

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* atau merupakan penelitian lapangan. Jenis penelitian ini dipilih karena dilakukan secara langsung agar bisa mengumpulkan dan mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian. Kuesioner merupakan alat yang merupakan instrument yang akan digunakan dalam proses pengumpulan data pada jenis penelitian ini. Kuesioner diberikan kepada sejumlah masyarakat yang menjadi sampel atau responden dengan berisi pertanyaan maupun pernyataan yang harus dijawab dan relevan dengan obyek yang diteliti.¹

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian yang dilakukan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Dengan metode penelitian kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrument penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis atau jawaban sementara yang berlandaskan teoritis yang telah ditetapkan. Dengan metode kuantitatif maka data yang diperoleh dari lapangan akan diolah menjadi angka-angka yang dimana angka tersebut diolah menggunakan metode statistik agar menghasilkan suatu hasil olahan data yang diinginkan dan dapat menjadi kesimpulan atau jawaban empiris dalam penelitian yang telah dilakukan.²

¹ Toto Syatori dan Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 55.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: CV ALFABETA, 2018), 35–36.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi masih bersifat general atau umum dimana obyek dan subyek yang menjadi populasi adalah wilayah generalisasi yang memiliki ciri-ciri tertentu yang ditetapkan dan dapat dipelajari sehingga kemudian dapat ditarik kesimpulannya.³ Menurut Margono populasi ada yang terhingga dan tak terhingga. Populasi terhingga adalah populasi yang memiliki batas yang jelas. Sedangkan populasi tak terhingga adalah populasi yang tidak dapat di temukan batas-batasnya.⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Galeri Elzatta Hijab Kudus.

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ada. Menurut Roscoe ukuran sampel dalam sebuah penelitian yang layak adalah antara 30 sampai 500 orang dan apabila dalam penelitian akan menggunakan analisis korelasi berganda maka jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Dengan begitu, karena jumlah variabel dalam penelitian ini adalah 4, maka jumlah minimum sampel adalah 40 orang.⁵ Untuk menentukan teknik dalam pengambilan sampel, dalam penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang merupakan penentuan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan-pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria yang akan digunakan adalah konsumen perempuan yang pernah

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: CV ALFABETA, 2009), 80.

⁴ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 11.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 81.

melakukan pembelian di Galeri Elzatta Hijab Kudus dalam kurun waktu satu tahun terakhir.⁶

Penentuan besarnya ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus interval penaksiran sebagai berikut:⁷

$$n = \left[\frac{(Z\alpha/2)\sigma}{e} \right]^2$$

Keterangan:

n : Ukuran atau jumlah sampel yang akan digunakan

Z : Ukuran tingkat kepercayaan dengan $\alpha = 0,05$, maka $Z = 1,96$

σ : Standar deviasi = 0,25

e : Kesalahan yang ditoleransi atau standar eror dalam penelitian (5%)

Maka dari perhitungan rumus diperoleh hasil:

$$n = \left[\frac{(1,96) 0,25}{0,05} \right]^2$$

$$n = \left[\frac{(3,8416) 0,0625}{0,0025} \right]$$

$$n = \left[\frac{0,2401}{0,0025} \right]$$

$$n = 96,04$$

Sehingga dengan melihat hasil perhitungan rumus tersebut maka n atau sampel yang dapat digunakan adalah tidak kurang dari $96,04 = 96$ orang. Dengan begitu, untuk mempermudah maka dalam penelitian ini jumlah sampel yang akan diambil sebesar 100 perempuan dari konsumen Galeri Elzatta Hijab Kudus yang pernah melakukan pembelian dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

⁶ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cet. Ketiga (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 152.

⁷ Darmawan, 156.

C. Identifikasi Variabel

Secara umum variabel dapat dipahami sebagai sesuatu yang dapat berubah atau dapat memiliki lebih dari satu nilai. Variabel merupakan sifat atau karakteristik yang mengandung nilai-nilai yang berbeda. variabel dapat berarti sebagai pengelompokan sifat atau ciri (atribut) secara logis, dimana sifat atau ciri merupakan karakteristik atau kualitas yang menggambarkan suatu obyek. Terdapat berbagai macam variabel yang memiliki pengaruh berbeda dalam sebuah penelitian. Macam-macam variabel dalam penelitian tersebut antara lain:⁸

1. Variabel Independen Penelitian

Variabel ini biasa disebut dengan variabel bebas atau variabel penyebab, antededan, dan prediktor. Variabel bebas merupakan variabel aktif yang dapat memberikan pengaruh terhadap variabel lainnya yaitu variabel terikat atau dengan kata lain bahwa variabel ini menjadi penyebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁹ Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu Nilai Belanja Hedonis (X_1), Potongan Harga (X_2), *Islamic Branding* (X_3).

2. Variabel Dependen Penelitian

Variabel dependen merupakan variabel akibat atau variabel terikat karena variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau variabel independen. Dalam artian bahwa variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi akibat adanya variabel bebas.¹⁰ dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel terikat yaitu variabel Pembelian Impulsif (Y).

⁸ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 46.

⁹ Duli, 46.

¹⁰ Duli, 46.

D. Variabel Operasional

Berikut ini akan disajikan tabel yang berisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini, mulai dari definisi, dimensi, indikator pengukuran dan skala yang dipakai.

Tabel 3.1
Variabel Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Nilai Belanja Hedonis (X ₁)	Hirschman dan Holbrook dalam Barry J. Babin menyatakan bahwa nilai belanja hedonis merupakan nilai yang lebih menghasilkan sebuah kesenangan daripada pemenuhan pekerjaan atau tugas dimana hal tersebut lebih ditekankan dalam nilai utilitarian	Kesenangan dan kegembiraan	Berbelanja merupakan kegiatan yang menyenangkan	Likert 1-5
			Waktu berbelanja adalah momen menyenangkan	
			Berbelanja untuk kepentingan diri sendiri	
			Berbelanja karena sebuah keinginan bukan keharusan	
			Aktivitas belanja bukanlah waktu yang menyenangkan	

dengan begitu nilai hedonis bersifat lebih subjektif dan personal daripada nilai utilitarian. ¹¹	Daya tarik dan spontanitas	an	
		Senang melihat produk baru yang menarik	
		Senang dapat bertindak berdasarkan momen mendadak	
	Pelarian	Menikmati keseruan berburu produk selama berbelanja	
		Kegiatan belanja terasa seperti sebuah pelarian	
		Berbelanja dapat melupakan masalah	
Merasakan sebuah petualangan			

¹¹ Babin, William R. Darden, dan Mitch Griffin, "Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value," 646.

Potongan Harga (X ₂)	Philip Kotler mendefinisikan potongan harga (<i>price discount</i>) adalah salah satu bentuk promosi penjualan yang dilakukan perusahaan dalam jangka waktu tertentu dengan bentuk program pengurangan harga dari harga asli suatu barang yang memiliki tujuan utama untuk meningkatkan penjualan	Besarnya potongan harga	Nominal potongan harga	Likert 1-5
			Persentase potongan harga	
			Variasi potongan harga	
		Masa potongan harga	Potongan harga yang diberikan secara berulang	
			Pemberian potongan harga pada hari besar	
			Jangka waktu dalam menggunakan potongan harga	
		Jenis produk yang mendapat potongan harga	Produk hijab	
			Produk busana muslim	

	produk dari suatu perusahaan. ¹²		Produk mukena	
			Produk aksesoris (kaos kaki, bandana, masker).	
<i>Islamic Branding</i> (X ₃)	Baker menjelaskan bahwa merek sebagai wujud "Islami" ketika merek tersebut sesuai dengan Syariah artinya segala sesuatu berdasarkan agama yaitu patuh dan taat kepada syariah Islam, berasal dari negara Islam, atau	Merek Islami menurut kepatuhan	Merek mencerminkan produk Islami karena sesuai dengan syariah Islam.	Likert 1-5
		Merek Islami berdasarkan asalnya	Merek berasal dari negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim	
		Merek Islami oleh Pelanggan	Merek dari suatu produk dapat memenuhi dan menjangkau kebutuhan konsumen muslim.	

¹² Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 303.

	sasarannya adalah konsumen muslim. ¹³			
Pembelian Impulsif (Y)	Rook dalam James F. Engel menjelaskan pembelian impulsif merupakan bentuk pembelian yang terjadi pada saat konsumen mengalami desakan secara tiba-tiba atau spontan yang biasanya dirasakan dengan kuat dan gigit mendorong mereka	Spontanitas	Membeli produk secara spontan atau tiba-tiba	Likert 1-5
			“lakukan saja” mendeskripsikan bagaimana cara pembelian	
			Membeli tanpa berpikir panjang	
		Mencanakan secara cermat sebagian besar dari pembelian		
		Kekuatan, tekanan, dan intensitas	Keinginan kuat membeli produk yang dilihat menarik	

¹³ Alserhan, *The Principles of Islamic Marketing*, 162.

dengan sesegera untuk membeli sesuatu (barang maupun makanan). Dorongan untuk membeli produk sangat kompleks secara hedonis. Pembelian impulsif cenderung terjadi dengan kurangnya perhatian atas akibat yang akan timbul. ¹⁴		Membeli tanpa melakukan pertimbangan
	Kegairahan dan Dorongan	Terkadang ingin membeli produk secara mendadak Dorongan membeli produk sesuai perasaan pada waktu itu
	Ketidakpedulian akibat	Terkadang merasa ceroboh tentang apa yang dibeli.

Sumber: Hirschman dan Holbrook, Philip Kotler, Baker Ahmad Alserhan, Dennis W. Rook dan Robert J. Fisher

E. Teknik Pengumpulan Data

Keberadaan data mutlak diperlukan dalam sebuah penelitian. Baik atau buruknya kualitas data yang dihasilkan dalam penelitian bergantung pada bagaimana cara dan teknik dalam pengumpulan data. Kualitas

¹⁴ Engel, R.D. Blackwell, dan P.W. Miniard, *Perilaku Konsumen*, 1995, 202.

pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk menggali dan mengumpulkan data yang digunakan dalam proses penelitian.

1. Metode Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner adalah salah satu cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden. Kuisisioner dirancang berupa kumpulan pertanyaan atau pernyataan terbuka maupun tertutup yang diberikan kepada responden secara langsung maupun melalui media lain seperti internet dan pos.¹⁵ Dalam penelitian yang akan dilakukan, kuisisioner yang digunakan berupa pertanyaan tertutup dengan harapan responden akan memilih satu alternatif jawaban yang ada. Pada setiap alternatif jawaban yang tersedia akan sesuai dengan skala pengukuran yang biasanya dikenal dengan skala likert dimana bobot penilaian dari masing-masing alternatif jawaban sebagai berikut:¹⁶

Tabel 3.2
Skala Pembobotan Jawaban Instrumen Penelitian

Jawaban	Nilai Skala
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu-ragu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono, 2021

2. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data kedua yang merupakan sebuah proses pengamatan menggunakan pancaindra.¹⁷ Tujuan dari observasi

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 142.

¹⁶ Sugiyono, 143.

¹⁷ Nanang Martono, *Metode penelitian kuantitatif: Analisis Isi dan Data Sekunder*, Revisi 2 (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 86.

adalah supaya mendapatkan gambaran yang berkaitan dengan fenomena atau kasus yang terjadi disekitar.¹⁸ Penelitian ini menggunakan metode observasi yang terstruktur dimana dalam melakukan observasi telah dirancang secara sistematis mengenai bagaimana, apa yang akan diamati, kapan observasi dilakukan, dimana tempatnya serta pengamatan yang akan dilakukan berpedoman pada instrumen penelitian atau angket tertutup yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya.¹⁹

3. Dokumentasi

Metode terakhir yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dokumentasi. Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data dan informasi yang berbentuk buku, arsip, dokumen seperti foto-foto, hasil karya seseorang, tulisan angka mapun berbentuk gambar laporan serta keterangan yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dokumen-dokumen tersebut dalam proses penelitian dapat dijadikan sebagai sumber data pokok ataupun hanya sebagai data penunjang eksplorasi masalah dalam penelitian.²⁰

F. Teknik Analisis Data

1) Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan tujuan agar mengetahui suatu pertanyaan atau pernyataan pada kuisioner valid atau tidak. Dengan melakukan pengujian validitas menjadi alat yang dapat membantu peneliti untuk mengetahui bahwa instrument yang akan mereka gunakan relevan atau

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 145.

¹⁹ Sugiyono, 146.

²⁰ Martono, *Metode penelitian kuantitatif: Analisis Isi dan Data Sekunder*, 87.

tidak.²¹ Dalam melakukan pengujian ini dapat menggunakan program SPSS yaitu dengan cara menghubungkan nilai hasil item pertanyaan dengan nilai hasil total untuk masing-masing item atau biasa dikenal dengan teknik *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Apabila hasil menunjukkan korelasi yang signifikan dengan ciri nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka memberikan fakta bahwa item dalam instrumen mampu memberikan gambaran apa yang diteliti.²² Di bawah ini merupakan rumus dari validitas instrumen:²³

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Korelasi nilai hasil item dengan nilai hasil total

n = Jumlah sampel penelitian

$\sum x$ = Jumlah skor item

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara skor item dengan skor item total

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat dari skor item

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat dari skor item total

Uji validitas instrumen penelitian dapat dilakukan terlebih dahulu kepada non responden guna melihat valid atau tidaknya butir pertanyaan dalam kuesioner sebelum disebar kepada sampel atau responden sesungguhnya. Dalam penelitian ini, non responden adalah keseluruhan populasi yang merupakan konsumen Galeri Elzatta Hijab Kudus

²¹ Husein Umar, *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), 54.

²² Noor Wahyuni, "Uji Validitas Dan Reliabilitas," 1 November, 2014, <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/#:~:text=Uji%20validitas%20adalah%20uji%20yang,atau%20valid%20tidaknya%20suatu%20kuesioner.&text=Sisi%20lain%20dari%20pengertian%20validitas%20adalah%20aspek%20kecermatan%20pengukuran.>

²³ Umar, *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*, 54.

tanpa pertimbangan kriteria-kriteria tertentu. Penentuan r_{tabel} dicari dengan $(df) = 35-2$ dengan nilai α 0,05, maka diperoleh nilai $r_{\text{tabel}} = 0,334$. Di bawah ini merupakan hasil dari perhitungan uji validitas non responden.

1) Variabel Nilai Belanja Hedonis (X1)

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Non Responden Nilai Belanja Hedonis

Item Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,424	0,334	Valid
X1.2	0,452	0,334	Valid
X1.3	0,736	0,334	Valid
X1.4	0,455	0,334	Valid
X1.5	0,382	0,334	Valid
X1.6	0,602	0,334	Valid
X1.7	0,413	0,334	Valid
X1.8	0,756	0,334	Valid
X1.9	0,423	0,334	Valid
X1.10	0,443	0,334	Valid
X1.11	0,356	0,334	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa keseluruhan item pernyataan variabel nilai belanja hedonis dikatakan valid dengan dibuktikan hasil nilai r_{hitung} dari seluruh item menunjukkan lebih besar dari nilai r_{tabel} .

2) Variabel Potongan Harga (X2)

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Non Responden Potongan Harga

Item Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,454	0,334	Valid
X2.2	0,671	0,334	Valid

Item Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
X2.3	0,507	0,334	Valid
X2.4	0,616	0,334	Valid
X2.5	0,504	0,334	Valid
X2.6	0,610	0,334	Valid
X2.7	0,536	0,334	Valid
X2.8	0,524	0,334	Valid
X2.9	0,437	0,334	Valid
X2.10	0,469	0,334	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas memberikan kesimpulan bahwa keseluruhan item pernyataan variabel potongan harga dalam penelitian ini dikatakan valid dibuktikan dengan hasil dari r_{hitung} keseluruhan item memiliki hasil yang lebih besar daripada nilai dari r_{tabel} yaitu sebesar 0,334.

3) Variabel *Islamic Branding* (X3)

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Non Responden *Islamic Branding*

Item Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,848	0,334	Valid
X3.2	0,789	0,334	Valid
X3.3	0,825	0,334	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 3.5 di atas menunjukkan hasil dari keseluruhan item pernyataan variabel *Islamic branding* dalam penelitian ini dapat dikatakan valid dengan hasil yang membuktikan bahwa nilai r_{hitung} keseluruhan item pernyataan menunjukkan hasil yang lebih besar dari nilai r_{tabel} yang telah ditetapkan sebesar 0,334.

4) Variabel Pembelian Impulsif (Y)

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Non Responden Pembelian Impulsif

Item Pernyataan	Nilai r _{hitung}	Nilai r _{tabel}	Keterangan
Y1	0,574	0,334	Valid
Y2	0,776	0,334	Valid
Y3	0,734	0,334	Valid
Y4	0,440	0,334	Valid
Y5	0,365	0,334	Valid
Y6	0,564	0,334	Valid
Y7	0,556	0,334	Valid
Y8	0,577	0,334	Valid
Y9	0,363	0,334	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan pengujian yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa semua item pernyataan variabel pembelian impulsif menunjukkan hasil yang valid dengan dibuktikan dengan nilai r_{hitung} keseluruhan item menunjukkan angka yang lebih besar dari r_{tabel}.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian reliabilitas pada instrumen penelitian dipandang sebagai tujuan untuk mengukur ketetapan dari kuesioner yang dipakai dalam sebuah penelitian. Untuk menentukan tingkatan reliabilitas dapat dilakukan melalui tes konsistensi internal dengan memakai *Alpha's Cronbach* (α) > 0,60.²⁴ Rumus uji reliabilitas adalah sebagai berikut:²⁵

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right)$$

²⁴ Dyah Budiastuti dan Agustinus Bandur, *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Dengan Analisis dengan NVIVO, SPSS dan AMOS* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018), 210.

²⁵ Husein Umar, *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*, 58.

Keterangan:

r : Reliabilitas instrument

σ^2 : Varians total

k : Banyak butiran pertanyaan atau bank soal

$\Sigma\sigma^2$: Jumlah varian butiran

Pengukuran konsistensi instrument penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tes konsistensi internal yang sebelumnya dilakukan terlebih dahulu pada non responden, dimana hasilnya yaitu:

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas Non Responden

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Nilai Belanja Hedonis	11 butir	0,703	0,60	Reliabel
Potongan Harga	10 butir	0,710	0,60	Reliabel
Islamic Branding	3 butir	0,741	0,60	Reliabel
Pembelian Impulsif	9 butir	0,702	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Pada tabel 3.7 di atas menunjukkan hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan kepada non responden dimana hasil memberikan fakta bahwa semua item pertanyaan mengenai nilai belanja hedonis (X_1), potongan harga (X_2), *Islamic branding* (X_3), dan pembelian impulsif (Y) dapat dikatakan reliabel. Hal tersebut terbukti dari hasil *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai hasil yang lebih besar dari standar penilaian reliabilitas sebesar 0,60.

2) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dalam sebuah model regresi dimaksudkan agar memberikan gambaran kepada para peneliti mengenai apakah data atau nilai residu bersinergi atau tersebar secara normal ataukah tidak. Apabila data ternyata berdistribusi normal, dengan begitu dapat dianggap bahwa data tersebut bisa menjadi gambaran keseluruhan populasi.²⁶ Uji kenormalan dapat dilakukan dengan melakukan uji Kolmogorof-Sminorv dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Jikalau hasil menunjukkan nilai lebih dari 0,05 artinya data tersebut normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat grafik Normal P-P Plot of regression standardized residual, dimana dalam suatu grafik yang menunjukkan hasil titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal dikatakan bahwa nilai residu dalam model regresi sudah normal.²⁷

b. Uji Multikolonieritas

Uji asumsi klasik yang harus dilakukan selanjutnya adalah pengujian multikolonieritas yang merupakan uji yang dilakukan supaya mengetahui ada atau tidaknya sinergi yang kuat di antara variabel independen dalam sebuah penelitian, dimana sinergi tersebut seharusnya tidak terjadi dalam sebuah penelitian. Apabila ternyata ditemukan hubungan kuat, maka harus di atasi dengan mengevaluasi data atau menghilangkan salah satu variabel bebas karena data yang ada ternyata mirip. Cara yang dapat dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya gangguan ini dapat dilakukan dengan melihat hasil nilai *Tolerance* dan nilai *VIF*

²⁶ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, Ed. 1 (Yogyakarta: ANDI, 2014), 69.

²⁷ Husein Umar, *Desain Penelitian Akuntansi Keberlakuan*, 79–81.

(*Variance Inflation Factor*).²⁸ Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas adalah:²⁹

- 1) Apabila nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1 artinya tidak ada gangguan multikolinieritas antar variabel bebas
- 2) Apabila nilai VIF > 10 dan nilai *Tolerance* < 0,1 artinya telah terjadi gangguan multikolinieritas antar variabel bebasnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Ada atau tidaknya kesamaan sebuah varian dari seluruh pengamatan setiap variabel bebas dalam suatu model regresi dapat diketahui dengan melakukan pengujian heteroskedastisitas. Terjadi ketidaksamaan varians disebut sebagai heteroskedastisitas, sedangkan jika varians dari residual sama disebut homoskedastisitas. Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melakukan uji glejser atau dengan gambar Scatterplots.³⁰ Uji glejser dipilih dalam penelitian ini sebagai pengambilan keputusan adalah:³¹

- 1) Apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- 2) Apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

d. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dilakukan supaya mengetahui dalam suatu regresi linier antara kesalahan dalam pengganggu periode t dengan kesalahan periode t-1 atau sebelumnya telah terjadi sinergi atau hubungan yang kuat. Autokorelasi hadir

²⁸ Husein Umar, 82-84.

²⁹ Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, 103.

³⁰ Husein Umar, *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*, 84.

³¹ Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, 115.

ketika terjadi penelitian yang muncul berurutan sepanjang waktu dan berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik harus bebas dari gangguan autokorelasi.³² Terdapat teknik yang dapat menguji gejala autokorelasi yaitu dengan uji durbin watson, uji *run test*, uji lagrange multiplier. Dasar pengambilan keputusan dalam uji autokorelasi dengan menggunakan teknik durbin watson diantaranya:³³

- 1) $DU < DW < 4-DU$ maka tidak terjadi gejala autokorelasi
- 2) $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka terjadi autokorelasi
- 3) $DL < DW < DL$ atau $4-DU < DW < 4-DL$ maka tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

3) Uji Hipotesis

a. Statistik Deskriptif

Statistik yang akan dipakai sebagai teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif terdiri dari dua bentuk yaitu, statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif dipilih dalam penelitian ini sebagai teknik analisis data dalam penelitian. Statistik deskriptif adalah teknik yang dipakai dalam memberi penjelasan dan mendeskripsikan gambaran hasil penelitian yang diteliti berdasarkan data dari variabel yang telah diperoleh. Penyajian data dalam statistik deskriptif dapat berupa grafik, diagram lingkaran, tabel, perhitungan tendensi sentral seperti mean, median, modus, perhitungan presentase.³⁴

³² Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 183.

³³ Masrukhin, 184.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 147.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Proses analisis data dengan melihat hubungan atau pengaruh dari dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dengan cara melakukan analisis regresi linier berganda. Maka, dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda berguna agar mengetahui besarnya pengaruh dari variabel nilai belanja hedonis (X_1), potongan harga (X_2), *Islamic branding* (X_3) terhadap pembelian impulsif (Y). Adapun dalam penelitian ini rumus persamaan dari analisis regresi berganda menggunakan tiga variabel bebas antara lain:³⁵

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

Keterangan:

Y : Variabel Pembelian Impulsif

a : Konstanta

$b_1b_2b_3$: Koefisien regresi, nilai peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan oleh variabel independen

X_1 : Nilai belanja hedonis

X_2 : Potongan harga

X_3 : *Islamic branding*

e : Standar eror.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan analisis yang dilakukan untuk menggambarkan persentase sumbangan pengaruh dari variabel terkait atau variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0-1. Dalam model regresi yang menggunakan lebih dari dua variabel independen, maka menggunakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan atau *Adjusted R²* untuk menunjukkan sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.³⁶ Nilai koefisien determinasi (R^2) akan mengalami

³⁵ Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, 148 & 160.

³⁶ Priyatno, 142.

peningkatan setiap ada penambahan satu variabel independen, namun berbeda dengan nilai dari *Adjusted R²* yang apabila dalam model regresi terjadi penambahan variabel bebas nilainya bisa mengalami kenaikan maupun penurunan.³⁷

d. Uji F (simultan)

Dalam sebuah penelitian biasanya akan dilakukan pengujian secara simultan atau bersama-sama pengaruh dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melakukan uji F. Pengujian ini dilakukan dengan beberapa langkah sebagai berikut³⁸:

1) Merumuskan hipotesis penelitian

Ho : Variabel nilai belanja hedonis, potongan harga, dan *Islamic branding* secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel pembelian impulsif

Ha : Variabel nilai belanja hedonis, potongan harga, dan *Islamic branding* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel pembelian impulsif

2) Menentukan F hitung, signifikansi dan F tabel

Nilai F tabel ditentukan dari tingkat signifikansi (α) = 0,05 dengan df_1 = jumlah variabel-1 dan df_2 = (n-k-1).³⁹ Cara manual untuk melihat nilai f hitung dengan rumus sebagai berikut.

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

R² : Koeisien determinasi

n : Jumlah sampel dalam penelitian

k : Jumlah variabel independen

³⁷ Riyanto dan Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*, 141.

³⁸ Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, 158.

³⁹ Priyatno, 158.

- 4) Dasar keputusan dalam pengujian
 - a) Apabila nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima
 - b) Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima
 - c) Jika tingkat signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
 - d) Jika tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima

e. Uji-T (parsial)

Uji T dilakukan guna mendapatka informasi apakah terdapat pengaruh secara signifikan atau tidak dari masing-masing variabel independen atau bebas dalam penelitian terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan pada satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:⁴⁰

- 1) Merumuskan hipotesis dalam penelitian

H_0 : Variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

H_a : Variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat
- 2) Menetapkan t_{hitung} , signifikansi dan t_{tabel}
 Nilai t_{tabel} ditentukan dari tingkat signifikansi (α) = $0,05/2$ dengan $df=(n-k-1)$. Cara manual untuk melihat nilai t_{hitung} antara lain:

$$T_{hitung} = \frac{bi}{Sbi}$$

Keterangan:

- bi : Koefisien regresi variabel i
 Sbi : Standar eror variabel i

- 3) Dasar keputusan dalam pengujian
 - a) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima
 - b) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak
 - c) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
 - d) Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima.

⁴⁰ Priyatno, 145.