

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang hendak dipakai yaitu jenis pendekatan penelitian lapangan (*file research*) yang digunakan untuk meneliti lebih dalam tentang latar belakang situasi saat ini serta hubungan timbal balik keadaan sekitar dari unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau komunitas.<sup>72</sup> Dalam penelitian yang akan diamati adalah *store environment, impulse buying behaviour dan consumer's positive emotional* di *Store Dressy Gallery* Kudus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, informasi yang didapat dari keadaan lapangan disusun menjadi angka. Kemudian angka-angka ini disiapkan dengan menggunakan teknik faktual untuk menentukan hasil penanganan informasi yang ideal.<sup>73</sup>

#### B. Sumber Data

Data atau informasi merupakan bermacam-macam bukti ataupun kenyataan yang diperoleh dan diperkenalkan guna alasan tersendiri.<sup>74</sup> Sumber informasi yang diperuntukkan eksplorasi informasi esensial.

1. Data Primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama.<sup>75</sup> Data utama penelitian ini bersumber dari tanggapan responden terhadap kuesioner yang disebarakan oleh peneliti. Responden yang menjawab kuesioner adalah pelanggan dari gerai *Dressy Gallery* di Kudus.
2. Data sekunder yakni data yang diperoleh atau dikumpulkan dari orang yang sudah melakukan penelitian dari sumber-sumber yang sudah ada. Informasi tersebut

---

<sup>72</sup>Cholid Narbuka dan Abu Achmad, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 46.

<sup>73</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Pencetakan AMP YKPN, 2001), 1.

<sup>74</sup>Moh. Pabundu Tika, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), 57.

<sup>75</sup>Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), 131.

umumnya didapatkan dari perpustakaan atau laporan penelitian sebelumnya.<sup>76</sup>

### C. Populasi dan Sampel Penelitian

#### 1. Populasi

Populasi yakni suatu bentuk bulatan dari kelompok atau wilayah yang dijadikan tujuan riset oleh objek penelitian. Diketahui secara keseluruhan populasi, maka populasi dapat dibedakan menjadi populasi homogen (keseluruhan individu yang menjadi anggota populasi memiliki sifat yang cenderung sama antara yang satu dan yang lain) dan populasi heterogen (keseluruhan individu anggota populasi cenderung mempunyai sifat-sifat individu dan sifat tersebut yang membedakan antara individu anggota populasi yang satu dengan anggota yang lain.<sup>77</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi populasi riset penulis yaitu semua konsumen *Store Dressy Gallery* yang berjumlah konsumen terhitung selama 1 bulan.

#### 2. Sampel

Pengambilan sampel (sampling) merupakan aktivitas mencari beberapa komponen dari bentuk bulatan populasi dengan seperlunya. Riset mengenai sampel dan memahami karakteristik akan menjadikan delegasi komponen populasi yang hasilnya mewakili delegasi dari fenomena yang diteliti.<sup>78</sup> Total populasi pada riset ini tidak terhingga, maka penetapan nilai sampel dengan rumus:

$$N = \left[ \frac{Z^2 \alpha 2}{4e^2} \right]$$

Penjelasan:

N= Jumlah sampel

Z= Nilai distribusi normal

e= Margin

---

<sup>76</sup>Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), 19.

<sup>77</sup>Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis Disertai dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 147.

<sup>78</sup>Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis Disertai dan Karya Ilmiah*. 147.

Untuk hasil mengira-ngira sampel pada riset ini, maka sampel yang dibutuhkan apabila taraf harapan 95% dan kekeliruan yang potensial timbul 0,10.

Diketahui:

$$\alpha = 0,05 \text{ maka } Z_{0,05} = 1,96$$

$$e = 0,10$$

Jawab:

$$N = \left[ \frac{1,96}{4(0,10)^2} \right]$$

$$= 96,04$$

Jumlah sampel yang dilakukan riset ini adalah 96 penjawab.<sup>79</sup> Dalam riset ini, sampel yang dipakai peneliti adalah *purposive sampling*.

#### D. Variabel Penelitian

Variabel merupakan sebuah ide yang bisa diperkirakan dan dimiliki variansi nilai.<sup>80</sup> Menurut Sugiyono variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat, maupun kegiatan yang memiliki kombinasi tertentu yang tertera dari penelitian agar dipahami serta dijadikan kesimpulan.<sup>81</sup>

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, diantaranya:

##### 1. Variabel Independen

Variabel independent (variabel bebas) dimana variabel yang memberikan pengaruh atau penyebab terjadinya suatu perubahan atau menimbulkan variabel terikat (variabel dependen).<sup>82</sup> Dalam Bahasa Indonesia biasanya disebut sebagai variabel bebas. Variabel independent (variabel bebas) yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

---

<sup>79</sup>Suliyanto. S.E,M.Si, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET (Penerbit Andi, 2009), hlm 103-104.

<sup>80</sup>Marzuki, *Metodologi Riset (Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial)*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2005), 39.

<sup>81</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, 59.

<sup>82</sup>Sugiyono, “*Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*”, (Yogyakarta: UII Pers, 2005), 133.

- a. *Store Environment* sebagai variabel independent pertama (X)
- b. *Spiritual Emotion* sebagai variabel independent yang kedua (Z)

## 2. Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) ialah variabel yang diberikan pengaruh atau munculnya akibat, sebab terdapat variabel independen.<sup>83</sup> Variabel dependen (variabel terikat) yang digunakan pada penelitian ini ialah *Impulse Buying Behavior* (Y).

## E. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel digunakan untuk membuktikan cara pengukuran variabel yang terdapat pada penelitian dapat dijalankan. Variabel yang dikaji adalah *Store Environment* (X), *Impulse Buying Behaviour* (Y), *Spiritual Emotion* (Z). Dalam penelitian dan pengukuran variabel ditunjukkan pada tabel:

**Tabel 3.1**  
**Variabel Operasional\***

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Store Environment</i> (X)	<i>Store Environment</i> adalah keseluruhan karakteristik baik dari segi fisik dan sosial dari dunia eksternal seorang konsumen, termasuk	Ambien	Dapat memicu konsumen agar merasa nyaman dengan atmosfir (kondisi udara, musik, aroma, pencahayaan dan kerapian toko) yang tersedia.	<i>Likert 1-5</i>

<sup>83</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 61.

	didalamnya objek fisik (produk dan toko) hubungan yang berasal dari ruangan (lokasi dan produk di toko) dan perilaku sosial orang lain (siapa yang berada disekitar dan apa yang mereka lakukan). <sup>84</sup>	Desain	Menyediakan berbagai macam barang dagangan yang beraneka ragam serta desain yang menarik (arsitektur, bentuk, gaya, tata letak dan aksesoris).	
		Sosial	Memberikan fasilitas pelayanan dikarenakan pramuniaganya ramah. <sup>85</sup>	
<i>Impulse Buying Behaviour</i> (Y)	Impulse Buying Behaviour adalah pembelian yang mungkin tidak direncanakan oleh pelanggan	Spontanitas	Pembelian Spontan keadaan dimana konsumen seringkali membeli sesuatu tanpa direncanakan terlebih dahulu.	<i>Liker t 1-5</i>

<sup>84</sup>Raditya Kirana Rianto dan Aniesa Samira Bafadhhal, “Pengaruh Store Environment Terhadap Shopping Emotion Dan Impulse Buying”, Jurnal Administrasi Bisnis 59, no.1 (2018):4.

<sup>85</sup> Andira Eka Pradana dan Gede Suparna, “Pengaruh Store Environment Dan Impulse Buying Tendency Terhadap Urge To Buy Impulsively Dan Impulse Buying Behaviour”, E-Jurnal Manajemen Unud 5, no.7 (2016): 4112.

	sebelum memasuki toko, tetapi yang dihasilkan dari stimulus yang diciptakan oleh penjualan perangkat promosi di toko. <sup>86</sup>	Kekuatan	Pembelian terburu-buru keadaan dimana konsumen seringkali merasa bahwa terlalu terburu-buru dalam membeli sesuatu.
		Kegairahan	Pembelian dipengaruhi keadaan emosional dimana konsumen melakukan kegiatan berbelanja dipengaruhi keadaan emosional yang dirasakan.
		Ketidakpedulian akan akibat	Pembelian tanpa berpikir akibat keadaan dimana konsumen sering

<sup>86</sup>Febrina Annisa Fauziyah dan Indah Fatmawati, “Pengaruh Lingkungan Toko Terhadap Keadaan Emosional Dan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Pengujian Model Mehrabian-Russell”, Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa 10, no. 1 (2017): 4.

			melakukan pembelian tanpa memikirkan terlebih dahulu mengenai akibat dari pembelian yang dilakukan. <sup>87</sup>	
<i>Spiritual Emotion (Z)</i>	<i>Spiritual Emotion</i> adalah respon kognitif, perasaan dan perilaku yang muncul akibat stimulus tertentu. <sup>88</sup>	<i>Pleasure</i>	Perasaan senang saat berbelanja.	<i>Liker t 1-5</i>
		<i>Arousal</i>	Perasaan tertarik kepada produk tertentu mengakibatkan konsumen bersemangat melakukan pembelian. <sup>89</sup>	

**F. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah proses sistematis dan standar untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Selalu ada kaitannya antara metode atau teknologi pengumpulan data dan pertanyaan penelitian, tujuan dan asumsi. Ketiga, faktor-faktor

<sup>87</sup> Aprilia Eka Sari, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan”, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia 13, no.1 (2015): 58.

<sup>88</sup> Dian Sukma Andriyanto, dkk, “Pengaruh Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying”, Jurnal Administrasi Bisnis 31, no.1 (2016): 3.

<sup>89</sup> Charloan Artha Margana dan Putu Yudi Setiawan, “Pengaruh Stimulus Lingkungan Toko Terhadap Perilaku Pembelian Tidak Terencana Yang Dimediasi Oleh Emosi Positif”, E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 2362.

di atas memiliki pengaruh yang besar mengenai teknik pengumpulan data. Misalnya, banyak masalah yang belum bisa diselesaikan karena teknik pengumpulan data yang dipakai kurang sesuai. Demikian pula, alat penelitian yang disiapkan dapat dilakukan guna mengumpulkan data lapangan. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain.<sup>90</sup>

1. Observasi adalah suatu alat evaluasi untuk menilai kepribadian seseorang atau terjadinya kegiatan yang bisa diamati, berdasarkan suasana yang sebenarnya ataupun suasana buatan. Penelitian ini merupakan kegiatan pengumpulan data lapangan yang dilakukan melalui tayangan langsung gerai *Dressy Gallery* di Kudus.

2. Angket (kuesioner)

Angket (kuesioner), hal ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi melalui cara mengajukan banyak pertanyaan tertulis agar dijawab secara tertulis oleh responden. Pertanyaan identitas serta pertanyaan variabel pada kuesioner dimasukkan ke dalam skala likert skor 1-5 dengan kriteria sebagai berikut:

Sangat setuju	SS	bernilai 5
Setuju	S	bernilai 4
Netral	N	bernilai 3
Tidak setuju	TS	bernilai 2
Sangat tidak setuju	zTS	bernilai 1

3. Dokumentasi

Dokumen yakni jejak rekaman yang telah terjadi. Dokumen tersebut dapat berupa teks, gambar, atau karya peringatan seseorang. Dokumen dalam bentuk tertulis, seperti diari, riwayat hidup, cerita, aturan dan kebijakan. Dokumen berupa karya berupa karya seni berupa gambar, patung, film dan bentuk dokumen lainnya.<sup>91</sup>

---

<sup>90</sup>Marzuki, *Metodologi Riset (Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial)*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2005), 59.

<sup>91</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 422.

## G. Uji Validitas dan Realibilitas Instrument

Digunakan guna mengukur ukuran nilai suatu variabel, menggunakan instrumen estimasi, untuk lebih spesifik suatu survei. Jajak pendapat yang digunakan harus tepat, yang menyiratkan bahwa itu dapat mengukur apa yang seharusnya diperkirakan.

Validitas dan realibilitas instrumen menunjukkan hasil dari sebuah riset. Artinya riset yang menggunakan acuan validitas dan reliabilitas yang telah terbukti akan menghasilkan sebuah riset yang valid dan reliabel. Begitupun sebaliknya, riset yang dengan instrumen validitas dan realibilitas yang belum terbukti akan memberikan hasil riset yang tidak valid dan tidak reliabel, bahkan informasi yang salah mengenai permasalahan yang dipecahkan.<sup>92</sup>

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilaksanakan menilai absah ataupun tidak kuesioner. Kuesioner dinyatakan absah jika pertanyaan atau pernyataan dikuesioner bisa menunjukkan sesuatu yang akan dihitung kuesioner tersebut.<sup>93</sup> Uji validitas dilaksanakan dengan menilai kesesuaian skor pertanyaan perbutir dengan total skor variabel. Uji signifikansi bisa diketahui melalui cara membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dimana  $n$  ialah total sampel.<sup>94</sup> Pertanyaan ataupun pernyataan dikatakan abash, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  sehingga dikatakan tidak abash dan bernilai negatif.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan guna menguji instrument yang dipakai kuesioner dari indikator. Kuesioner dinyatakan handal apabila jawaban pernyataan atau pertanyaan konstan sepanjang waktu.<sup>95</sup> Pengukuran

<sup>92</sup>Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, 146.

<sup>93</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011): 52.

<sup>94</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*, 53.

<sup>95</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*, 47.

reliabilitas pada penelitian memakai pengukuran *One shot*, yaitu pengukuran sekali saja. Rumusan yang dipakai dalam uji reliabilitas rumus *Cronbach alpha*, variabel dinyatakan reliabel apabila hasil uji reliabilitas memiliki nilai  $\alpha > 0,60$ .

## H. Uji Asumsi Klasik

Interaksi suatu investigasi mencakup berbagai macam metode yang harus diikuti oleh para analis, baik pada saat prapenelitian, siklus eksplorasi, penguraian informasi penelitian, dan dalam hal apapun membuat laporan. Penggunaan prosedur pemeriksaan faktual inferensial untuk membedah informasi penelitian memerlukan tes sebelumnya yang diidentifikasi dengan tes teori gaya lama (tes esensial) atas informasi yang ada, yang dimaksudkan untuk menentukan perampasan informasi.<sup>96</sup>

### 1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dimaksudkan guna menilai apakah terjadi kemiripan diantara variabel bebas (independent). Model regresi yang bagus tidak terdapat korelasi antar variabel bebas. Jika bebas sama-sama berkorelasi, variabel tidak akan bisa membentuk ortogonal. Variabel ortogonal ialah antar variabel independent yang mempunyai nilai korelasi 0. Multikolonieritas bisa diketahui berdasarkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai cutoff digunakan untuk membuktikan terdapat multikolonieritas yaitu nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$ .<sup>97</sup>

### 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi berencana melakukan pengujian apakah pada model relaps langsung terdapat hubungan dikarenakan kesalahan penggunaan pada periode t dengan kesalahan campur aduk t-1 (lampau). Jika ada koneksi, ini disebut masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena fakta bahwa persepsi progresif setelah beberapa waktu diidentifikasi satu sama lain. Persoalan ini muncul karena

---

<sup>96</sup>Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 180.

<sup>97</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*, 105-106.

adanya fakta bahwa residual (kelemahan ancaman) tidak otonom mulai dari satu persepsi lalu ke persepsi berikutnya. Hal tersebut sering dijumpai dalam informasi pengaturan waktu disebabkan "kejengkelan" pada individu atau kelompok pada umumnya akan mempengaruhi "kejengkelan" pada individu atau kelompok yang serupa dalam jangka waktu berikut.<sup>98</sup>

Dalam persilangan informasi (lintas waktu), masalah autokorelasi cukup jarang terjadi mengingat “pengaruh yang meresahkan” dalam berbagai persepsi berasal dari orang-orang. Berbagai pertemuan. Model regresi yang layak adalah regresi yang dibebaskan dari koneksi otomatis. Ada beberapa cara berbeda yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya hubungan otomatis.

Uji Durbin Watson hanya digunakan untuk autokorelasi level satu (autokorelasi permintaan pertama) dan memerlukan tangkapan (mantap) dalam model regresi dan tidak ada lagi faktor di antara faktor-faktor otonom. Spekulasi yang akan dicoba adalah:<sup>99</sup>

H0 : tidak ada autokorelasi ( $r = 0$ )

HA : ada auto korelasi ( $r \neq 0$ )

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi:

**Autokorelasi**

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_1$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No decision</i>	$d_1 \leq d \leq d_u$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - d_1 < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	<i>No decision</i>	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_1$
Tidak ada	Tidak ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$

<sup>98</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro, 2011), 110.

<sup>99</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 111.

autokorelasi, positif atau negative		
-------------------------------------	--	--

### 3. Uji Heteroskedesitas

Uji heteroskedesitas bertujuan melakukan pengujian apakah dalam model regresi terjadi adanya ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data crosssection mengundang situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di-studentized.<sup>100</sup>

Dasar analisis:

- Jika pada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas dimanfaatkan guna menilai apakah residual mempunyai penyaluran normal didalam model regresi. Uji normalitas yang dipakai penelitian kali ini adalah uji statistik non-parametrik Kolomogrov-Smirnov

---

<sup>100</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro, 2011), 139.

(K-S) taraf signifikan yang digunakan sebesar 5% data uji normalitas dikatakan normal jika bernilai lebih dari 0,05.<sup>101</sup>

## I. Analisis Data

### 1. Statistik Deskriptif

Saat menginterpretasikan data dan variabel pada penelitian agar lebih mudah dipahami, akan dijelaskan dalam bentuk benda atau diagram.<sup>102</sup>

### 2. Uji Statistik

#### a. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

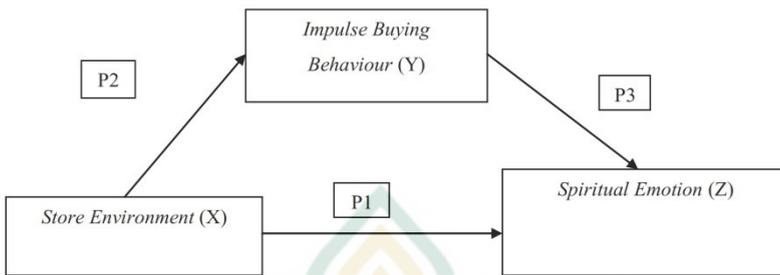
Teknik analisis data merupakan cara yang digunakan sebagai pengolahan data menjadi informasi sehingga karakteristik data mudah dipahami serta menemukan suatu permasalahan dalam suatu penelitian.

Untuk melakukan pengujian pengaruh variabel yang digunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk mengetahui hubungan kasualitas antar variabel (model kasual) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur juga digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kasualitas antar variabel. Hubungan kasualitas antar variabel telah dibentuk dengan model berdasarkan landasan teoritis. Analisis jalur dapat menentukan pola hubungan tiga atau lebih variabel serta tidak bisa digunakan dalam konfirmasi atau penolakan hipotesiskasualitas imajiner. Pada analisis jalur untuk analisis data ditemukan terlebih dahulu, model persamaan dapat diperoleh dari model struktur berdasarkan kerangka pemikiran yang telah sebelumnya.

---

<sup>101</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 160.

<sup>102</sup>Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, 21.

**Gambar 3.1 Model Analisis Jalur (Path Analysis)**

Sumber: Diolah Peneliti (2021)

Diagram jalur menunjukkan secara eksplisit hubungan kasualitas antar variabel berdasarkan pada teori. Anak panah menunjukkan hubungan antar variabel. Pergerakannya dari kiri ke kanan dengan implikasi prioritas hubungan kasual variabel yang dekat ke sebelah kiri. Setiap nilai p menggambarkan jalur dan koefisien jalur.<sup>103</sup>

#### b. Uji t (Signifikan Parameter Parsial)

Uji t (Signifikan Parameter Parsial) dilaksanakan guna memprediksi apa ada pengaruh variabel independen secara individual store environment (X) terhadap impulse buying behaviour (Y).<sup>104</sup> Pengujian dilakukan dengan melakukan perbandingan nilai antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan ketentuan:

- 1) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $>0,05$  maka  $H_0$  diterima (tidak ada pengaruh)
- 2) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $<0,05$  maka  $H_0$  ditolak (ada pengaruh)

#### c. Uji F (Signifikansi Parameter Simultan)

Uji F (signifikansi parameter simultan) dilaksanakan guna mengetahui pengaruh variabel bebas (variabel independen) terhadap variabel terikat

<sup>103</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*,250.

<sup>104</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS19*, 98.

(variabel dependen) secara menyeluruh.<sup>105</sup> Pengujian dilakukan dengan melakukan perbandingan nilai antara  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau dengan ketentuan:

- 1) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima (tidak ada pengaruh)
- 2) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak (ada pengaruh)

**d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan guna menilai sejauh mana model mampu untuk menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 serta 1. Nilai  $R^2$  bernilai kecil maksudnya variabel-variabel independen mampu menjabarkan variansi variabel yang terbatas dari variabel dependen. Semakin dekat nilai satu maka variabel-variabel independen menyalurkan mendekati kebutuhan terkait informasi guna meramalkan variansi variabel dependen.

---

<sup>105</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS19*, 98.