

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data kongkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat *positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2008;12-13). Subjek penelitian yang digunakan yakni Bapak/Ibu masyarakat Kabupaten Gresik yang berkunjung di Hypermart Gresik.

3.2 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan Hypermart Matahari di Jl. Veteran Kecamatan Kebomas Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008;115).

Dalam penelitian ini, populasi penelitian adalah masyarakat yang berkunjung dan melakukan pembelian di hypermart store di Gresik.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2008;116) 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, untuk itu menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sampel yang diambil sebagai penelitian harus representative (mewakili).

Ukuran sampel yang baik dalam penelitian antara 30-500 responden, Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebesar 100 responden (Roscoe dalam Sugiyono, 2008;129). penelitian ini adalah *Incidental Sampling*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila peneliti memandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2008;122).

3.4 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Identifikasi Variabel

Berdasarkan permasalahan dan hipotesis yang diajukan, maka variabel yang dianalisis dan dioperasionalkan terdiri dari dua macam yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dapat diterangkan sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X) yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain, yaitu Atmosfer gerai
2. Variabel perantara (Y) nilai hedonik dan variabel terikat (Z) pembelian impulsif.

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain (Sugiyono; 2008: 58). Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian. Secara lebih rinci, operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*independent Variabel*) (X) dalam penelitian ini adalah Atmosfer Gerai. Atmosfer gerai adalah gambaran suasana keseluruhan dari sebuah gerai yang diciptakan oleh elemen fisik anatar lain : (*Visual, Lighting, Audio, Temperature, Store Layout*)
2. Variabel perantara sebagai mediasi (Y) dalam penelitian ini yaitu nilai *hedonic* yaitu kesenangan, keingintahuan, pengalaman, sosial dan hiburan.
3. Variabel terikat (*Dependent Variabel*) (Z) dalam penelitian ini adalah Pembelian impulsif yaitu sebagian dari pembelian yang tidak terencana, disebabkan oleh pernyataan, emosional, spontanitas, rangsangan (stimulus) yang diputuskan langsung di lokasi belanja.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu,

teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2008:13).

3.5.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Menurut Sugiyono (2008;193) Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data primer didapat dari pengisian *questioner* oleh pelanggan Hypermart.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Instrumen atau alat yang digunakan untuk pengambilan atau pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran *questioner* (angket). Questioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2008;199). Penyebaran angket pada penelitian ini akan disebarakan pada pelanggan yang berada di Hypermart Gresik.

Skala pengukuran variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Skala Likert*, yaitu skala yang berasal dari pernyataan kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan, dan digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008;132)

Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS) : diberi skor 5

Setuju (S)	: diberi skor 4
Ragu-Ragu (RR)	: diberi skor 3
Tidak Setuju (TS)	: diberi skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: diberi skor 1

Pada penelitian ini responden memilih salah satu dari kategori jawaban yang tersedia, kemudian masing-masing jawaban diberi skor tertentu. Skor responden dijumlahkan dan jumlah ini merupakan total skor. Total skor inilah yang ditafsir sebagai posisi responden dalam *Skala Likert*.

3.7 Uji Instrument

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dan Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah item-item tersebut benar-benar mengukur konsep-konsep yang dimaksudkan dalam penelitian ini dengan tepat. Butir-butir pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dari kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dan dipadukan dengan penjabaran atas definisi teoritis dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini memberikan dukungan bahwa butir-butir pengukuran yang dijadikan indikator konstruk terbukti memiliki validitas isi (*content validity*) yaitu butir-butir pengukuran tersebut merupakan alat ukur yang mencukupi dan representative yang telah sesuai dengan konsep teoritis (Ghozali, 2006:88). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam uji validitas dapat digunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dan dapat pula digunakan rumus teknik korelasi *Product Moment* (Husein Umar dalam Made Novandri, 2010:33):

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi
N = jumlah observasi/responden
X = skor pertanyaan
Y = skor total

Jika r hitung > dari r table (uji 2 sisi dengan tingkat signifikansi 5%) maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. (Imam Ghazali dalam Made Novandri, 2010:34).

Untuk mengukur variabel jawaban responden dikatakan *reliable* jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Koefisien *Cronbach Alpha* yang > 0,60 menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrumen (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama) dan jika koefisien *Cronbach Alpha* yang < 0,60 menunjukkan kurang handalnya instrumen (bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan

yang berbeda). Selain itu, *Cronbach Alpha* yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.

3.8 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal/ mendekati normal. Cara untuk mengetahui normalitas adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan *plotting* data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang memberikan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2005;110).

Data normal dan tidak normal dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, tidak menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.9 Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik

seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal ialah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesamanya sama dengan nol (Ghozali, 2001; 91). Multikoleniaritas dapat diketahui dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka regresi bebas dari multikoleniaritas. Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika *tolerance* > 10% dan VIF < 10% maka tidak terjadi Multikoleniaritas.
- b. Jika *tolerance* < 10% dan VIF > 10% maka terjadi Multikoleniaritas

3.10 Teknis Analisis Data

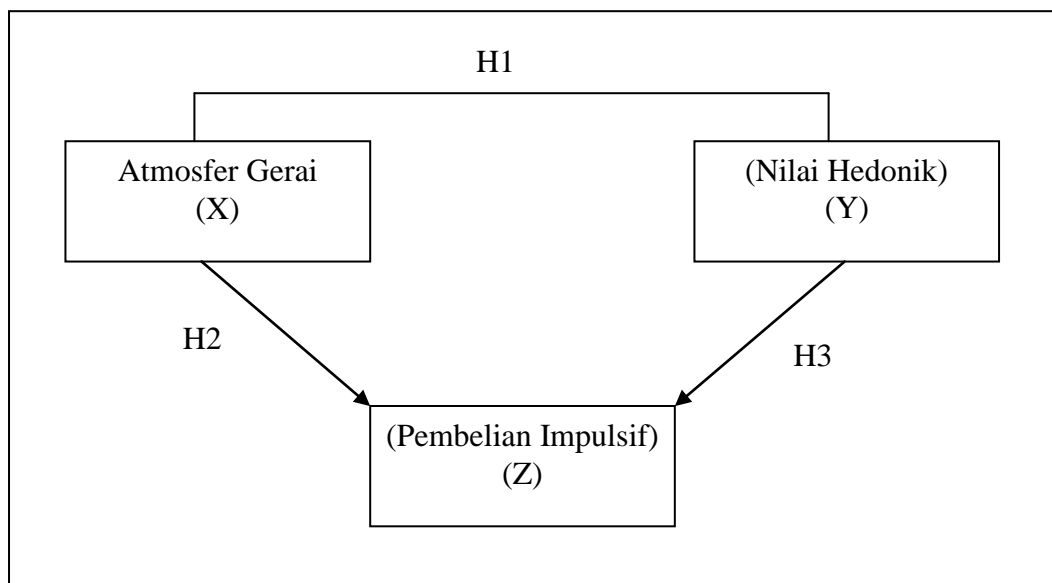
Teknik analisis data yang digunakan adalah *Path Analysis*. Analisis jalur ialah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung. (Robert D. Retherford 1993) dalam bukunya (Sarwono, 2012; 17).

Sarwono (2012; 17) menyatakan bahwa tujuan dari *Path Analysis* adalah :

1. Melihat hubungan antar variabel dengan didasarkan pada model apriori.
2. Menerangkan mengapa variabel-variabel berkorelasi dengan menggunakan suatu model yang berurutan secara temporer.
3. Menggambar dan menguji suatu model matematis dengan persamaan yang mendasarinya.
4. Mengidentifikasi jalur penyebab suatu variabel tertentu terhadap variabel lain yang dipengaruhinya.

5. Menghitung besarnya pengaruh satu variabel independen exogenous atau lebih terhadap variabel dependen endogenous lainnya.

Metode pengumpulan data ini menggunakan metode *Path Analysis* (Analisis Jalur) dengan model gabungan antara regresi linier berganda dengan model mediasi (variabel perantara) dimana variabel X berpengaruh terhadap variabel Z secara langsung dan secara tidak langsung mempengaruhi juga terhadap variabel Z melalui perantara variabel Y.



Metode *path analysis* dalam penelitian ini menggunakan persamaan :

Persamaan structural 1 $Y = \rho_{yx}X + e_1$
Persamaan structural 2 $Z = \rho_{zx}X + e_2$
Persamaan structural 3 $Z = \rho_{zy}Y + e_3$
Persamaan structural 4 $Z = \rho_{zx}X + \rho_{zy}Y + e_4$

Keterangan :
 p = Koefisien
 X = Atmosfer Gerai
 Y = Nilai Hedonik
 Z = Pembelian Impulsif
 E = Standar Error

3.11 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan agar dapat diketahui apakah diantara variabel ada yang mempunyai pengaruh harus dilakukan pengujian Hipotesis. Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat dinilai dengan *Goodness of Fit*-nya. Secara statistik setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik T. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak), sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima (Ghozali, 2001). Dalam menentukan uji hipotesis penelitian ini akan diperoleh :

H_0 : artinya tidak ada hubungan linier antara variabel *exogeneous* (independen) atmosfer gerai dengan variabel *endogeneous* (dependen) nilai hedonik dan pembelian impulsif.

H_1 : artinya ada hubungan linier antara variabel *exogeneous* (independen) atmosfer gerai dengan variabel *endogeneous* (dependen) nilai hedonik dan pembelian impulsif.

3.11.1 Uji t

Pengujian secara individual (uji-t) yaitu pengujian koefisien regresi secara parsial atau sendiri – sendiri dengan menentukan formula statistic yang akan diuji, dengan hipotesa:

H_0 : $b_1 = 0$, artinya tidak ada pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen .

Ha: $b_1 = 0$, artinya ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

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

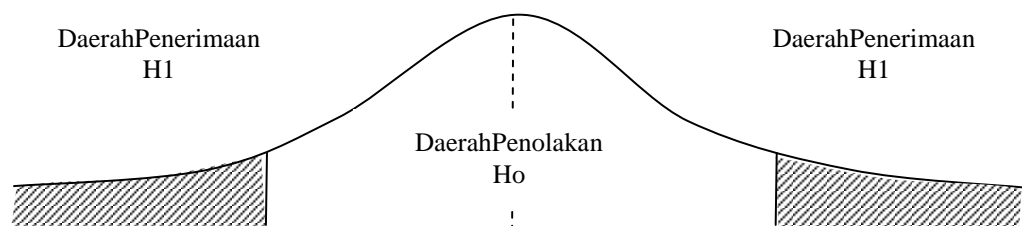
Keterangan :

b_i = Koefisien Regresi

S_{b_i} = standar error

Tingkat signifikansi $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (Priyanto 2009;85).

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya ada pengaruh antara variabel bebas (x) dan variabel terikat (y)
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel terikat (y) dan variabel bebas (x)
3. Kriteria pengujian sebagai berikut:



Gambar 3.1
Kurva Distribusi Penolakan / Penerimaan

Kriteria Pengujain :

1. Jika $t_{hitung} > t_{table}$ = H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
2. Jika $t_{hitung} < t_{table}$ = H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.