BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang diteliti dengan dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukan di Distro Linecoltd Bandung. yang berlokasi di Jalan Sumur No 7, Bandung. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data – data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut yang berjudul : **"Analisis Pengaruh Penataan Produk dan Respon Lingkungan Berbelanja Serta Dampaknya Terhadap Pembelian Impulsif pada Distro Linecoltd Bandung".**

Menurut **Husein Umar (2004:303)**, mengatakan bahwa "Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu".

Di dalam penelitian ini, penulis mengemukakan tiga 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* dalam penelitian ada 2 yaitu; Penataan Produk (Display) (X1) dan Respon Lingkungan Berbelanja (X2).

2. Variabel *dependent* (variabel tidak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent.* Variabel *dependent* (Y) dalam penelitian ini adalah Pembelian Impulsif.

3.2 Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah suatu teknis atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan atau mencatat data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah dan kemudian menganalisa faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan sehingga akan terdapat suatu kebenaran data-data yang akan diperoleh. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif.

Metode penelitian menurut **Sugiyono (2009:2)** ”Pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif”

Metode Deskriptif menurut **Sugiyono (2009:206)** “Penelitian yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi”.

Adapun tujuan penelitian Deskriptif menurut **Husein Umar (2004:47)** yaitu untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.

Pendekatan verifikatif menurut **Sugiyono (2005 : 21)** adalah : "metode verifikatif adalah memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".

Tujuan dari metode verifikarif yaitu merupakan pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif melalui suatu perhitungan statistik, Penelitian yang digunakan untuk menguji variabel X1 dan X2 pengaruhnya terhadap Y yang akan diteliti. sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Adapun obyek yang di uji dalam penelitian ini adalah **"**Pengaruh Penataan Produk dan Respon Lingkungan Berbelanja Serta Dampaknya terhadap Pembelian Impulsif pada Distro Linecoltd ".

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan, penelitian ini menggunakan Metode Survei Penjelasan (*Explanatory Survey Method*). Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dalam penelitian akan digunakan telaah statistika yang cocok, untuk itu dalam analisis menggunakan multiple regrestion (regresi berganda).

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 (2009:26)**, menjelaskan proses penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

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

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

1. Sumber masalah

   Peneliti menentukan masalah-masalah sebagai fenomena untuk dasar penelitian yaitu variabel Penataan Produk , variabel Respon Lingkungan Berbelanja dan variabel Pembelian Impulsif yang ada di Distro Linecoltd Bandung.

2. Perumusan masalah

Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya 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 masalahnya 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 (berhipotesis) maka, peneliti dapat membaca referensi teoritis yang relevan dengan masalah dan berfikir. Selain itu penemuan penelitian sebelumnya yang relevan juga dapat digunakan 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 kriteria 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 pada penelitian ini adalah pelaksanaan program kesejahteraan dampaknya

terhadap disiplin kerja karyawan. Untuk langkah-langkah pengujian hipotesis yaitu menentukan variabel pengukuran, menentukan hipotesis nol (Ho), menentukan hipotesis alternatif (Hi) dan menguji tingkat signifikan.

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 di kehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah, tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah teknik analisis data menggunakan statistik 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 kuesioner, untuk pedoman wawancara atau observasi. Sebelum instrument digunakan untuk pengumpulan data, maka instrument penelitian harus terlebih dulu di uji validitas dan reliabilitasnya. Dimana validitas digunakan untuk mengukur kemampuan sebuah alat ukur dan reliabilitas 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 statistik tertentu. Pada penelitian ini untuk menguji adanya hubungan Penataan Produk (variabel X1) dan Respon Lingkungan Berbelanja (variabel X2) dengan Pembelian Impulsif (variabel Y) digunakan

korelasi *pearson*, dan untuk menguji peran Penataan Produk (variabel X1) dan Respon Lingkungan Berbelanja (variabel X2) dengan Pembelian Impulsif (variabel Y) digunakan koefisien determinasi.

7. Kesimpulan

   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 bemanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional Variabel

Menurut **Umi Narimawati (2007:61)** menyatakan bahwa operasional variabel adalah proses penguraian variabel penelitian ke dalam subvariabel, dimensi, indikator subvariabel, dan pengukuran. Sebelum hubungan antar variabel diadakan pengujian, setiap variabel akan di ukur dan dijabarkan melalui operasional variabel.

Variabel–variabel penelitian ini bersumber dari kerangka teoritik yang dijadikan dasar penyusunan konsep berfikir yang menggambarkan secara abstrak suatu gejala sosial, variasi nilai dari konsep disebut variabel dalam setiap penelitian selalu didefinisikan atau dibatasi pengertiannya secara operasional. Variabel–variabel yang dioperasikan adalah semua variabel yang terkandung dalam hipotesis penelitian yang dirumuskan, yaitu dengan cara menjelaskan pengetahuan–pengetahuan konkret

dari setiap variabel, sehingga indikator–indikator dan kemungkinan derajat nilai atau ukurannya dapat ditetapkan.

Operasionalsasi variabel dimaksudkan untuk memperjelas variabel-variabel yang diteliti beserta pengukuran-pengukurannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian yaitu :

1. Variabel bebas *(Independent Variable)*

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat), **Sugiyono (2009:59)**. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Penataan Produk (Display) dan Respon Lingkungan Berbelanja

2. Variabel Terikat *(Dependent Variable)*

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, **Sugiyono (2009:59)**. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *Dependent* (terikat) Pembelian Impulsif.

Untuk lebih jelasnya, operasionalisasi variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Sumber Data
Display **(X1)**	Keinginan membeli sesuatu, yang tidak didorong oleh sesuatu, yang tidak di dorong oleh seseorang, tetapi didorong oleh daya tarik, atau penglihatan etaupun oleh perasaan lainnnya. (Buchari Alma 2009:189)	• Window Display	• Tingkat kerapihan • Tingkat daya tarik	Ordinal	Konsumen Distro Linecoltd Bandung
		• Interior Display	• Tingkat Kerapihan • Tingkat Daya Tarik		
		• Exterior Display	• Tingkat daya tarik • Tingkat Kejelasan		
Respon	" keputusan pembelian dapat	• Lingkungan Fisik	• Tingkat Kesesuaian		Konsumen Distro

Lingkungan Berbelanja (variabel X2)	didasari oleh faktor individu konsumen yang cenderung berperilaku afektif ditandai oleh perasaan yang direspon konsumen saat mengendalikan atau dikendalikan oleh lingkungan. Semuel (2005)			**Ordinal**	Linecoltd Bandung
		• Lingkungan Sosial	• Tingkat Kepuasan		
Pembelian Impulsif (Y)	adalah "suatu tindakan pembelian yang dibuat tanpa direncanakan sebelumnya atau keputusan pembelian dilakukan pada saat berada didalam toko". Engel dan Blacwell dalam Hatane (2006:105)	• .Desakan untuk berbelanja	• Tingkat kesesuaian	**Ordinal**	Konsumen Distro Linecoltd Bandung
		• Emosi Positif	• Tingkat kesesuaian		
		• Emosi Negatif	• Tingkat kesesuaian		
		• Melihat-lihat toko	• Tingkat kesesuaian		
		• Kesenangan belanja	• Tingkat kepuasan		
		• Ketersediaan waktu	• Tingkat kesesuaian		

		• Ketersediaan Uang	• Tingkat kesesuaian		
		• Kecenderungan pembelian impulsif	• Tingkat kesesuaian		

3.2.3.1 Sumber Data

Penulis melakukan penelitian ini untuk mendapatkan data mengenai objek yang akan diteliti, data tersebut dapat dikelompokkan kedalam dua jenis data :

1. **Data Primer**

Data primer merupakan data yang diambil langsung dari responden secara langsung yang dikumpulkan melalui survei lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan tertentu yang dibuat untuk itu. **(Umi Narimawati 2007:76).**

2. **Data Sekunder**

Data Sekunder merupakan data penunjang yang digunakan untuk mendukung penelitian, dalam penelitian ini meliputi informasi mengenai karakteristik organisasi, jumlah karyawan, data hasil evaluasi karyawan, penelitian terdahulu, serta materi perkuliahan yang berhubungan dengan objek data yang akan diteliti oleh penulis. **(Umi Narimawati 2007:76).**

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

3.2.3.2.1 Populasi

Menurut **Sugiyono (2009:115)**, populasi adalah "Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi dari penelitian ini adalah seluruh Konsumen Distro Linecoltd Bandung yang berjumlah 4600 pada tahun 2010.

3.2.3.2.2 Sampel

Menurut **Sugiyono (2009:116)**, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk membuktikan kebenaran jawaban yang masih sementara (hipotesis), maka peneliti melakukan pengumpulan data pada obyek tertentu. Adapun yang menjadi sampel yang digunakan untuk pengukuran kuesioner adalah konsumen di Distro Linecoltd Bandung. Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel (n) Husein Umar (2004:78) menentukan sampel digunakan rumus sebagai berikut:

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

$$n = \frac{4600}{1 + 4600(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{4600}{47}$$

$$n = 97{,}87$$

Namun demikian, agar ukuran sampel yang diperlukan lebih representative maka ukuran sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 90 responden.Jika penelitian menggunakan metode deskriptif, maka minimal tingkat kesalahan dalam penentuan anggota sampel yang harus diambil adalah 10% dari jumlah populasi yang diketahui. Peneliti menentukan tingkat kesalahan sebesar 10% sehingga jumlah sampel yang diambil 100 konsumen

3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan peninjauan langsung terhadap obyek yang diteliti, seperti :

a. Wawancara *(Interview)*

Wawancara merupakan proses keterangan atau data yang diperlukan dengan cara tanya jawab langsung kepada pimpinan serta karyawan yang mempunyai hubungan dengan masalah yang akan diteliti, di lingkungan toko Distro Linecoltd Bandung.

b. Angket *(Kuesioner)*

Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab, berupa daftar pertanyaan yang dibuat dengan metode pertanyaan

terstruktur (tertutup dan terbuka) kepada responden tentang variabel Penataan Produk (Display), Respon Lingkungan Berbelanja, dan Pembelian Impulsif..

c. Pengamatan *(Observasi)*

Dengan mengadakan penelitian dan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan dan keadaan dialokasi penelitian guna memperoleh data dan informasi mengenai subyek penelitian

2. Penelitian Kepustakaan (*Dokumentasi*)

Teknik pengumpulan data sekunder (yang dilakukan dengan mencatat dokumen-dokumen yang berhubungan dengan variabel penelitian). Penelitian yang dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan data yang diperlukan dari berbagai buku, jurnal, catatan-catatan, gambar-gambar dan literatur-literatur yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini. Adapun tujuan dari metodologi ini adalah untuk deskripsi, gambaran secara sistematis akurat, faktual mengenai hal-hal yang diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner sebagai data penelitian. Sebelum kuesioner atau instrument penelitian disebarkan kepada responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya alat ukur yang digunakan, sedangkan pengujian reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya.

3.2.4.1 Uji Validitas

Validitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur, dalam hal ini kuesioner mengukur apa yang hendak diukur atau sejauh mana alat ukur yang digunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat tes, maka alat tersebut akan semakin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pertanyaan mana yang valid dan mana yang tidak valid dengan mengkonsultasikan data tersebut dengan tingkat r kritis.

Menurut **Masrun** dalam **Sugiyono (2009:134)** :

"Item yang mempunyai korelasi yang positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi menunjukan item tersebut mempunyi validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r=0,3. Berdasarkan dari pernyataan tersebut maka hal ini dilakukan untuk mengetahui pernyataan kuesioner mana yang valid dan mana yang tidak valid, dengan mengkonsultasikan data tersebut dengan tingkat signifikan r kritis = 0,300 apabila alat ukur tersebut berada < 0,300 (tidak valid). Pengujian statistik mengacu pada kriteria :

- **$r_{hitung} < r_{kritis}$ maka tidak valid**
- **$r_{hitung} > r_{kritis}$ maka valid**

Untuk pengujian validitas instrumen penelitian ini, penulis menggunakan program excel dalam tabulasi data, kemudian data tersebut di MSI untuk mendapatkan skala tertinggi (interval) dan memasukkan data tersebut ke dalam program *SPSS 14. for windows.*

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis *Korelasi Pearson* (*Product Moment Pearson*) dengan rumus sebagai berikut:

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

Bisa juga menggunakan

$$r = \frac{\sum xy - \frac{\left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{N}}{\sqrt{\left[\sum X^2 - \frac{\left(\sum X\right)^2}{N}\right]\left[\sum Y^2 - \frac{\left(\sum Y\right)^2}{N}\right]}}$$

Keterangan:

r = Nilai Korelasi Pearson

ΣX = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

ΣY = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

ΣXY = Jumlah dari Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

ΣX^n = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

ΣY^n = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan

Dengan ketentuan apabila r lebih besar atau sama dengan 0,30, maka item tersebut dinyatakan valid. Hal ini berarti, instrumen penelitian tersebut memiliki derajat ketepatan dalam mengukur variabel penelitian, dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. tetapi apabila r_s lebih kecil dari 0,30, maka item tersebut dinyatakan tidak valid, dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis berikutnya atau instrumen tersebut dihilangkan dari pengukuran variabel. Pengujian validitas dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS 14, dengan menelaah nilai *Pearson correlation*. Setelah ditemukan bahwa pernyataan-pernyataan (butir) yang digunakan penelitian ini valid, maka selanjutnya pernyataan yang dinyatakan valid diuji reliabilitasnya.

Hasil pengujian validitas kuesioner Penataan Produk dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut ini.

Tabel 3.2

Hasil Pengujian Validitas Variabel Penataan Produk

No	Koefisien Validitas	Hasil
1	0,596	Valid
2	0,661	Valid
3	0,798	Valid
4	0,613	Valid
5	0,692	Valid
6	0,749	Valid
7	0,631	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer,2011

Hasil pengujian validitas kuesioner penelitian untuk variabel Penataan Produk di atas menunjukan seluruh item pertanyaan variabel X1 memiliki nilai r di atas 0,3. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel Penataan Produk dinyatakan valid. Sehingga layak digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian.

Tabel 3.3

Hasil Pengujian Validitas Variabel Lingkungan Berbelanja

No	Koefisien Validitas	Hasil
1	0,811	Valid
2	0,847	Valid
3	0,785	Valid
4	0,692	Valid
5	0,858	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011

Hasil pengujian validitas kuesioner penelitian untuk variabel Lingkungan Berbelanja di atas menunjukan seluruh item pertanyaan variabel X2 memiliki nilai r di atas 0,3. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel Lingkungan Berbelanja dinyatakan valid. Sehingga layak digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian.

Tabel 3.4

Hasil Pengujian Validitas Variabel Pembelian Impulsif

No	Index Validitas	Hasil
1	0,694	valid
2	0,595	valid
3	0,848	valid
4	0,447	valid
5	0,663	Valid
6	0,845	Valid
7	0,903	Valid
8	0,848	Valid
9	0,619	Valid
10	0,447	Valid
11	0,845	Valid
12	0,903	Valid
13	0,848	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011

Hasil pengujian validitas kuesioner penelitian untuk variabel Pembelian Impulsif di atas menunjukan seluruh item pertanyaan variabel Y memiliki nilai r di atas 0,3. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel Pembelian Impulsif dinyatakan valid. Sehingga layak digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian.

3.2.4.3 Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas atas pertanyaan yang digunakan dalam penelitian tersebut, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individual, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau akurasi yang ditujukan oleh instrumen pengukuran. Instrumen yang reliabel berarti instrumen tersebut bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan mengahasilkan data yang sama.

Uji Reliabilitas dikenal untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrumen. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method* (*Spearman–Brown Correlation*) Tehnik Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap–ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

- Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II

- Skor untuk masing–masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II
- Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II
- Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_1 = \frac{2r_b}{\quad}$$

Dimana :

r_1 = reliabilitas internal seluruh item

r_b = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Sekumpulan butir pertanyaan dalam kuesioner dapat diterima jika memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,7

Tabel 3.7

Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

Criteria	**Reliability**	**Validity**
Good	0,80	0,50
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

Sumber: Barker et al, 2002; 70

3.2.4.1 MSI (*Method of Successive Interval*)

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

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data menurut Harun Al Rasyid adalah:

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 frekuensi 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:

$$Scale\ Of\ Value = \frac{Density\ at\ lower\ \lim - density\ at\ upper\ \lim}{area\ under\ upper\ \lim - area\ under\ lower\ \lim}$$

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 $Y = SV + 1 + |SV \min|$.

Adapun hasil perhitungan reliabilitas menggunakan SPSS yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.5

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Status
Penataan Produk (X1)	0,730	Reliabel
Lingkungan Berbelanja (X2)	0,885	Reliabel
Pembelian Impulsif (Y)	0,934	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011

3.2.4 Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis

3.2.5.1 Metode Analisis Deskriptif/Kualitatif

Analisis Deskriptif/ kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden. Keterangan:

a. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.
b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

$$\% \text{ Skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

Sugiyono (2009:133), mengatakan bahwa jawaban responden kemudian diberi skor dengan menggunakan skala likert, seperti terdapat pada tabel 3.4 berikut ini :

Tabel 3.8

Pernyataan Skala Likert

Jawaban	**Skala Nilai**
Sangat setuju	5
Setuju	4
Cukup	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2009:133)

Jenis kuisioner yang digunakan adalah kuisioner tertutup dengan menggunakan skala ordinal. Untuk teknik perhitungan data kuesioner yang telah diisi oleh responden digunakan *skala likert*, dengan ketentuan nilai sesuai dengan

table di atas, dengan pemboboton 5-4-3-2-1 untuk jenis pertanyaan positif.

Keseluruhan nilai atau skor yang didapat lalu dianalisis dengan cara :

(a) Mengolah setiap jawaban dan pertayaan dari kuisioner yang disebarkan untuk dihitung frekuensi dan persentasenya.

(b) Nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel independen (X) yaitu X_1, X_2 , …X_n dan variabel dependen (Y) sebagai berikut (X_1,Y), (X_2,Y),…(X_n, Y) dan asumsikan sebagai hubungan linear.

(c) Menentukan skala atau bobot dari masing-masing alternatif jawaban seperti diuraikan diatas. Oleh karena data yang didapat dari kuisioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*" (*hays*, 1969:39). Dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Means of Interval} = \frac{\textit{Density at Lower limit} - \textit{Density at Upper Limit}}{\textit{Area at Below Density Upper Limit} - \textit{Area at Below Lower Limitt}}$$

Langkah kerja pengolahan dan analisis data dalam analisis regresi multiple linier adalah sebagai berikut :

(1) Mengubah skala ordinal menjadi skala interval dengan metode interval berurutan *(Method Successive Interval)* untuk variabel bebas maupun terikat yaitu :

- Ambil data ordinal hasil kuesioner
- Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
- Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
- Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
- Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*
- Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + | Nilai Skala Minimal | + 1

Untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel Penataan Produk dan Respon Lingkungan Bebelanja terhadap Pembelian Impulsif (dalam hal ini adalah konsumen Distro Linecoltd Bandung, digunakan analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*)

3.2.5.1.1 Rancangan Analisis Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi berganda *(multiple regression)* untuk mengetahui pola perubahan nilai variabel yang disebabkan oleh variabel lain dan untuk menemukan tingkat keeratan hubungan variabel yang berbeda dalam suatu populasi. Langkah-langkah yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Analisis Regresi

Menurut Aztel (1991:256) untuk mengetahui gambaran mengenai hubungan antara variabel-variabel itu digunakan persamaan regresi berganda (multiple regresi) yang dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana :

Y = nilai

βo = nilai y pada perpotongan antara garis liniear dengan sumbu vertikal Y

$X_1 \ldots n$ = nilai pada masing-masing variable bebas

$\beta_1 \ldots n$ = slope yang berhubungan dengan masing-masing variable bebas

Untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variable bebas diperlukan pertimbangan :

1. Koefisien regresi (uji parsial/uji-t), pengetahuan tentang koefisien regresi bertujuan untuk meyakinkan bahwa variable bebas (Penataan Produk dan Respon Lingkungan Berbelanja) secara individual berpengaruh terhadap variable terikat (Pembelian Impulsif).
2. Persentase semua variabel bebas (Penataan Produk dan Respon Lingkungan Berbelanja) secara bersama – sama dapat menjelaskan variasi perubahan variabel terikat (Pembelian Impulsif).
3. Pengaruh semua variabel bebas (Penataan Produk dan Respon Lingkungan Berbelanja) secara bersama – sama terhadap nilai variabel bebas (Impulsif).

Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan letak nilai t-test masing-masing koefisien regresi pada kurva normal yang digunakan dalam penentuan nilai kritis. Jika letak t=test suatu koefisien regresi jatuh di daerah penerimaan H_0, maka keputusannya adalah menerima H_0. Atau dengan kata lain, variable bebas tersebut tidak berperan atas nilai variabel terikat dan berlaku sebaliknya.

Hasil pengujian ini dapat dilihat dari perhitungannya dengan SPSS, atau merupakan hasil dari $t_i = b_i/se\ (b_i)$ (untuk masing-masing variabel bebas)

2. **Analisis Korelasi**

Menurut Sujana (1989:152), pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\} - \{n(\sum yi^2) - (\sum yi)^2\}}}$$

Dimana: $-1 \leq r \leq +1$

r = koefisien korelasi

x = Penataan Produk, dan Respon Lingkungan Berbelanja

z = pembelian impulsif

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada tabel 3.5 dibawah ini.

Tabel 3.5

Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: Syahri Alhusin, 2003 : 157

g. Analisis Koefisian Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya pengaruh antara kedua variabel yang diteliti, maka dihitung koefisien determinasi (Kd) dengan asumsi dasar faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan atau tetap (ceteris paribus). Dalam hal ini ada dua analisis koefisien yang dilakukan yaitu analisis

koefisien determinasi berganda dan analisis koefisien determinasi parsial dengan penjelasan sebagai berikut :

a. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Digunakan untuk mengetahu seberapa besar persentase variabel X1 dan variabel X2 terhadap Y (Pengaruh Penataan Produk (Dsiplay) dan Respon Lingkungan Berbelanja terhadap Pembelian Impulsif) secara simultan maka penulis akan menggunakan analisis koefisien determinasi yang diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

Rumus Koefisien determinasinya yang dikemukakan oleh **Husein Umar (2004:296)** adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi

b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X1 dan Variabel X2 terhadap Y (Pengaruh Penataan Produk dan Respon Lingkungan Berbelanja terhadap Pembelian Impulsif) secara parsial.

Rumus Koefisien determinasinya yang dikemukakan oleh **Gujarati (2003:172)** adalah sebagai berikut:

KD = B x zero order x 100%

Sumber : Gujarati (2003 : 172)

Keterangan:

B = Beta (nilai *standardized coefficients)*

Zero order = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

Kd = 0, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, lemah.

Kd = 1, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, kuat

Pedoman bagi interpretasi koefisien determinasi adalah sebagi berikut:

Tabel 3.10

Tinggi Rendahnya Koefisien Determinasi

Pernyataan	**Keterangan**
>4%	Pengaruh Rendah Sekali
5% - 16%	Pengaruh Rendah tapi pasti
17% - 49%	Pengaruh Cukup Berarti
50% - 81%	Pengaruh Tinggi/Kuat

>80%	Pengaruh Tinggi Sekali

Sumber : Supranto (2001:227)

3.2.5.2 Perancangan Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan atau jawaban sementara mengenai sesuatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris, untuk mengetahui apakah pernyataan (dugaan atau jawaban) itu dapat diterima atau tidak.

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar Penataan Produk (Display) dan Respon Lingkungan Berbelanja pengaruhnya terhadap Pembelian Impulsif pada Distro Linecoltd Bandung. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1. **Pengujian Secara Simultan/Total.**

   Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

   a, Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F_{hitung} = \frac{JK_{Regresi} / k}{JK_{(Residu)} / \ n - \ k + 1}$$

Dimana :

JK_{residu} = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable bebas secara bersama – sama dapat berperan atas variable terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan anatara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika nilai $F_{hitung} > F_{kritis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (Penataan Produk (Display dan Respon Lingkungan Berbelanja) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Impulsif) ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sujana (1989:369) perhitungan terhadap titik keeratan dan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah menggunakan uji korelasi. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap koefisien yang disebut juga koefisien korelasi produk moment (*Pearson*).

b, Hipotesis

Ho : Semua $\beta i = 0$ $i = 1,2$	Penataan Produk (Display) dan Respon Lingkungan Berbelanja tidak berpengaruh terhadap Pembelian Impulsif pada Distro Linecoltd Bandung
Ha : Ada $\beta i \neq 0$ $i = 1,2$	Penataan Produk (Display) dan Respon Lingkungan Berbelanja secara simultan

berpengaruh terhadap Pembelian Impulsif pada Distro Linecoltd Bandung

\ **c, Kriteria pengujian**

H_0 ditolak apabila F_{hitung} > dari F_{tabel} ($\alpha = 0,05$)

Menurut Guilford (1956:480), bahwa tafsiran koefisien korelasi variabel dalam penelitian dapat dikategorikan sebagai berikut:

- Taksiran koefisien korelasi yang dikategorikan menurut metode Guilford adalah sebagai berikut :

Tabel 3.11 Kategori Korelasi Metode Guilford

Besarnya Pengaruh	Bentuk Hubungan
0,00 – 0,20	Sangat longgar, dapat diabaikan
0,21 – 0,40	**Rendah**
0,41 – 0,60	Moderat / Cukup
0,61 – 0,80	**Erat**
0,81 – 1,00	Sangat erat

Apabila pada pengujian secara simultan H_0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah $\beta yxi \neq 0$. Untuk mengetahui βyxi yang tidak sama dengan nol , maka dilakukan pengujian secara parsial

2. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a, Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$\textbf{t} \text{ hitung } (X1,2) = \frac{\textbf{b } 1,2}{\text{se (b } 1,2)}$$

Keterangan:

t hitung (X1,2) = Nilai **t** hitung X1 (Penataan Produk) dan Nilai **t** hitung

X2 (Respon Lingkungan Berbelanja)

b1 dan b2 = Koefisien regresi masing-masing variabel

Hasilnya dibandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikansi 5%.

b, Hipotesis

Ho.$\beta_1 = 0$: Penataan Produk (Display) tidak memberikan pengaruh terhadap Pembelian Impulsif pada Distro Linecoltd Bandung

Ha.$\beta_1 \neq 0$: Penataan Produk (Display) memberikan pengaruh terhadap Pembelian Impulsif konsumen pada Distro Linecoltd Bandung

Ho.$\beta_2 = 0$: Respon Lingkungan Berbelanja tidak memiliki pengaruh terhadap Pembelian Impulsif konsumen pada Distro Linecoltd Bandung

Ha.$\beta_2 \neq 0$: Respon Lingkungan berbelanja memiliki pengaruh terhadap Pembelian Impulsif konsumen pada Distro Linecoltd Bandung

C, Kriteria pengujian

Untuk mengetahui apakah Ho diterima atau ditolak, digunakan uji signifikasi yaitu :

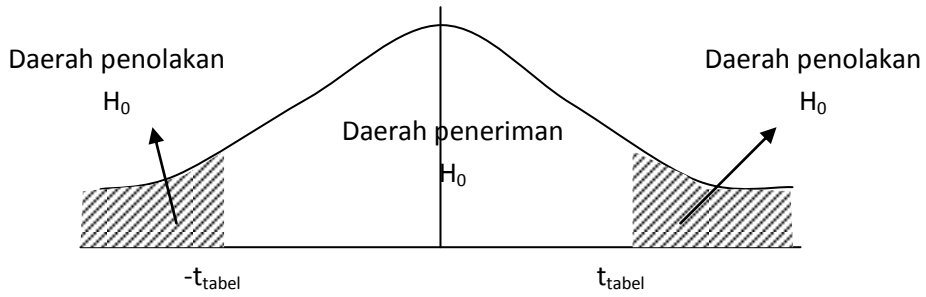
Jika t hitung > t tabel 0,05 (dk = n-2), maka Ho = ditolak, Ha diterima

Jika t hitung < t tabel 0,05 (dk = n-2), maka Ho = diterima, Ha ditolak

Dimana :

1. Dengan tingkat signifikasi (α) = 0,05
2. Derajat kebebasan (dk) = n-2

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan Ha :



Gambar 3.1

Daerah penerimaan dan penolakan Ho