

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada JabalMart Swalayan Kefamenanu, Jln. Kartini No. 1 Depan Pasar Lama Kabupaten Timor Tengah Utara Kefamenanu. Rencana waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Februari-Oktober 2018.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian impulsif dan tidak diketahui jumlahnya yang melakukan pembelian di JabalMart Swalayan Kefamenanu, Jln. Kartini No. 1 Depan Pasar Lama Kabupaten Timor Tengah Utara Kefamenanu.

2. Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2014). Berdasarkan populasi yang tidak diketahui jumlahnya, ukuran sampel ditentukan dari jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel penelitian dikalikan 5. Menurut Ferdinand (2014),

ukuran sampel yang sesuai adalah 100-200. Bila ukuran sampel terlalu besar, misalnya saja 400, maka metode menjadi sangat sensitif, sehingga sulit mendapat ukuran-ukuran *goodness of fit* yang baik. Selanjutnya Ferdinand (2014) menyebutkan bahwa pedoman ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator kali 5 sampai 10. Pada penelitian ini jumlah indikator sebanyak 28, dan angka yang ditentukan adalah 5, sehingga jumlah sampel yang diambil dalam penelitian adalah sebanyak $28 \times 5 = 140$.

Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling Aksidental*. *Sampling Aksidental* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan unsur kebetulan. Artinya siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat berbelanja dapat digunakan sebagai sampel, dengan ketentuan orang tersebut berumur minimal 18 tahun dan berpendidikan minimal SMA.

C. Jenis Data

1. Jenis Data Menurut Sumber

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer, yaitu data yang diperoleh dari survei langsung di lapangan melalui wawancara dan pembagian kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang dibagikan kepada, konsumen yang pernah melakukan pembelian di JabalMart Swalayan Kefamenanu.

b. Data Sekunder

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dengan cara membaca,

mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari internet, jurnal serta dokumen perusahaan. Pada penelitian ini, data sekunder diperoleh dari dokumen JabalMart Swalayan, berupa data penjualan pada JabalMart Swalayan Kefamenanu.

2. Jenis Data Menurut Sifat

a. Data Kuantitatif

Data yang diperoleh dari JabalMart Swalayan Kefamenanu berupa angka-angka, yaitu data jumlah penjualan pada JabalMart Swalayan Kefamenanu.

b. Data Kualitatif

Data dalam bentuk keterangan dan informasi tentang tanggapan responden/konsumen yang pernah melakukan pembelian di JabalMart Swalayan Kefamenanu.

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi berdasarkan indikator dari masing-masing variabel. Responden di sini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada JabalMart Swalayan Kefamenanu.

2. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan cara bertemu dan melakukan komunikasi atau tanya jawab dengan manajer dan karyawan JabalMart

Swalayan secara langsung, mengenai data penjualan pada JabalMart Swalayan Kefamenanu.

E. Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran

1. Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator

Variabel penelitian merupakan atribut yang mempunyai bermacam-macam nilai atau sifat dari objek maupun kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Sedangkan, definisi operasional merupakan definisi yang dibuat oleh penulis dengan mengacu pada teori untuk memberikan gambaran nyata yang berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

Penelitian ini terdiri dari empat variabel yang meliputi: tiga variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y). Variabel bebas terdiri dari potongan harga (X_1), paket bonus (X_2) dan suasana toko (X_3) dan variabel terikat adalah pembelian impulsif (Y). Berikut ditampilkan dalam tabel.

Tabel 3.1

Variabel, Definisi Operasional, Indikator

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Potongan harga (X_1)	Potongan harga merupakan pengurangan harga yang diberikan kepada konsumen yang berbelanja di Jabalmart Swalayan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemenarikan potongan harga. 2. Ketepatan program potongan harga dalam mempengaruhi pembeli. 3. Frekuensi program potongan harga. 4. Hemat.

Paket bonus (X ₂)	Paket bonus merupakan tambahan produk yang diberikan kepada konsumen untuk menarik minat beli konsumen yang berbelanja di Jabalmart Swalayan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan penawaran dengan manfaat extra. 2. Strategi bertahan terhadap promosi produk baru dari pesaing. 3. Menghasilkan pesanan penjualan yang lebih besar. 4. Selalu membeli produk yang ada muatan extra.
Suasana toko (X ₃)	Konsumen merasa puas dengan tata letak barang yang mudan dicari dan pencahayaan,warna,wangi,kebersihan yang bagus di Jabalmart Swalayan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk luar bangunan. 2. Papan nama toko. 3. Pintu masuk toko. 4. Jalan masuk. 5. Desain. 6. Tempat parkir. 7. Pencahayaan. 8. Warna. 9. Penyusunan barang dagangan. 10.Aroma. 11.Kebersihan toko. 12.Pemutar musik. 13.Penanda merk produk. 14.Keramahan pegawai. 15.Keahlian pegawai. 16.Suasana toko yang bersahabat.
Pembelian Impulsif (Y)	Pembelian impulsif merupakan pembelian yang dilakukan konsumen di JabalMart Swalayan secara spontan karna adanya rasa ketertarikan akan suatu produk yang dilihat secara spontan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Spontan. 2. Melihat langsung membeli. 3. Bertindak tanpa berpikir. 4. Beli sekarang.

2. Skala Pengukuran

Untuk mengetahui intensitas tanggapan responden terhadap variabel-variabel dibutuhkan suatu alat ukur. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dikenal dengan nama instrumen penelitian yang disusun dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan skala Likert.

Sugiyono (2017:134), skala likert digunakan untuk mengukur sikap,

pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti sebagai variabel penelitian. Selanjutnya dapat diukur jawaban setiap item instrumen (indikator) dari yang sangat positif sampai yang sangat negatif, sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) : Dinilai dengan bobot 5
- b. Setuju (S) : Dinilai dengan bobot 4
- c. Kurang Setuju (KS) : Dinilai dengan bobot 3
- d. Tidak Setuju (TS) : Dinilai dengan bobot 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : Dinilai dengan bobot 1

F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas instrumen adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Pemahaman ini diperkuat oleh Sugiyono (2017:172), bahwa hasil penelitian benar-benar valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Untuk menguji validitas digunakan rumus *pearson product moment* (Riduwan dan Sunarto, 2013:280), sebagai berikut:

$$\text{rhitung} = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\} \{n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Di mana:

$\sum Xi$: Jumlah skor item

$\sum Y_i$: Jumlah total skor (seluruh item)

n : Jumlah responden

Validitas jika nilai *corrected* item total *correlation* untuk semua item pertanyaan lebih besar atau sama dengan 0,3 sesuai dengan persyaratan, sehingga seluruh butir pertanyaan dapat digunakan untuk pengumpulan data. Perhitungan validitas menggunakan bantuan SPSS.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tidak berbeda jika dilakukan pengukuran ulang. Menurut Sugiyono (2017:172), bahwa instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Perhitungan ini menggunakan rumus *cronbach Alpha* (Riduwan dan Sunarto, 2013:115).

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum St} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Koefisien korelasi

$\sum S_i$ = Jumlah skor item

$\sum St$ = Jumlah total skor (seluruh item)

k = Jumlah responden

Menurut Sugiyono (2017:124) yang membagi tingkatan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut: Jika alpha atau r hitung

0,8 – 1,0 : reliabilitas baik

0,6 – 0,7999 : reliabilitas diterima

< 0,6 : reliabilitas ditolak

Pada penelitian ini, reliabel bila r hitung $\geq 0,6$

G. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fenomena di lokasi penelitian, yaitu JabalMart Swalayan Kefamenanu dan mengukur persepsi, pengetahuan dan keterampilan responden yang dilakukan dengan menggunakan skala likert yang merupakan skala ordinal. Untuk setiap indikator akan diajukan sejumlah pertanyaan kepada setiap responden yang pernah melakukan keputusan pembelian di JabalMart Swalayan Kefamenanu dalam beberapa bentuk.

Berdasarkan Levis (2010:173) dalam Leo (2018) rumus yang digunakan untuk menentukan kategori persepsi populasi yaitu:

$$PS-P = \left(\frac{\bar{x}^{PS-p}}{5} \right) \times 100\%$$

Keterangan:

PS-P : Kategori Persepsi

\bar{x}^{PS-p} : Rata-Rata Skor Untuk Persepsi Populasi

5 : Berasal Dari Skor Tertinggi Skala Likert

Menurut Levis (2010:17) dalam Leo (2018), terdapat Lima kriteria pengambilan keputusan untuk mengukur presentase dari jawaban responden adalah sebagai berikut:

a. $\geq 20\% - 36\%$: Sangat tidak baik

b. $> 36\% - 52\%$: Tidak baik

- c. > 52% - 68% : Cukup baik
- d. > 68% - 84% : Baik
- e. > 84% - 100% : Sangat baik

2. Analisis Inferensial

a. Uji Asumsi Klasik

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linear dan dapat dipergunakan (*valid*) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji linieritas, dan normalitas (Ghozali,2005:46) dalam Yudiaatmaja (2013:73).

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Yudiaatmaja, 2013:74). Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Data distribusi normal dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik dari pengambilan keputusan. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas. Begitu pula sebaliknya jika data yang menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau garis histogramnya, menunjukkan distribusi normal di bawah kurva normal, maka model regresi memenuhi.

b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram, tidak menunjukkan distribusi normal dibawah kurva normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Linieritas

Pengujian linieritas berfungsi atau bertujuan untuk mengetahui apakah penelitian linier (lurus) atau tidak linier (tidak lurus). Hasil pengujian linieritas yang menunjukkan tidak linier sama artinya data yang didapatkan dari para responden menunjukkan bahwa data yang menjadi alat ukur penelitian untuk mengungkapkan masalah pada setiap indikator yang dijadikan kuesioner penelitian kurang konsisten, meskipun indikator-indikator tersebut masih tercakup dalam satu kesatuan konsep operasional variabel. Hal ini berpengaruh terhadap angka standar deviasi (penyimpangan). Jika hasil pengujian linieritas menunjukkan hasil yang tidak linier maka pengolahan data tidak bisa dilanjutkan kedalam pengukuran pengaruh/hubungan dan pengujian hipotesis. Alasannya, data yang didapatkan dari para responden dianggap kurang konsisten untuk meregresikan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

3) Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independent). Dalam multi regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi

maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesamanya sama dengan nol (Ghozali, 2005 dalam Yudiatmaja, 2013:78). Jika pada model persamaan regresi mengandung gejala multikolinieritas, berarti terjadi korelasi (mendekati sempurna) antara variabel bebas. Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan *Variance inflation factor* (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas terpilih yang tidak dijelaskan untuk variabel bebas lainnya. Jika nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1 / \text{Tolerance}$). Nilai Cutoff yang sering dipakai untuk menjelaskan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$ (Ghozali, 2005 dalam Yudiatmaja, 2013:78).

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu heteroskedastisitas. Jika varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain maka disebut homoskedastisitas, dan jika *variens* berbeda disebut heteroskedastisitas (Yudiatmaja, 2013:82). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SPRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik

scatterplot antara SPRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y_{pred} - Y_{sesungguhnya}$) yang telah di-studentized, dasar analisisnya:

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

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda menurut Riduwan dan Sunarto (2013) ialah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kasual antara dua variabel bebas atau lebih. Pada penelitian ini, analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu potongan harga (X_1), paket bonus (X_2), dan suasana toko (X_3), terhadap variabel terikat pembelian impulsif (Y), baik secara bersama-sama (simultan) maupun secara parsial, dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y : Variabel pembelian impulsif

beta 1 : Koefisien regresi variabel potongan harga

- beta2 : Koefisien regresi variabel paket bonus
- beta3 : Koefisien regresi variabel suasana toko
- X1 : Variabel potongan harga
- X2 : Variabel paket bonus
- X3 : Variabel suasana toko

c. Pengujian Hipotesis Statistik

1) Uji Parsial (Uji “ t”)

Menurut Sugiyono (2017:161), uji pengaruh secara parsial (uji“t”) bertujuan untuk menguji secara parsial pengaruh variabel potongan harga (X_1), paket bonus (X_2), dan suasana toko (X_3) terhadap variabel terikat pembelian impulsif (Y), maka formulasi uji “t” yang digunakan sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

b_i : Koefisien regresi

S_{b_i} : Simpangan baku (*standart error*)

Taraf signifikansi α : 0,05

Hipotesis statistik :

a) H_0 : $b_i = 0$, artinya secara parsial potongan harga (X_1), paket bonus (X_2) dan suasana toko (X_3) tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel pembelian impulsif (Y).

b) H_a : $b_i \neq 0$, secara parsial potongan harga (X_1), paket bonus (X_2)

dan suasana toko (X_3) mempunyai pengaruh terhadap variabel pembelian impulsif (Y).

Kaidah pengambilan keputusan:

- a) Jika $\text{sig} \geq \alpha$ (0,05), maka terima H_0 dan tolak H_a , artinya secara parsial variabel potongan harga (X_1), paket bonus (X_2) dan suasana toko (X_3) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel pembelian impulsif (Y).
- b) Jika $\text{sig} < \alpha$ (0,05), maka terima H_a dan tolak H_0 , artinya secara parsial potongan harga (X_1), paket bonus (X_2) dan suasana toko (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel pembelian impulsif (Y).

2) Uji Simultan (Uji “F”)

Menurut Sugiyono (2017:163), uji bersama-sama (uji“F”) bertujuan untuk menguji secara simultan pengaruh potongan harga (X_1), paket bonus (X_2) dan suasana toko (X_3) terhadap variabel terikat pembelian impulsif (Y), maka formulasi uji F yang digunakan sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{JKR/(k-1)}{JKE/(n-k)}$$

Keterangan:

JKR : Jumlah kuadrat regresi

JKE : Jumlah kuadrat error

n : Banyaknya responden

k : Banyaknya variabel

Taraf signifikan $\alpha = 0,05$

Hipotesis Statistik:

- a) $H_0 : b_i = 0$, artinya secara simultan variabel potongan harga (X_1), paket bonus (X_2) dan suasana toko (X_3) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat pembelian impulsif (Y).
- b) $H_a : b_i \neq 0$, minimal salah satu variabel artinya secara simultan variabel potongan harga (X_1), paket bonus (X_2) dan suasana toko (X_3) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat pembelian impulsif (Y).

Kaidah pengambilan keputusan:

- (1) Jika nilai signifikan $\geq \alpha$ (0,05), maka terima H_0 dan tolak H_a , artinya secara simultan variabel potongan harga (X_1), paket bonus (X_2) dan suasana toko (X_3) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel pembelian impulsif (Y).
- (2) Jika nilai signifikan $< \alpha$ (0,05), maka terima H_a dan tolak H_0 , artinya secara simultan variabel potongan harga (X_1), paket bonus (X_2) dan suasana toko (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel pembelian impulsif (Y).

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen, yaitu potongan harga (X_1), paket bonus (X_2) dan suasana toko (X_3) secara bersama-sama terhadap variabel terikat, yaitu pembelian impulsif

(Y). Selanjutnya koefisien determinasi menggunakan rumus, sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{JKR}{JKT} \times 100\%$$

Keterangan:

R^2 : Koefisien Determinasi

JKR : Jumlah Kuadrat Regresi

JKT : Jumlah Kuadrat Total

Pada perhitungan regresi tersebut akan diperoleh koefisien determinasi ganda (R^2) yang digunakan untuk mengukur tingkat ketepatan yang paling baik dari model regresi yang digunakan. Jika R^2 yang diperoleh mendekati 1 (satu), maka semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Jika R^2 yang diperoleh mendekati 0 (nol), maka semakin lemah model tersebut dalam menerangkan variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat).