BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data – data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut yang berjudul "Dampak Respon Lingkungan Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif".

Di dalam penelitian ini, penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel yang akan diteliti di dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel *independent* (variabel bebas), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel *independent* (variabel X) dalam penelitian ini adalah respon lingkungan berbelanja
2. Variabel *dependent* (variabel tidak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent.* Variabel *dependent* (variabel Y) dalam penelitian ini adalah perilaku pembelian impulsif.

respon lingkungan berbelanja merupakan faktor penyebab, sedangkan perilaku pembelian impulsif merupakan faktor akibat. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu teknik atau suatu cara untuk mencari, memperoleh, mengumpulkan, atau mencatat data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun karya ilmiah atau penelitian dan kemudian menganalisis faktor faktor yang berhubungan dengan pokok pokok permasalahan sehingga akan didapat suatu kebenaran atas data yang diproleh.

Penelitian ini dilakukan dengan melihat peranan respon lingkungan berbelanja dengan perilaku pembelian impulsif yang didapat dari penyebaran kuisioner kepada para responden. Untuk itu peneliti menggunakan metode *survai Explanatory*. Menurut **Husein Umar (2002:76)** Survai Explanatory yaitu: "Survai yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis. Survey dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data".

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan metode penelitian *deskriptif* dan penelitian *verifikatif* yang dijelaskan melalui pengumpulan data di lapangan.

1. Penelitian Deskriptif

   Menurut Umi Narimawati (2008:21) ialah "menggambarkan atau menguraikan hasil penelitian melalui mengungkapkan berupa narasi, grafik maupun gambar".

   Metode ini digunakan untuk menjawab tujuan penelitian (1) mengenai respon lingkungan berbelanja , (2) mengetahui perilaku pembelian impulsif.

2. Penelitian Verifikatif

   Menurut Umi Narimawati (2008:21) ialah "pengujian hipotesis penelitian melalui alat analisis statistik".

   Metode ini digunakan untuk menjawab tujuan penelitian (3) mengetahui dampak respon lingkungan berbelanja terhadap perilaku pembelian impulsif.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian, karena langkah dalam melakukan penelitian mengacu kepada desain penelitian yang telah dibuat.

Menurut **sugiyono (2008:18)**, menjelaskan proses penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sumber masalah
2. Rumusan masalah
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Pengajuan hipotesis
5. Metode penelitian
6. Menyusun instrument penelitian.
7. Kesimpulan

Berdasarkan proses penelitian yang dijelaskan diatas, maka desain pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumber masalah

   Peneliti menentukan masalah masalah sebagai fenomena untuk dasar penelitian.

2. Perumusan masalah

   Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabanya melalui pengumpulan data. Proses penemuan masalah merupakan tahap penelitian yang paling sulit karena tujuan penelitian ini adalah menjawab masalah penelitian sehingga suatu penelitian tidak dapat dilakukan dengan baik jika msalah tidak dirumuskan secara jelas. Rumusan masalah atau pertanyaan penelitian akan mempengaruhi pelaksanaan tahap selanjutnya didalam tahap penelitian. Pada penelitian ini masalah masalah dirumuskan melalui suatu pertanyaan, yang akan diuji dengan cara menguji hipotesis.

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

   Untuk menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara (hipotesis) maka, peneliti dapat membaca referensi teoritis yang relevan dengan msalah dan berfikir. Selain itu penemuan penelitian sebelumnya yang relevan juga dapat digunakan juga sebagai bahan untuk memberikan jawaban sementara terhadap masalah penelitian (hipotesis). Telaah teoritis mempunyai tujuan untuk menyusun kerangka teoritis yang menjadi dasar untuk menjawab masalah atau pertanyaan penelitian yang merupakan tahap penelitian dengan menguji terpenuhinya criteria pengetahuan yang rasional.

4. Pengajuan hipotesis

   Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (faktual) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat dalam penelitian ini adalah respon lingkungan berbelanja berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif

5. Metode penelitian

   Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisten yang dikehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah survey dengan teknik analisis statistic deskriptif dan verifikatif.

6. Menyusun instrument penelitian

   Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusun instrument penelitian. Instrument ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrument pada penelitian ini berbentuk kuisioner, untuk pedoman wawancara dan observasi. Sebelum instrument digunakan untuk pengumpulan data, maka instrument penelitian harus terlebih dahulu diuji validitas dan reabilitasnya. Dimana validitas digunakan untuk mengukur kemampuan sebuah alat ukur dan reabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana pengukuran tersebut dapat dipercaya. Setelah data terkumpul maka selanjutnya dianalisis untuk menjawab rumusan masalah dan menguji

hipotesis yang diajukan dengan teknik statistika tertentu. Pada penelitian ini peneliti mengunakan analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi pearson (hubungan antara variabel X dan Y), dan untuk menguji peran respon lingkungan berbelanja (variabel X) dengan dengan perilaku pembelian impulsif (variabel Y) digunakan koefisien determinasi.

Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Operasional variable merupakan proses penguraian variabel penelitian kedalam sub variabel, dimensi, indicator sub variable, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasional variable dilakukan bila dasar konsep dan indikator masing masing variable sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis factor.

Sesuai dengan judul penulis, mengenai dampak respon lingkungan berbelanja terhadap perilaku pembelian impulsif, maka konsep variabel yang akan diteliti ada 2 yaitu;

a. Respon lingkungan berbelanja (X) merupakan Independent Variabel

b. Perilaku pembelian impulsif (Y) merupakan Dependent Variabel

Untuk dapat memperlancar pengumpulan data dan pengumpulanya, maka masing masing variable dan sub variabelnya dalam penelitian ini akan didefinisikan secara rinci untuk dijabarkan kedalam masing masing indikator serta skala pengukuranya.

Table 3.1

Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Sumber	Skala	Kode
1	2	3	4	5	6
Respon lingkungan berbelanja (Variabel X) Merupakan	• Kesenangan *(pleasure)*	• Perasaan nyaman dengan suasana berbelanja yang tenang. • Perasaan nyaman dengan keleluasaan berbelanja. • Perasaan puas dengan pemberian diskon besar-besaran. • Perasaan santai dalam berbelanja.	Pelanggan	Ordinal	A1 A2 A3 A4

	• Kegairahan *(arousal)*	• Perasaan tertarik terhadap suasana lingkungan berbelanja yang memberikan program promosi pada produk. • Perasaan lebih bersemangat berbelanja karena adanya diskon besar-besaran. • Rasa ingin tahu yang kuat terhadap produk-produk yang ditampilkan.	Pelanggan	Ordinal	A5 A6 A7
	• Dominasi *(dominance)*	• Pembeli dipengaruhi oleh suasana lingkungan berbelanja. • Pembeli dipandu oleh suasana lingkungan berbelanja dalam melakukan pembelian.	Pelanggan	Ordinal	A8 A9
Perilaku pembelian impulsif (variabel Y) "Pembelian tanpa rencana" yang bercirikan "(1) pengambilan keputusan yang relatif cepat (2) prasangka subjektif dalam keinginan untuk segera memiliki suatu barang"	• Urgensi untuk membeli	• Urgensi membeli • Daftar belanja • Perasaan yang kuat • Urgensi yang mendadak	Pelanggan	Ordinal	B10 B11 B12 B13
	• Efek positif	• Rasa gembira • Tingkat antusias • Rasa bangga • Rasa bersemangat	Pelanggan	Ordinal	B14 B15 B16 B17
	• Efek negatif	• Rasa tertekan • Rasa bingung • Rasa marah	Pelanggan	Ordinal	B18 B19 B20

(Rook & Gardner, 1993, p. 3; lihat juga Rook, 1987; Rook & Hoch, 1985).	• In-Store Browsing	• Persentase waktu • Hanya sekedar melihat-lihat • Item yang direncanakan	Pelanggan	Ordinal	B21 B22 B23
	• Kenikmatan berbelanja	• Menghabiskan waktu • Kegiatan di waktu senggang • Tingkat kesenangan • Tingkat kefavoritan	Pelanggan	Ordinal	B24 B25 B26 B27
	• Ketersediaan waktu	• Waktu tertentu • Tingkat ketergesa-gesaan • Tekanan waktu	Pelanggan	Ordinal	B28 B29 B30
	• Ketersediaan uang	• Kemampuan membeli • Tingkat anggaran belanja • Kelebihan uang	Pelanggan	Ordinal	B31 B32 B33
	• Kecenderungan pembelian impulsif	• Pembelian yang tidak dimaksudkan • Pembelian yang tidak direncakanan • Tingkat spontanitas	Pelanggan	Ordinal	B34 B35 B36
	• Impulsivitas	• Urgensi spontan untuk membeli • Ketidaktahanan untuk tidak membeli	Pelanggan	Ordinal	B37 B38

3.2.3 Metode Penarikan Sampel

3.2.3.1 Populasi

Populasi menurut sugiyono (2009:80**)** adalah sebagai berikut: "populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Berdasarkan penjelasan di atas, dalam penelitian ini sasaran populasi yang akan dipilih adalah pelanggan Blossom Factory Outlet dengan jumlah pengunjung pada bulan Maret sebanyak 7450 pengunjung.

3.2.3.2 Sampel

Pengertian sampel yang dijelaskan oleh Sugiyono (2009:81) adalah: "Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sedangkan penetapan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus dari ***Slovin*** yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini sebesar 10%).

Dengan menggunakan rumus tersebut ukuran sampel secara keseluruhan dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{7450}{(1 + 7450(0.1)^2)}$$

$$n = \frac{7450}{(1 + 75.5(0.01))}$$

$$n = \frac{7450}{75.5}$$

$$n = 98.67 \approx 99$$

Jadi diketahui dari perhitungan ukuran sampel secara keseluruhan dengan tingkat kesalahan sebesar 10% adalah sebanyak 98.67% responden dibulatkan menjadi 100 responden.

Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *probability Sampling*. Menurut Sugiyono (2009:84) *Probability Sampling* adalah "Teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel ".

Dengan teknik pengambilan sampel *random (Random sampling).* Teknik penentuan sampel, berdasarkan secara acak, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

3.2.4.1 Jenis Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data yang berhubungan dengan dampak respon lingkungan berbelanja terhadap perilaku pembelian impulsif. Data yang dikumpulkan dan digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer merupakan data yang didapat secara langsung dari sumber sumber pertama baik dari individu maupun kelompok. Data primer ini diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuisioner kepada responden yang telah melakukan pembelian.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan, baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain. Data ini diperoleh *melalui informasi dari perusahaan mengenai gambaran perusahaan serta informasi lain yang dapat mendukung Penelitian.*

3.2.4.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Studi lapangan

   Yaitu suatu rangkaian penelitian yang dilakukan secara langsung untuk mendapatkan data primer. Data primer ini selanjutnya akan dianalisis dan dibahas untuk mengambil kesimpulan. Teknik yang diambil dalam penelitian lapangan adalah :

- Observasi adalah pengumpulan data melalui pengamatan dan pencataan oleh pengumpul data terhadap gejala/peristiwa yang diselidiki pada objek penelitian.
- Wawancara, penulis melakukan wawancara dengan staff perusahaan untuk memperoleh gambaran umum tentang dampak respon lingkungan berbelanja terhadap perilaku pembelian impulsif dan untuk memperoleh data data yang diperlukan.
- Penyebaran angket (kuisioner) yaitu pengumpulan data dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan untuk mengetahui tanggapan responden tentang dampak respon lingkungan berbelanja terhadap perilaku pembelian impulsif.

b. Studi Dokumentasi

Yaitu mempelajari dukumen dokumen yang ada di perusahaan yang berkenaan dengan masalah yang diteliti, seperti dokumen mengenai sejarah perkembangan perusahaan, struktur organisasi perusahaan sebagainya yang menunjang penelitian.

3.2.5 Metode Analisis dan Perancangan Uji Hipotesis

3.2.5.1 Metode Analisis

Sebelum data di analisis, terlebih dahulu dilakukan pengolahan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai *(scoring)* sesuai dengan sistem yang ditetapkan. *Scoring* dilakukan dengan menggunakan skala likert 5 – 4 – 3 – 2 – 1.

dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Akan tetapi sebelum melakukan pengolahan data, penulis terlebih dahulu melakukan uji kualitas data dengan pengujian validitas dan realibitas.

Data yang diperoleh sebagai hasil penyebaran dari kuesioner bersifat ordinal, maka agar analisis dapat dilanjutkan maka skala pengukurannya harus dinaikkan ke skala pengukuran yang lebih tinggi, yaitu skala pengukuran interval agar dapat diolah lebih lanjut. Untuk itu maka digunakan *Method of Succesive Interval* (MSI) dari Thurstone dalam Harun Al Rasyid (1996:33), yang pada dasarnya adalah suatu prosedur untuk menempatkan setiap objek ke dalam interval. Adapun langkah-langkah dalam melakukan tranformasi menurut Harun Al Rasyid adalah sebagai berikut:

a. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan).
b. Menentukan proporsi setiap responden yaitu dengan cara membagi frekunsi dengan jumlah sampel.
c. Menentukan proporsi secara berurutan untuk setiap responden sehingga diperoleh proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran normal baku.
d. Menentukan nilai Z untuk masing-masing proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran normal baku.
e. Menghitung Scale Of Value (SV) untuk masing-masing proporsi responden, dengan rumus:

$$Scale\ Of\ Value = \frac{Densityatlower\lim - densityatupper\lim}{areaunderupper\lim - areaunderlower\lim}$$

Keterangan:

- *Density at lower limit* = Kepadatan Batas Bawah
- *Density at upper lim* = Kepadatan Batas Atas
- *Area under lower limit* = Daerah di Bawah Batas Bawah
- *Area under upper limit* = Daerah di Bawah Batas Atas

f. Mengubah *Scale Of Value*(SV) terkecil menjadi sama dengan satu (1) dan mentrasformasikan masing-masing skala menurut perubahan skala terkecil sehingga diperoleh *Transformed Scale Of Value* (TSV) dengan rumus $Y = SV + \left[1 + \left|SV\min\right|\right]$

Pada prinsipnya, menaikkan data dari skala ordinal menjadi data interval merupakan hal yang relatif mudah, namun karena setiap atribut harus dinaikkan satu per satu, maka pekerjaan ini menjadi rumit dan membosankan karena membutuhkan ketelitian dan waktu yang relatif lama. Untuk mengatasi masalah ini, peneliti menggunakan program MSI pada *Ms.Excel* yang digunakan untuk mentransformasikan dari data ordinal menjadi data interval.

3.2.5.1.1 Uji Kualitas Data

Kesimpulan jawaban yang berupa jawaban atau pemecahan masalah penelitian dibuat berdasarkan hasil proses pengujian data yang meliputi : pemilihan, pengumpulan dan analisis data. Ada dua konsep untuk mengukur kualitas data yaitu validitas dan reliabilitas artinya suatu penelitian akan menghasilkan kesimpulan yang bisa jika datanya kurang reliabel dan kurang

valid, sedangkan kualitas data penelitian ditentukan oleh kualitas instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data.

3.2.5.1.1.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur, dalam bentuk kuisioner mengukur apa yang hendak diukur. Dengan menggunakan rumus korelasi *produk-moment pearson*,guna menghitung korelasi antara masing masing pertanyaan dengan skor total. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pertanyaan mana yang valid dan mana yang tidak valid. Dirumuskan :

$$\boldsymbol{r\,xy} = \frac{\boldsymbol{n\,XiY} - (\boldsymbol{Xi}\,\boldsymbol{Y})}{\sqrt{\{\boldsymbol{n}\boldsymbol{Xi^2} - (\boldsymbol{Xi})^2\} \times \{\boldsymbol{n}\boldsymbol{Y^2} - (\boldsymbol{Y})^2\}}}$$

Dimana :

r xy : Koefisien korelasi Pearson antara item instrument yang akan digunakan dengan variabel yang bersangkutan

Xi : Skor tiap-tiap item instrument yang akan digunakan

Y : Skor semua item instrument dalam variabel tersebut

n : Jumlah responden

Untuk uji validitas item tersebut digunakan program SPSS 13.0 for windows.

Pengujian statistika mengacu pada kriteria :

$r_{hitung} > r_{kritis}(r_{tabel})$ maka valid.

$r_{hitung} < r_{kritis}(r_{tabel})$ maka tidak valid

Tabel 3.2

Rekapitulasi Hasil Validitas Variabel X

Variabel	Item Pertanyaan	Validitas		
		Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
X	1	0,760	0,300	Valid
	2	0,736	0,300	Valid
	3	0,844	0,300	Valid
	4	0,777	0,300	Valid
	5	0,820	0,300	Valid
	6	0,672	0,300	Valid
	7	0,764	0,300	Valid
	8	0,777	0,300	Valid
	9	0,824	0,300	Valid

Tabel 3.3

Rekapitulasi Hasil Validitas Variabel Y

Variabel	Item Pertanyaan	Validitas		
		Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Y	1	0,639	0,300	Valid
	2	0,418	0,300	Valid
	3	0,464	0,300	Valid
	4	0,429	0,300	Valid
	5	0,372	0,300	Valid
	6	0,563	0,300	Valid
	7	0,561	0,300	Valid
	8	0,561	0,300	Valid
	9	0,512	0,300	Valid
	10	0,464	0,300	Valid
	11	0,634	0,300	Valid
	12	0,621	0,300	Valid
	13	0,639	0,300	Valid
	14	0,440	0,300	Valid
	15	0,372	0,300	Valid
	16	0,464	0,300	Valid
	17	0,621	0,300	Valid
	18	0,634	0,300	Valid
	19	0,570	0,300	Valid
	20	0,640	0,300	Valid
	21	0,621	0,300	Valid
	22	0,634	0,300	Valid
	23	0,464	0,300	Valid
	24	0,429	0,300	Valid
	25	0,464	0,300	Valid
	26	0,634	0,300	Valid
	27	0,512	0,300	Valid
	28	0,621	0,300	Valid
	29	0,634	0,300	Valid

3.2.5.1.1.2 Uji Realibilitas

Uji reabilitas bertujuan untuk menunjukan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Jadi dengan kata lain reabilitas adalah indek sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan.

Pada umumnya kalau data itu reliabel dan obyektif, maka hasil penelitiannya akan valid. Menurut Simamora (2002: 63), reliabilitas adalah tingkat keandalan kuesioner.Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik belah dua ganjil genap, dimana penelitian dilakukan dengan mengelompokan butur bernomor ganjil sebagai belahan pertama dan mengelompokan butir belahan genap sebagai belahan ke dua. Rumus yang digunakan adalah sperman brown.

$$\boldsymbol{r\ sb = \frac{2\ rb}{1+rb}}$$ (Sugiyono, 2009:131)

r_{sb} : realiabilitas internal seluruh item

r_b : koefisien korelasi Pearson antara belahan ganjil dan genap

Semakin besar nilai koefisien reabilitas semakin reliable pula data tersebut. Tidak terdapat batasan yang disepakati untuk itu namun pada umumnya nilai koefisien reabilitas yang dapat diterima adalah 0,7 ke atas. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

$r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$ maka pernyataan dinyatakan valid

$r_{\text{hitung}} \leq r_{\text{tabel}}$ maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

Tabel 3.4
Hasil Realibilitas Variabel X

Variabel	Item Pertanyaan	Reliabilitas		
		Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
X	1	0,923	0,700	Reliabel
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			

Tabel 3.5
Hasil Realibilitas Variabel Y

Variabel	Item Pertanyaan	Reliabilitas		
		Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Y	1	0,916	0,700	Reliabel
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	15			
	16			
	17			
	18			
	19			
	20			
	21			
	22			
	23			
	24			
	25			
	26			
	27			
	28			
	29			

3.2.5.1.2 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2004:169) Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau

menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data deskriptif dengan mengunakan alat bantu analisis data statistik, yang dimaksudkan mendeskripsikan data variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum penelitian responden atau tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian.

Dalam metode analisis deskriptif dibuat kriteria pengklasifikasian yang mengacu pada ketentuan yan dikemukakan oleh Husein Umar (2000:224) dengan rumus :

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Klasifikasi}}$$

Keterangan :

Skor terendah = bobot terendah X Jumlah *item* X Jumlah responden

Skor tertinggi = bobot tertinggi X Jumlah *item* X Jumlah responden

- **Respon Lingkungan Berbelanja (Variabel bebas)**

  Skor tertinggi = 5 X 9 X 100
  = 4.500
  Skor terendah = 1 X 9 X 100
  = 900
  Maka,
  Rentang skor = $\frac{4.500 - 900}{5}$ = 720

- **Perilaku Pembelian Impulsif (Variabel Y)**

  Skor tertinggi = 5 X 29 X 100
  = 14.500
  Skor terendah = 1 X 29 X 100
  = 2.900

Maka,

Rentang Skor = $\frac{14.500 - 2.900}{5} = 2.320$

Berdasarkan ketentuan di atas, maka kriteria pengklasifikasian mengenai Respon Lingkungan Berbelanja dan pengaruhnya terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Blossom Factory Outlet adalah sebagai berikut:

Tabel 3.6

Kriteria Pengklasifikasian Rentang Skor

Variabel	Jumlah Skor		Jumlah Klasifikasi	Rentang Pengklasifikasian	
	Tertinggi	Terendah			
Respon Lingkungan Berbelanja	4500	900	5	Sangat tidak Efektif	(900 - < 1620)
				Tidak Efektif	(1620 - < 2340)
				Cukup efektif	(2340 - < 3060)
				Efektif	(3060 - < 3780)
				Sangat Efektif	(3780 - < 4500)
Perilaku Pembelian Impulsif	14500	2900	5	Sangat Rendah	(2900 - < 5220)
				Rendah	(5220 - < 7540)
				Cukup	(7540 - < 9860)
				Tinggi	(9860 - 12180)
				Sangat Tinggi	(12180 - <14500)

Sumber: Data Primer (diolah), 2010

3.2.5.1.3 Analisis Verifikatif

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan untuk mengetahui dampak respon lingkungan berbelanja terhadap perilaku pembelian impulsif adalah dengan menggunakan analisis statistic/uji statistic. Untuk mencari keeratan hubungan antar variable yang diteliti maka digunakan analisis korelasi, determinasi dan uji hipotesis.

3.2.5.1.3.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk menguji ada tidaknya dampak variabel X terhadap variabel Y, maka dilakukan analisis statistik dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Menurut Sugiyono (2006:204) analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Hubungan antara dua variabel ini digambarkan dengan sebuah model matematik yang disebut model regresi yang dirumuskan sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + bX}$$

Dimana:

Y = Pembelian Impulsif

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Respon lingkungan berbelanja

Adapun formulasi yang digunakan untuk mencari nilai a dan b masing-masing sebagai berikut:

$$a = \frac{\left(\sum y\right)\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum xy\right)}{n\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)^2}$$

$$b = \frac{n\left(\sum xy\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum y\right)}{n\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)^2}$$

Dimana:

a = Koefisien *Intercept*

b = Koefisien Regresi

3.2.5.1.3.2 Analisis Koefisien Korelasi *Product Moment Method (Pearson)*

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan dua variable, yaitu variable independent (Respon lingkungan berbelanja) dan variable dependent (Perilaku pembelian impulsif) yang diteliti, apakah mempunyai hubungan yang kuat atau lemah. Adapun korelasi yang digunakana dalam analisis ini yaitu rumus pearson melalui langkah langkah sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{\sqrt{\left\{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2\right\}\left\{n\sum Y_i^2 - \left(\sum Y_i\right)^2\right\}}}$$

Keterangan :

r = Nilai Korelasi *Pearson*

$\sum X_i$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

$\sum Y_i$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

$\sum X_i Y_i$ = Jumlah dari Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

$\sum Y^2$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan

n = Jumlah responden dalam uji coba instrument.

Dalam menggunakan interpretasi dari nilai korelasi, penulis menggunakan pedoman yang diberikan oleh Sugiyono (2003:149) sebagai berikut:

Tabel 3.8
Kriteria Nilai Korelasi

-1 ≤ r ≤1	Tingkat keeratan
0,80 – 1,00	Korelasi sangat kuat atau sempurna
0,60 – 0,79	Korelasi Kuat
0,40 – 0,59	Korelasi Sedang
0,20 – 0,39	Korelasi Rendah
0,00 – 0,19	Tidak ada korelasi atau Korelasi Lemah

Sumber : Sugiono (2000 : 183)

3.2.5.1.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis diterminasi digunakan untuk menunjukan seberapa besar dampak respon lingkungan berbelanja terhadap perilaku pembelian impulsif dan seberapa besar yang dipengaruhi oleh faktor lain. Maka dihitung koefisien determinasi (Kd) dengan asumsi faktor faktor lain diluar variabel dianggap konstan/tetap (*cateris parimbus)* .rumus koefisien determinasi yaitu :

$$\mathbf{K}d = \mathbf{r}^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

r = Kofisien Korelasi

Dimana :

Kd = 0 maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah.

Kd = 1 maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat.

Pengaruh tinggi rendahnya koefisien determinasi tersebut digunakan pedoman yang dikemukakan oleh **Guilford yang dikutip oleh Supranto (2001:227)** adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2

Tinggi Rendahnya Koefisien Determinasi

Pernyataan (dalam %)	Keterangan
< 5	Rendah sekali
5 - 16	Rendah tapi pasti
17 - 49	Cukup berarti
50 - 81	Tinggi atau kuat
> 81	Tinggi sekali

3.2.5.2 Perancangan Hipotesis

Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis, yaitu menentukan ada tidaknya dampak respon lingkungan berbelanja (Variabel X) sebagai variabel bebas terhadap perilaku pembelian impulsif (variabel Y) sebagai variabel tidak bebas / tergantung. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji , berdasarkan perumusan hipotesis yaitu:

Ho : $p = 0$ tidak terdapat pengaruh antara respon lingkungan berbelanja dan perilaku pembelian impulsif.

H1 : $p \neq 0$ terdapat pengaruh peranan antara respon lingkungan berbelanja dengan perilaku pembelian impulsif.

Untuk menguji hipotesis tersebut, maka dilakukan tes signifikan terhadap r dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{T hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$ (Sugiyono, 2009:184)

Dimana :

t = probabilitas

r = koefisien korelasi antara variabel X dan Variabel Y

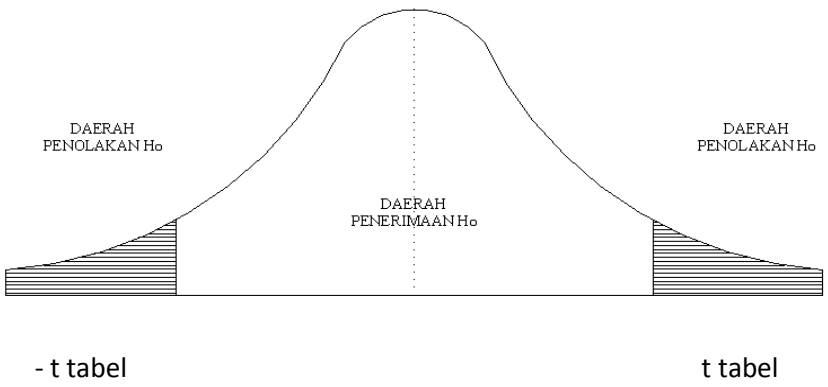
n = jumlah periode

Untuk dapat menarik kesimpulan terhadap hipotesis diatas dilakukan dengan membandingkan nilai nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan tingkat signifikan

sebesar 5% dan derajat kebebasan (dk) = n - 2 tersebut dipilih karena merupakan tingkat signifikan yang umum digunakan dalam penelitian ilmu sosial yang juga dinilai cukup ketat untuk mewakili hubungan variabel yang diteliti.

Kriteria penolakan dan permintaan hipotesis Ho adalah sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ada pada daerah penolakan, berarti H1 diterima/terdapat pengaruh yang berarti.
b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho ada pada daerah penerimaan, berarti H1 ditolak/tidak terdapat pengaruh yang berarti. Penarikan dilakukan berdasarkan pengujian hipotesis dan kriteria kriteria yang ditetapkan dengan teori untuk masalah yang diteliti.



Gambar 3.1

Daerah Penolakan dan Penerimaan H0