BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Sugiyono (2010:41) menjelaskan objek penelitian,yaitu:

"Sebelum peneliti memilih variabel apa yang akan diteliti perlu melakukan studi pendahuluan terlebih dahulu pada objek yang akan yang diteliti. Jangan sampai terjadi membuat rancangan penelitian dilakukan di belakang meja, dan tanpa mengetahui terlebih dahulu permasalahan yang ada di objek penelitian."

Dalam melakukan penelitian terlebih dahulu harus menentukan objek penelitian.dimana objek penelitian ini merupakan alat yang digunakan untuk memecahkan masalah dalam suatu penelitian. Penelitian ini menganalisis tentang dampak respon emosi dan lingkungan belanja terhadap kecenderungan perilaku pembelian impulsif pada Giant Bandung Supermall.

Focus utama : Dampak Lingkungan Belanja dan Respon Emosi Konsumen Terhadap Pembelian Impulsif Pada Giant Hypermarket-Bandung Supermall.

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* (variabel X1) dalam penelitian ini adalah *lingkungan belanja* dan (variabel X2) *respon emosi.*
2. Variabel *dependent* (variabel tidak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent.* Variabel *dependent* (variabel Y) dalam penelitian ini adalah *Pembelian Impulsif.*

   Lingkungan belanja dan *Respon emosi* merupakan faktor penyebab, sedangkan *pembelian impulsif* faktor akibat. Objek penelitian ini dilakukan pada konsumen Giant Bandung Supermall.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu teknik atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan data, mencatat data, baik primer maupun sekunder yang dapat dipergunakan untuk keperluan menyusun karya ilmiah dan kemudian menganalisis dampak lingkungan belanja dan respon emosi dengan pembelian impulsif yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan.

Menurut Umi Narimawati (2008:9) “Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis”.

Sugiyono (2010:2) mengemukakan metode penelitian bahwa "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Pengertian metode deskriptif yang dikemukakan oleh Sugiyono (2010:29) bahwa "Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas".

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa metode deskriptif adalah metode penelitian yang menjabarkan hasil penelitian lebih luas dan tidak terikat oleh jumlah angka atau bilangan.

Sedangkan menurut Masyhuri dan M.Zainudin (2009:45) pengertian metode verifikatif adalah sebagai berikut:

"Metode verifikatif yaitu 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."

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 kuantitatif menurut Mudjarad Kuncoro (2001:102) "Pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manejerial dan ekonomi dimana pendekatan ini terdiri atas perumusan masalah, mencari solusi, menguji solusi, menganalisa hasil dan mengimplemasikan hasil".

Tujuan dari metode kuantitatif yaitu membuat suatu uraian secara sistematis mengenai faktor-faktor dan sifat-sifat dari objek yang diteliti kemudian menggabungkan antar variabel yang terlibat didalamnya

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, data yang diperoleh adalah data empiris, tujuannya untuk membuktikan data yang diperoleh terhadap informasi tertentu, dan kegunaannya untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa metode verifikatif adalah metode yang menguji kembali penelitian yang sudah dilakukan untuk mengatasi masalah serupa di tempat yang berbeda.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y yang diteliti. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Metode penelitian yang akan digunakan penulis untuk mengumpulkan data adalah metode deskriptif analisis dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2010:8) metode penelitian kuantitatif adalah sebagai berikut:

“Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sample filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunkan istrumen

penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan data yang berbentuk bilangan atau angka yang dilakukan untuk ruang lingkup tertentu.

3.2.1 Desain Penelitian

Merupakan pendekatan ilmu ekonomi dari ilmu manajemen pemasaran yang mengkaji dampak lingkungan belanja dan respon emosi terhadap kecenderungan perilaku pembelian impulsive pada giant hypermarket-Bandung Supermall.

Menurut Jonathan Sarwono (2006:27) mengemukakan desain penelitian bahwa:

"Desain penelitian bagaikan alat penuntun bagi peneliti dalam melakukan proses penentuan instrumen pengambilan data, penentuan sampel, koleksi data dan analisisnya."

Lebih jelasnya lagi Jonathan Sarwono (2006:79) mengibaratkan desain penelitian:

"Bagaikan sebuah peta jalan bagi peneliti yang menuntun serta menentukan arah berlangsungnya proses penelitian secara benar dan tepat sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan."

Sedangkan menurut Nazir (2005:84) desain penelitian adalah:

”Semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam pengertian yang lebih sempit, desaian penelitian hanya mengenai penggumpulan dan analisis data saja.”

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan desain penelitian yang lebih luas, yang mencangkup proses-proses berikut ini:

1. Sumber masalah

   Peneliti menentukan masalah-masalah sebagai fenomena untuk dasar penelitian.

2. Perumusan masalah

   Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Pada penelitian ini masalah-masalah dirumuskan melalui suatu pertanyaan, yang akan diuji dengan cara yang relevan dan penemuan yang relevan.

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 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 Pengaruh Respon emosi dan Lingkungan Belanja terhadap Pembelian Impulsif..

5. Metode Penelitian

   Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode 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 metode survey dengan teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dan kuantitatif.

6. Menyusun instrument penelitian

   Peneliti dapat menyusun instrument penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Pada penelitian ini untuk menguji adanya hubungan dari Respon Emosi (Variabel Independen"X_1") dan Lingkungan Belanja (Variabel Independen"X_2") terhadap Pembelian Impulsif (Variabel dependen"Y") digunakan korelasi Analisis Regresi Berganda, dan untuk menguji pengaruh dari Respon Emosi (Variabel Independen"X_1") dan Lingkungan Belanja (Variabel Independen"X_2") terhadap Pembelian Impulsif (Variabel dependen"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 bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel dibagi menjadi dua, yaitu variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Menurut Husein Uman dalam bukunya (2005 : 30) "Metode penelitian untuk skripsi dan tesisi", adalah sebagai berikut:

"Variabel independent (bebas) adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain, sedangkan variabel dependent (tergantung) adalah variabel yang dijelaskan atau yang dipengaruhi oleh variabel independent".

Penulis mengambil judul dampak respon emosi dan lingkungan belanja yang mepengaruhi kecenderungan perilaku pembelian impulsive pada giant hypermarket, dalam penelitian ini penulis menggunakan variable :

1. Variabel Independen (X) atau variabel bebas.

Menurut sugiyono (2008:59) Variabel bebas adalah sebagai berikut:

"Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) ". Dalam penelitian ini yang termasuk variabel independen (X1) adalah dampak lingkungan belanja dan (X2) adalah respon emosi.

2. Variabel Dependen (Y) atau variabel terikat.

Menurut sugiyono (2008:59) variabel terikat sebagai berikut: “

“Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel independen (Y) adalah keputusan pembelian

Model Penelitian Hubungan Antara dampak Lingkungan belanja dan respon emosi dengan perilaku pembelian impulsif :

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Lingkungan Belanja **(X1)**	Dalam Samuel,2007.Lingkungan belanja adalah Suatu keputusan pembelian impulsive karena adanya rangsangan lingkungan belanja , merupakan implikasi yang mendukung asumsi bahwa jasa layanan fisik menyediakan lingkungan yang mempengaruhi perilaku konsumen	**Lingkungan Fisik *(physical surroundings)***		ORDINAL
		- Alunan music dapat menjadi daya tarik	- Tingkat daya tarik alunan music	
		- Kenyamanan ruangan	- Tingkat kenyamanan	
		- kestrategisan lokasi toko.	- Tingkat kestrategisan	
		- Suasana didalam toko.	- Tingkat daya tarik	
		- Warna tembok didalam toko	- Tingkat daya Tarik	
		lingkungan social (*social sorroundings)*		
		- Dorongan dari pihak lain	- Tingkat dorongan pihak lain	

		- Belanja mempengaruhi berinterkasi dengan orang lain	- Tingkat sosial	
Respon Emosi (X2)	Menurut Rook dan Fisher dalam Hatane (2006:105) mendefinisikan sifat pembelian impulsif sebagai kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian secara spontan, tidak terefleksi, secara terburu-buru didorong oleh aspek psikologis emosional terhadap suatu produk dan tergoda oleh persuasi dari pemasar.	***Pleasure***		ORDINAL
		- Menimbulkan rasa Kegembiraan	- Tingkat kegembiraan	
		- Menimbulkan rasa nyaman	- Tingkat kenyamanan	
		- Menimbulkan rasa keceriaan.	- Tingkat keceriaan	
		Arousal		
		- Menimbulkan rasa gairah	- Tingkat kegairahan	
		- Menimbulkan rasa tertarik	- Tingkat ketertarikan	
		- Menimbulkan rasa waspada	- Tingkat kewaspadaan	

		Dominance - Menimbulkan rasa terkendali - Menimbulkan rasa bebas bertindak	- Tingkat terkendali - Tingkat kebebasan	
Pembelian impulsif (X2)	Menurut Engel dan Blacwell dalam Hatane (2006:105): "Pembelian impulsif adalah suatu tindakan pembelian yang dibuat tanpa direncanakan sebelumnya atau keputusan pembelian dilakukan pada saat berada didalam toko".	• ***cognitive*** - melakukan pembelian tidak terencana. - Melakukan pembelian tanpa pertimbangan	- Tingkat ketidakrencanaan. - Tingkat pembelian tanpa pertimbangan	ORDINAL
		• ***affective*** - melakukan pembelian karena kesenangan - melakukan pembelian secara spontan. - Melakukan pembelian karena keadaan mendesa	- Tingkat pembelian karena rasa senang - Tingkat pembelian secara spontan. - Tingkat pembelian karena terdesak.	

3.2.3 Sumber Dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder)

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

- **Data Primer**

Menurut Sugiyono (2009:137), data primer merupakan "sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data"

Menggunakan data primer karena peneliti mengumpulkan sendiri data data yang dibutuhkan yang bersumber langsung dari objek pertama yang akan diteliti.

- **Data Sekunder**

Menurut sugiono (2009:137), data Sekunder merupakan "sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data". Menggunakan data sekunder karena peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain, yaitu informasi mengenai data-data terkait dengan perusahaan.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

1. Populasi

Populasi merupakan objek atau subjek yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2009:80) tentang pengertian populasi yaitu:

“populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulan.”

Berdasarkan pengertian diatas maka populasi merupakan objek atau subjek yang brada pada satu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitandengan masalah dalam penelitian ini dalam adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelanjaan dan pembelian di Giant Bandung Supermall sebanyak 3000 konsumen.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi unit pengamatan dalam penelitian (Umi narimawati,2008).

Penarikan sample digunakan dengan menggunakan teknik penarikan *accidental sampling* yaitu seluruh konsumen yang berbelanja ke Giant Bandung Supermall.

Rumus:

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidak teliti karena kesalahan pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil e = 0.1

Dengan menggunakan tingkat kesalahan 10%, maka ukuran sampel penelitian dapat dihitung sebagai berikut :

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

$$n = \frac{3000}{1 + 3000\,(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{3000}{31}$$

$$n = 9.77$$

$$n = 98$$

Berarti anggota populasi yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 99 orang responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakna dalma penelitian ini adalah:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research)*

   Yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung di perusahaan yang menjadi objek penelitian. Data yang diperoleh merupakan data primer yang diperoleh dengan cara:

a. Observasi (Pengamatan Langsung), yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langkung dilokasi untuk memperoleh data yang diperlukan.
b. Wawncara, yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang di bahas.
c. 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 100 responden tentang variabel *respon emosi,lingkungan belanja* dan pembelian impulsif.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Reseacrh)*

   Penelitian kepustakaan dilakukan sebagai usaha guna memperoleh data yang bersifat teori sebagai perbanding dengan data penelitian yang diperoleh. Data tersebut dapat diperoleh dari literatur, catatan kulih serta tulisan lain yang berhubungan dengan penelitian.

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut **Sugiyono (2009:173)** tentang validitas adalah :

"Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur".Jadi suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Sebelum kuisioner di sebarkan kepada responden terpilih maka harus di adakan uji validitas terlebih dahulu pada butir butir yang benar benar mengukur apa yang diukur. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi validitas suatu alat ukutr maka alat ukur tersebut semakin mengenai pada sasarannya, atau semakin menunjukan apa yang seharusnya diukur.

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut :

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

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

Uji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji t (taraf signifikan 5%), rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut :

$$= \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} : db = n-2$$

dimana :

n = ukuran sampel

r = Koefisien Korelasi Pearson

db = degree of freedom = n-2

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, dengan menelaah nilai *Pearson correlation*. Setelah ditemukan bahwa pernyataan-pernyataan (butir) yang digunakan penelitian ini valid, maka selanjutnya pernyataan yang dinyatakan valid diuji reliabilitasnya.

1. Tabel 3.2

Uji Validitas Lingkungan Belanja (X1)

Variabel	No item	Koefisien Validitas	Titik kritis	Kesimpulan
Penataan Lingkungan Belanja	1	0.556	0.300	Valid
	2	0.405	0.300	Valid
	3	0.575	0.300	Valid
	4	0.693	0.300	Valid
	5	0.371	0.300	Valid
	6	0.720	0.300	Valid
	7	0.481	0.300	Valid

Dari tabel diketahui bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel penataan lingkungan memiliki niali koefisien validitas lebih besar dari titik kritis (0,300) maka dinyatakan valid. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel penataan lingkungan sudah memnuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

2. Tabel 3.3

Uji Validitas Respon Emosi (X2)

Variabel	No item	Koefisien Validitas	Titik kritis	Kesimpulan
Respon Emosi	1	0.628	0.300	Valid
	2	0.607	0.300	Valid
	3	0.583	0.300	Valid
	4	0.679	0.300	Valid
	5	0.528	0.300	Valid
	6	0.550	0.300	Valid
	7	0.499	0.300	Valid
	8	0.672	0.300	Valid

Dari tabel diketahui bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel respon emosi memilikiniali koefisien validitas lebih besar dari titik kritis (0,300) maka dinyatakan

valid. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel respon emosi sudah memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

3. Tabel 3.4

Uji Validitas Pembelian Impulsif (Y)

Variabel	No item	Koefisien Validitas	Titik kritis	Kesimpulan
Pembelian Implusif	1	0.504	0.300	Valid
	2	0.622	0.300	Valid
	3	0.421	0.300	Valid
	4	0.657	0.300	Valid
	5	0.607	0.300	Valid

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel pembelian implusif memiliki nilai koefisien validitas lebih besar dari titik kritis (0.300) maka dinyatakan valid. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pembelian implusif sudah memnuhi syarat untuk digunakan dalam peneliatian

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas 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 :

a. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II
b. Skor untuk masing–masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II
c. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II
d. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Ґ1 = \frac{2Ґ_b}{1+Ґ_b}$$

Keterangan :

Ґ1 = reliabilitas internal seluruh item

Ґ*b* = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Keputuasan pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan taraf signifikan 5 % satu sisi adalah :

1. Jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5 % maka instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan
2. Jika t_{hitung} kurang dari $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat digunakan.

Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS.

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

Tabel 3.5

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

1. Tabel 3.6

Hasil Pengujian Reliabilitas Lingkungan Belanja (X1)

Hasil pengujian reabilitas atas lingkungan belanja dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.257
		N of Items	4[a]
	Part 2	Value	.499
		N of Items	3[b]
	Total N of Items		7
Correlation Between Forms			.554
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.713
	Unequal Length		.716
Guttman Split-Half Coefficient			.710

a. The items are: Item_1, Item_3, Item_5, Item_7.

b. The items are: Item_2, Item_4, Item_6.

2. Tabel 3.7

Hasil Pengujian Reliabilitas Respon Emosi (X2)

Hasil pengujian reabilitas atas respon emosi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.450
		N of Items	4[a]
	Part 2	Value	.578
		N of Items	4[b]
	Total N of Items		8
Correlation Between Forms			.713
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.832
	Unequal Length		.832
Guttman Split-Half Coefficient			.825

a. The items are: Item_1, Item_3, Item_5, Item_7.

b. The items are: Item_2, Item_4, Item_6, Item_8.

3. Tabel 3.8

Hasil Pengujian Reliabilitas Pembelian Impulsif (Y)

Hasil pengujian reabilitas atas pembelian impulsif dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	-.115[a]
		N of Items	3[b]
	Part 2	Value	.101
		N of Items	2[c]
	Total N of Items		5
Correlation Between Forms			.632
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.775
	Unequal Length		.780
Guttman Split-Half Coefficient			.765

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

b. The items are: Item_1, Item_3, Item_5.

c. The items are: Item_2, Item_4.

Dari penjelasan tabel hasil pengujian reabilitas atas lingkungan belanja (X1), respon emosi (X2), dan pembelian impulsive (Y) diatas dapat di simpulkan bahwa :

Tabel 3.9

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Titik kritis	Kesimpulan
Penataan Lingkungan Belanja	0.713	0.700	Reliabel
Respon Emosi	0.832	0.700	Reliabel
Pembelian Implusif	0.755	0.700	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas diketahui masing-masing variabel untuk hasil pengujian reliabilitas menggunakan alpha Cronbach memiliki nilai koefisien

reliabilitas masing-masing untuk variabel lingkungan belanja (X1) sebesar 0,713 , respon emosi (X2) sebesar 0,832 , dan pembelian impulsive (Y) sebesar 0,755 . Lebih besar dari titik kritis (0,700) maka dinyatakan reliabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel sudah memnuhi syarat untuk digunakandalam penelitian.

3.2.5. Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1`Rancangan Analisis

3.2.5.1.1 Analisis Deskriftif/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

Dalam pelaksanaan, penelitian ini menggunakan jenis atau alat bentuk penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

Penelitian Deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan.

Metode kualitatif yaitu metode pengolahan data yang menjelaskan pengaruh dan hubungan yang dinyatakan dengan kalimat. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat faktor penyebab.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

a. Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan dalam lima alternatif jawaban dengan menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban.
b. Dihitung total skor setiap variabel / subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua responden.
c. Dihitung skor setiap variabel/subvariabel = rata-rata dari total skor.
d. Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakan statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik.
e. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut :

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

(Sumber: Umi Narimawati, 2007:85)

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.

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.3 sebagai berikut :

Tabel 3.10
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No.	% Jumlah Skor	Kriteria
1	**20.00% – 36.00%**	Tidak Baik
2	**36.01% – 52.00%**	Kurang Baik
3	**52.01% – 68.00%**	Cukup
4	**68.01% – 84.00%**	Baik
5	**84.01% – 100%**	Sangat Baik

(Sumber: Umi Narimawati, 2007:85)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval"* (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

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*". Dengan rumus sebagai berikut :

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

1. Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval

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

2. Analisis Regresi

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

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

Dimana :

Y = variabel dependen

X1, X2 = variabel independen

A = konstanta

β 1, β 2 = koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Lingkungan belanja (X_1) dan Respon emosi (X_2), sedangkan variabel dependen adalah pembelian Impulsif (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya:

$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta\ 2X2 + e$

Dimana,

Y = Pembelian Impulsif

α = Konstanta dari persamaan regresi

β1 = Koefisien regresi dari variable X1, lingkungan belanja

β2= Koefisien regresi dari variable X2, respon emosi

X1= Lingkungan Belanja

X2= Respon emosi

3. Analisis Korelasi

Menurut **(Sugiyono ,2009:183)**, pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi *Pearson* dengan rumus :

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

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

Untuk menginterpretasikan keeratan hubungan, digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel 3.4 berikut ini :

Tabel 3.11
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Keeratan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2009:184)

4. Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variable terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$. Dalam hal ini ada dua analisis koefisien yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda dan analisis koefisien determinasi parsial dengan penjelasan sebagai berikut:

1) Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Digunakan untuk mengetahu seberapa besar persentase variabel X1 dan variabel X2 terhadap Y (lingkungan belanja dan respon emosi terhadap pembelian impulsif) secara simultan maka penulis akan menggunakan analisis

koefisien determinasi yang diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

$$Kd = r^2 \, x100\%$$

Dimana :

d : Koefisien Determinasi

r : Koefisien korelasi

2) Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X1 dan Variabel X2 terhadap Y 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, kuat.

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah dampak lingkungan belanja dan respon emosi terhadap kecederungan perilaku pembelian impulsive pada giant BSM. 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.

- 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 (lingkungan belanja dan respon emosi) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Pembelian impulsif) ditolak dan sebaliknya.

Menurut (Sugiyono ,2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson*.

- **Hipotesis**

Ho : Semua $\beta i = 0$,	Secara simultan lingkungan belanja dan respon emosi konsumen tidak berpengaruh terhadap Pembelian impulsif Pada Konsumen Giant Hypermarket-Bandung Supermall
Ha : Ada $\beta i \neq 0$	Secara lingkungan belanja dan respon emosi konsumen berpengaruh terhadap Pembelian impulsif Pada Konsumen Giant Hypermarket-Bandung Supermall

- **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 3.12
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 $\rho yxi \neq 0$. Untuk mengetahui ρyxi 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 :

- Rumus uji t yang digunakan adalah :

a. Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$t_i = \frac{P_{YX1}}{\sqrt{\frac{(1-R^2{}_{XY.....Xk})CRii}{(n-k-1)}}} \quad I = 1,2,3 .....,5$$

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

- **Hipotesis**

H_0. $\beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh *Lingkungan belanja* terhadap pembelian impulsive di Giant BSM

H_1.$\beta_1 \neq 0$, *Lingkungan Belanja* berpengaruh terhadap Pembelian impulsive di Giant BSM

Ho.$\beta_2 = 0$, *Respon Emosi konsumen* tidak berpengaruh Pembelian impulsive di Giant BSM

H_1.$\beta_2 \neq 0$, *Respon Emosi konsumen* berpengaruh terhadap Pembelian Impulsif di Giant BSM

- **Kriteria pengujian**

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

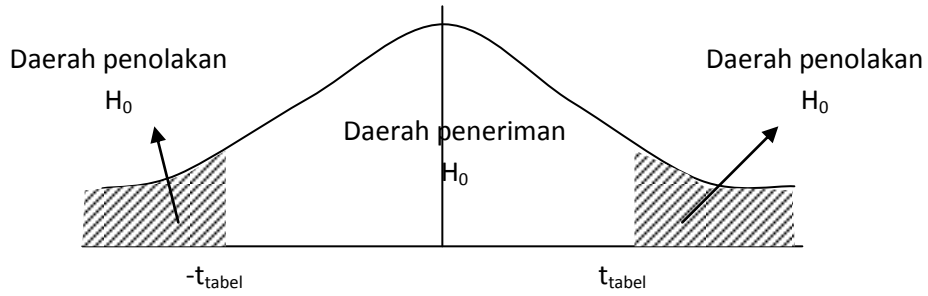
H_0 ditolak apabila t_{hitung} < dari t_{tabel} ($\alpha = 0,05$)

1. Kriteria Penarikan Pengujian

   Jika menggunakan tingkat kekeliruan (α = 0,01) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut:

   a. Jika $t_{hitung} \geq t_{table}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya antara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
   b. Jika $t_{hitung} \leq t_{table}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1 :



Gambar 3.1