

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Definisi lain menyebutkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan.

Menurut (Sugiyono, 2013) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu Menurut (Sugiyono, 2013) reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur reliabilitas tersebut dilakukan secara berulang. Kriteria dikatakan reliabel atau dapat dipercaya ditentukan dengan nilai  $\alpha$  (*cronbach alpha*) lebih besar sama dengan nilai batas yang ditentukan atau standarisasi sebesar 0,6. Standarisasi merupakan batas yang

digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi suatu variabel independent mempengaruhi variabel dependent. Regresi Linear Berganda digunakan oleh peneliti.

### 3.2 Objek Dan Lokasi Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah konsumen Ayu Citra ByMonokrom Jombang. Lokasi penelitian di Ayu Citra ByMonokrom Jombang

### 3.3 Definisi operasional

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 2 variabel bebas (independent) yang terdiri dari *shopping lifestyle* (X1), *positive emotion* (X2) sedangkan untuk variabel terikat yaitu impulse buying (Y)

#### 1. Variabel terikat (Y) : Impluse Buying

Mengacu pada konsep (Kollat, David T & Willett, 1967) impulse buying dapat didefinisikan sebagai keinginan membeli produk secara tidak sengaja, hal dapat diukur dengan menggunakan indikator menurut (Verplanken & Sato, 2011) sebagai berikut :

1. Kognitif (Cognitive) Aspek ini fokus pada konflik yang terjadi pada kognitif individu yang meliputi
  - a. Kegiatan pembelian yang dilakukan tanpa pertimbangan harga suatu produk.
  - b. Kegiatan pembelian tanpa mempertimbangkan kegunaan suatu produk.
  - c. Individu tidak melakukan perbandingan produk

2. Emosional (Affective)Aspek ini fokus pada kondisi emosional konsumen yang meliputi:

- a. Adanya dorongan perasaan untuk segera melakukan pembelian.
- b. Adanya perasaan yang muncul setelah melakukan pembelian.
- c. Adanya proses pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan.

2. Variabel bebas (X1) : Shopping Lifestyle

Mengacu pada konsep (Sumarwan, 2011)

Gaya hidup sering digambarkan dengan pola pikir seseorang yang tidak permanen dan tidak menentu. indikator dalam penelitian ini menurut (Sumarwan, 2011)yaitu :

1. Kegiatan (active) yaitu perilaku konsumen melihat produk-produk yang ada di Ayu citra by Monokrom
2. Minat (interest) yaitu keinginan konsumen untuk membeli suatu produk yang ada di Ayu citra by Monokrom
3. Opini (opinion) yaitu pendapat mengenai suatu produk yang tidak sengaja di beli di Ayu citra by Monokrom.

3. Variabel bebas (X2) : positive emotion

Mengacu pada konsep (Pradiatiningtyas, 2019) yang diartikan sebagai suasana hati seseorang konsumen karena adanya pengaruh dari luar yang

membuat dirinya merasa senang. Indikator dalam penelitian ini menurut (Pradiatiningtyas, 2019)

1. Kesenangan(pleasure): konsumen merasa senang saat membeli produk di Ayu citra ByMonokrom.
2. Antusias (arousal) : produk yang ada di Ayu citra ByMonokrom mampu menarik perhatian konsumen.
3. Pengendalian (dominance) : perasaan konsumen dalam membeli produk di AyuCitra byMonokrom

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Item Pertanyaan	Sumber
Impluse Buying (Y)	Kognitif ( <i>Cognitive</i> )	<p>a. Kegiatan pembelian yang dilakukan tanpa pertimbangan harga suatu produk</p> <p>b. Kegiatan pembelian tanpa mempertimbangkan kegunaan suatu produk</p> <p>c. Individu tidak melakukan perbandingan produk</p>	<p>1. Saya lebih suka membeli produk fashion di ayu citra byMonokrom tanpa pertimbangan potongan harga</p> <p>2. Saya membeli produk fashion di Ayu citra ByMonokrom tanpa mempertimbangan kegunaan</p> <p>3. Saya tidak membandingkan produk yang ada di Ayu citra Bymonokrom dengan produk yang lainnya</p>	(Verplanken & Sato, 2011)
	Emosional ( <i>Affective</i> )	<p>d. Adanya dorongan perasaan untuk segera melakukan pembelian</p> <p>e. Adanya perasaan yang muncul setelah melakukan pembelian</p> <p>f. Adanya proses pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan.</p>	<p>4. Saya membeli produk fashion sesuai keinginan</p> <p>5. Saya akan membeli produk fashion di Ayu citra ByMonokrom</p> <p>6. Saya membeli produk fashion di Ayu Citra byMonokrom tanpa terencana</p>	

Lanjutan Tabel 3 .1				
Shopping Lifestyle (X1)		g. Aktivitas(active)	7. Saya senang melihat produk-produk yang ada di Ayu citra byMonokrom	(Sumarwan, 2011)
		h. Minat (interst)	8. Saya membeli produk di ayu citra bymonokrom sesuai dengan kebutuhan	
		i. Opini(opinion)	9. Menurut saya produk fashion di ayu citra byMonokrom mempunya kualitas yang bagus	
Posititive Emotion (X2)		j. Kesenangan (pleasure)	10. Saya merasa puas ketika berbelanja di Ayu citra byMonokrom.	(Pradiatingtya s, 2019)
		k. Antusias (araousal)	11. Saya merasa bersemangat dan bergairah untuk berbelanja ketika berada di Ayu citra byMonokrom.	
		l. Pengendalian (dominance)	12. Saya tidak dapat mengendalikan diri saat belanja di ayu citra ByMonokrom	

### 3.4 Skala pengukuran

Skala pengukuran adalah perjanjian yang digunakan sebagai dasar untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif berupa angka, sehingga dianggap lebih akurat dan efisien yang didapat dari hasil pengukuran menggunakan alat ukur. Penelitian ini menggunakan skala *liker*. Skala *likert* yaitu cara perhitungan dengan menyediakan beberapa pertanyaan kepada responden kemudian diminta untuk menjawab. Data pertanyaan kuesioner yang berhasil

dikumpulkan selanjutnya akan diukur dengan bobot skor 1 sampai 5 (Sugiyono, 2013)

Tabel 3.2 Instrument Skala Likert

No.	Jenis Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiyono, 2013)

### 3.5 Populasi dan sampel

#### 3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya(Sugiyono, 2013). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Ayu Cita By Monokrom Jombang yang jumlahnya tidak diketahui.

Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Menurut (Sugiyono, 2017), jika populasi tidak diketahui jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus cochrans sebagai berikut:

$$N = \frac{Z^2 Pq}{e^2}$$

Keterangan:

N = jumlah sampel yang diperlukan

Z = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai  
1,96

P = peluang benar 50% = 0,5

Q = peluang salah 50% = 0,5

E = tingkat kesalahan sampel (sampling error), dalam penelitian  
ini 10%

Maka perhitungan dalam menentukan jumlah sampel adalah sebagai  
berikut:

$$N = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$N = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$N = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$N = 96,04$$

Jadi berdasarkan perhitungan rumus diatas, maka jumlah sampel minimal yang digunakan dalam penelitian yaitu sebesar 96 responden.

### 3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut menurut (Sugiyono, 2017). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Ayu Cita By Monokrom. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *non probability sampling* yang sampelnya berjenis *sampling insidental*. *Sampling insidental* merupakan

teknik sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017)

### **3.6 Metode sampling**

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* yang merupakan teknik yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada anggota populasi untuk dipilih dan dijadikan sampel. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yakni siapa yang secara kebetulan di temui oleh peneliti dan mempunyai kriteria yang sesuai maka akan dijadikan sampel (Sugiyono, 2013)

### **3.7 Jenis dan sumber data**

1. Data Primer Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Sugiyono, 2013). Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran angket kepada konsumen Ayu Citra By Monokrom Jombang
2. Data Sekunder Data sekunder adalah data yang di peroleh secara tidak langsung. Berupa pengumpulan data yang didapat dari penelitian terdahulu, referensi dan studi kepustakaan, adapun data pendukung adalah dokumentasi dari obyek penelitian yaitu, sejarah perusahaan

### **3.8 Metode pengumpulan data**



Menurut (Sugiyono, 2013) teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui kuesioner, wawancara dan observasi. Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti mempunyai tujuan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Angket

Merupakan teknik pengumpulan data dan informasi dengan menjawab sebuah pilihan jawaban secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penyelidikan. Dalam hal ini pengumpulan data dilakukan di konsumen Ayu Cita By Monokrom Jomban.

#### 2. Dokumentasi

Mengumpulkan dan mempelajari data dari buku-buku, tulisan ilmiah, majalah dan internet yang memiliki relevansi dengan penelitian serta dokumentasi pendukung yaitu sejarah perusahaan

### 3.9 Pengujian instrumen penelitian

#### 3.9.1 Uji Validitas

Syarat tersebut menurut (Sugiyono, 2013) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Jika  $r \geq 0,30$ , maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid,
2. Jika  $r \leq 0,30$ , maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

Uji validitas instrument dapat menggunakan rumus korelasi. Rumus korelasi berdasarkan *Pearson Product Moment* menurut (Sugiyono, 2013) adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

r = korelasi

X = Skor item X

Y = total item Y

N = Banyaknya sampel dalam penelitian

**Tabel 3.3 Uji Validitas**

Valiabel	Indikator	Korelasi (r hitung)	R Kritis	Keterangan
Shopping Lifestyle	X1.1	0,893	0,3	Valid
	X1.2	0,860	0,3	Valid
	X1.3	0,624	0,3	Valid
Positif Emotion	X1.1	0,797	0,3	Valid
	X1.2	0,793	0,3	Valid
	X1.3	0,704	0,3	Valid
Impulse Buying	Y1.1	0,671	0,3	Valid
	Y1.2	0,556	0,3	Valid
	Y1.3	0,670	0,3	Valid
	Y1.4	0,780	0,3	Valid
	Y1.5	0,776	0,3	Valid
	Y1.6	0,705	0,3	valid

*Sumber : Data yang telah diolah, 2022*

Berdasarkan tabel 3.3 dapat diketahui bahwa masing-masing item variabel memiliki korelasi ( r hitung) lebih dari 0,3. Dengan demikian semua item variabel dikatakan valid dan dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

### 3.9.2 Uji Reabilitas

Menurut Ghozali (2016) Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban yang telah diberikan oleh responden sehingga jawaban lebih akurat. Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan formula *cronbach alpha*. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,6. Rumus digunakan untuk *Cronbach Alpha*

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Realibilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir instrumen

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varians butir

$\sigma t^2$  = Varians total

**Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah item pernyataan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Impulse Buying (Y)	6	0,811	Cronbach's alpha $\geq$ 0,60 maka reliabel	Reliabel
Shopping Lifestyle (X1)	3	0,718		Reliabel
Positif Emotion (X2)	3	0,645		Reliabel

Berdasarkan tabel 3.4 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai angka cronbach's Alpha  $\geq 0,60$ . Dengan demikian semua variabel (Y, X1 dan X2) dapat dinyatakan reliable

### **3.10 Teknik analisis data**

#### **3.10.1 Analisis Deskriptif**

Menurut (Sugiyono, 2013) analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah terkumpul adanya kemudian membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

#### **3.10.2 Analisis Inferensial**

Menurut (Sugiyono, 2013) analisis inferensial adalah teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Analisis inferensial digunakan apabila sampel dari populasi yang jelas dan teknik pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara random.

#### **3.10.3 Uji asumsi klasik**

Uji asumsi klasik merupakan tahapan awal yang digunakan sebelum analisis linier berganda (Ghozali, 2007). Di dalam penelitian ini terdapat uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas uji multikolinearitas uji autokorelasi uji heteroskedastisitas.

##### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai

distribusi normal atau mendekati normal. Menurut (Ghozali, 2007) Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik–titik data yang menyebar disekitar garis diagonal, dan penyebaran titik–titik data searah mengikuti garis diagonal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Dasar dari pengambilan keputusan tersebut berdasarkan pada taraf signifikan hasil perhitungan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Probabilitas  $> 0,05$ : hipotesis diterima karena data terdistribusi secara normal.
- b. Probabilitas  $< 0,05$ : hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut (Ghozali, 2007) bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variabel dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetapi maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika sebaran titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya berbeda di atas dan dibawah titik 01 sumbu Y1 maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

- b. Jika sebaran titik-titik membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya hanya berbeda diatas atau dibawah titik nol sumber Yl maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi terdapat masalah heteroskedastisitas.

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas menurut (Ghozali, 2007) bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi dengan variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai toleransi dan variabel influce factor (VIFl) dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $VIF > 10$  Tolerance  $< 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinieritas.
- b. Jika  $VIF < 10$  dan Toleransi  $> 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas.

### 4. Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2016) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Apabila terjadi korelasi maka dikatakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji durbin-watson (dw test) yang mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak

ada variabel lagi diantara variabel independen. Langkah awal melakukan uji durbin-watson adalah merumuskan hipotesis:

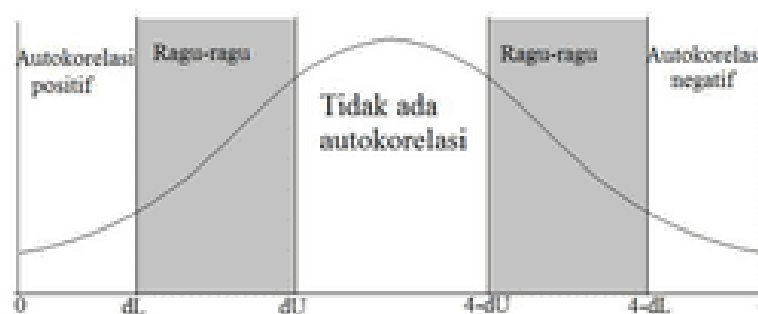
$H_0$  : Tidak Ada Autokorelasi ( $R = 0$ )

$H_a$  : Ada Autokorelasi ( $R \neq 0$ )

**Tabel 3. 5 Pengambilan Keputusan Ada Atau Tidaknya Autokorelasi**

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi negatif	No decision	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada korelasi positif	No decision	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi, positif atau Negatif	Tidak ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$

Sumber : (Ghozali 2016)



**Gambar 3.1 Kurva Durbin-Watson**

Sumber : Ghozli (2016)

### 3.10.4 Analisis regresi linier

Menurut (Sugiyono, 2013) Analisis berganda yang digunakan untuk mengetahui dan memprediksi keadaan naik turunnya variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen dimanipulasi. Analisis regresi berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh *Shopping Lifesyle*( $X_1$ ), *Positif Emotion* ( $X_2$ ), *Impulse Buying* (Y) Persamaan regresi berganda tersebut menggunakan menggunakan rumus (Sugiyono, 2013):

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

Keterangan :

Y = Impulse Buying

a = konstanta

X1 = Shopping Lifestyle

X2 = Positif Emotion

b = koefisien arah regresi

e = *Standar Error*

### 3.11 Uji hipotesis

#### 3.11.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t Pengujian dilakukan dengan t-test, bilamana diperoleh p-value  $\leq$  0,05 (Alpha 5%), maka dapat disimpulkan signifikan, dan begitu pula sebaliknya (Solimun, 2017). Kriteria pengujian hipotesis dapat diterima jika:

1. Jika  $\text{sig} < \alpha$  (0,05), maka hipotesis diterima
2. Jika  $\text{sig} > \alpha$  (0,05), maka hipotesis ditolak

#### 3.11.2 Koefisiensi determinasi ( $R^2$ )

Nilai Koefisien determinasi adalah nol dan satu..nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel bebas pengaruh shopping style (X1) positive Emotion (X2) terhadap impulse Buying (Y) Amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas