel

<sup>32</sup> *Ibid.*, hlm. 97-98.

<i>Personal Selling</i> (X3)	6 Item	0,894	0,60	Reliabel
<i>Impulse Buying</i> (Y)	5 Item	0,919	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer yang Diolah dengan SPSS, 2018

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variable memiliki *Alpha Cronbach* > 0,60, dengan demikian semua variable (X1, X2 dan Y) dapat dikatakan reliabel.

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Data Multikolinieritas

Uji data multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.<sup>33</sup>

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* kurang dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF lebih dari 10.<sup>34</sup>

### 2. Uji Data Autokorelasi

Uji data autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.

<sup>33</sup> *Ibid.*, hlm. 102.

<sup>34</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Undip, Semarang, 2009, hlm. 95-96.

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.<sup>35</sup>

Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini untuk memeriksa adanya autokorelasi menggunakan Uji Durbin-Watson (DW Test). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas. Kriteria yang digunakan adalah:

- a. Jika nilai DW terletak antara batas atas atau *upper bound* ( $d_u$ ) dan  $(4-d_u)$ , maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- b. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah atau *lower bound* ( $d_l$ ), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
- c. Bilai nilai DW lebih besar daripada  $(4-d_l)$ , maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti tidak ada autokorelasi negatif.
- d. Bila nilai DW terletak diantara atas ( $d_u$ ) dan batas bawah ( $d_l$ ) atau DW terletak antara  $(4-d_u)$  dan  $(4-d_l)$ , maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.<sup>36</sup>

**Tabel 3.8**

**Kaidah Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi**

Hipotesis Nol	Keputusan	Syarat
Tidak ada autorekolasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autorekolasi positi	Tidak ada keputusan	$d_l < d < d_u$
Tidak ada autorekolasi negatif	Tolak	$4 - d_l < d < 4$

<sup>35</sup>*Ibid.*, hlm. 99.

<sup>36</sup> Masrukin, *Op. Cit.*, hlm. 104.

Tidak ada autorekolasi negatif	Tidak ada keputusan	$4-du < d < 4-dl$
Tidak ada autorekolasi positif/negatif	Terima	$Du < d < 4-du$

Sehingga sebuah penelitian yang baik dikatakan lulus uji autokorelasi jika tidak ada autokorelasi positif atau negatif pada penelitian tersebut. Dengan kaidah pengambilan keputusan jika nilai output SPSS pada kolom Durbin Watson diantara *degree of upper* (du) dan dibawah  $4 - du$  dengan ketentuan pengambilan nilai tabel Durbin Watson untuk baris  $n =$  jumlah sampel dan  $k =$  jumlah variabel bebas.

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan.<sup>37</sup>

### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung

<sup>37</sup> *Ibid.*, hlm. 106

situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).<sup>38</sup>

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas bisa dengan melihat Grafik Plot antara lain nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Dengan dasar analisisnya

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.<sup>39</sup>

## I. Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen.<sup>40</sup> Di dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara *hedonic shopping motives*, *display product* dan *personal selling* terhadap *impulse buying* di Elzatta Kalinyamatan Jepara.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda untuk menganalisis data, yaitu sebagai berikut :<sup>41</sup>

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

Keterangan :

Y : *impulse buying* (variabel dependent)

a : konstanta

<sup>38</sup> Imam Ghazali, *Op. Cit.*, hlm. 125.

<sup>39</sup> *Ibid.*, hlm. 126.

<sup>40</sup> Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 61.

<sup>41</sup> *Ibid.*, hlm. 61.

$b_1$  : koefisien *hedonic shopping motives*

$b_2$  : koefisien *display product*

$b_3$  : koefisien *personal selling*

$X_1$  : *hedonic shopping motives* (variabel independent pertama)

$X_2$  : *display product* (variabel independent kedua)

$X_3$  : *personal selling* (variable independent ketiga)

$e$  : standar eror

## 2. Uji t ( Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{\text{hitung}}$  dengan  $t_{\text{tabel}}$  dengan ketentuan sebagai berikut :<sup>42</sup>

Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika  $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## 3. Uji Signifikan Simultan ( Uji F )

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{\text{hitung}}$  dengan  $F_{\text{tabel}}$  dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika  $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## 4. Menghitung Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis Determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) secara serentak terhadap variabel dependen (Y).<sup>43</sup> Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam

<sup>42</sup> Mudrajat Kuncoro, *Metode Kuantitatif*, Unit Penerbit, Yogyakarta, 2001, hlm. 97.

<sup>43</sup> Duwi Priyatno, *Log. Cit.*, hlm. 66.

menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik.<sup>44</sup>

*Adjusted R Square* adalah nilai *R Square* yang telah disesuaikan. Menurut Santoso dalam bukunya Duwi Priyatno, bahwa untuk regresi dengan dua lebih variabel independen digunakan *Adjusted R<sup>2</sup>* sebagai koefisien determinasi. Sedangkan *Standard Error of the Estimate* adalah suatu ukuran banyaknya kesalahan model regresi dalam memprediksikan nilai Y.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Mudrajad Kuncoro, *Log. Cit.*, hlm. 100.

<sup>45</sup> Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 66-67.