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 : **"Pengaruh *Display* Toko Dan Gaya Hidup Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Surf Inc Bandung."**

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 X1) dalam penelitian ini adalah *Display* Toko dan (variabel X2) Gaya Hidup.
2. Variabel *dependent* (variabel tidak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent.* Variabel *dependent* (variabel Y) dalam penelitian ini adalah Pembelian Impulsif.

Display Toko dan Gaya Hidup merupakan faktor penyebab, sedangkan pembelian impulsif faktor akibat. Objek penelitian ini dilakukan pada konsumen yang melakukan pembelian di Surf Inc Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Umi narimawati, (2008:127) merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu.

Metode penelitian menurut Sugiyono (2009:2) pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif, dengan pendekatan kuantitatif.

Metode Deskriptif menurut Sugiyono (2009:206) mendefinisikan:

> "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."

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2008:45) menyatakan bahwa:

”*Metode Verifikatif* yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan benar atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan”.

Sedangkan menurut Mudjarad Kuncoro (2001:102) mendefinisikan Pendekatan kuantitatif yaitu:

> "Pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manejerial dan ekonomi dimana pendekatan ini terdiri atas perumusan masalah, mencari solusi, menguji solusi, menganalisa hasil dan mengimplemasikan hasil."

Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data tersebut akan dikumpulkan, dianalisis dan diproses lebih lanjut sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari, jadi dari data tersebut akan ditarik kesimpulan.

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis.

Menurut Moh. Nazir (2003:84) desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2002:249) menyatakan bahwa :

> "Desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode dan prosedur – prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data."

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.

Dari pemaparan di atas maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan penelitian mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu.

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 *Display* Toko dan Gaya Hidup 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 *Display* Toko (Variabel Independen"X_1") dan Gaya Hidup (Variabel Independen"X_2") terhadap Pembelian Impulsif (Variabel dependen"Y") digunakan korelasi *Analisis Regresi Berganda*, dan untuk menguji pengaruh dari *Display* Toko (Variabel Independen"X_1") dan Gaya Hidup (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.

Tabel 3.1

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *survey*	Konsumen yang melakukan pembelian di Surf Inc Bandung	*Cross sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive* dan *survey*	Konsumen yang melakukan pembelian di Surf Inc Bandung	*Cross sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive* dan *survey*	Konsumen yang melakukan pembelian di Surf Inc Bandung	*Cross sectional*
T-4	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Konsumen yang melakukan pembelian di Surf Inc Bandung	*Cross sectional*

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai pengaruh *display* toko dan Gaya Hidup terhadap pembelian impulsif, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel *display* toko sebagai variabel independen pertama (X_1).
2. Variabel gaya hidup sebagai variabel independent kedua (X_2).
3. Variabel pembelian Impulsif sebagai variabel dependent (Y).

Untuk lebih jelasnya rincian masing-masing variabel dapat dijelaskan dalam Tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Sumber Data
Display (X1)	Keinginan membeli sesuatu, yang tidak didorong oleh sesuatu, yang tidak didorong oleh seseorang, tetapi di dorong oleh daya tarik, atau penglihatan ataupun oleh perasaan lainnya. **(Buchari Alma 2009:189)**	• *Window displays* - Kerapihan memajangkan barang. - Penyusunan barang yang menarik di etalase depan. - Pemasangan gambar-gambar yang menarik.	- Tingkat kerapihan memajangkan barang. - Tingkat kemenarikan. - Tingkat kemenarikan.	ORDINAL	Konsumen Surf Inc Bandung
		• *Interior displays* - Pemasangan poster-poster yang menarik di dalam toko. - Penataan dekorasi ruangan yang menarik. - Kerapihan penyusunan barang di atas meja dan rak.	- Tingkat kemenarikan. - Tingkat kemenarikan. - Tingkat kerapihan penyusunan barang di atas meja dan rak.	ORDINAL	Konsumen Surf Inc Bandung
		• *Exterior displays* - pemajangan barang yang menarik diluar toko. - Pemajangan produk yang menarik di luar toko pada saat obral. - Kejelasan pemasangan papan nama.	- Tingkat kemenarikan. - Tingkat kemenarikan. - Tingkat kejelasan pemasangan papan nama.		

Gaya Hidup (X2)	"gaya hidup (*lifestyle*) adalah menunjukan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Selain itu, gaya hidup merupakan pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hariyang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapat yang bersangkutan." **Minor dan Mowen** dalam buku **Ujang Sumarwan (2011:173)**	*Activities* - Berbelanja - Menghabiskan waktu bersama komunitas atau teman-teman.	- Tingkat berbelanja. - Tingkat menghabiskan waktu bersama komunitas atau teman-teman.	ORDINAL	Konsumen Surf Inc Bandung
		Interest - Keinginan mengikuti *trend fashion*.	- Tingkat keinginan	ORDINAL	Konsumen Surf Inc Bandung
		Opinion - Keyakinan bahwa memiliki produk yang bermerek merupakan gaya hidup. - Kesadaran terhadap harga produk .	- tingkat keyakinan bahwa memiliki produk yang bermerek merupakan gaya hidup. - Tingkat kesesuaian terhadap harga produk.	ORDINAL	Konsumen Surf Inc Bandung
Pembelian Impulsif (Y)	Pembelian impulsif merupakan pembelian yang tidak direncanakan, dan tergesa-gesa. **(Christina Widya Utami 2011:67)**	• *cognitive* - Perasaan berhati-hati sebelum membeli sesuatu. - Perasaan keinginan membeli barang yang diinginkan.	- Tingkat perasaan berhati-hati sebelum membeli sesuatu. - Tingkat keinginan membeli barang yang diinginkan.	ORDINAL	Konsumen Surf Inc Bandung

		- Pembelian spontan. - Sikap merencanakan pembelian. - Melakukan pembelian sesuatu yang dibutuhkan. - Gaya sekedar membeli. - Sikap membandingkan berbagai merek. - Hati-hati dalam membeli sesuatu. - Terbiasa membeli saat itu juga. - Sering membeli tanpa berpikir.	- Tingkat Pembelian spontan. - Tingkat perencanaan pembelian. - Tingkat pembelian sesuatu yang dibutuhkan. - Tingkat gaya sekedar membeli. - Tingkat sikap membandingkan berbagai merek. - Tingkat kehati-hatian dalam membeli sesuatu - Tingkat Terbiasa membeli saat itu juga. - Tingkat keseringan membeli tanpa berpikir.		
		• *affective* - Perjuangan untuk meninggalkan barang yang menarik di toko. - Tidak dapat menekan perasaan menginginkan sesuatu. - Perasaan bersalah setelah membeli. - Mudah tertarik dengan barang di toko - Perasaan senang ketika hendak membeli sesuatu - Perasaan selalu tertarik melewati toko. - Sulit untuk menawar. - Keinginan membeli jika melihat barang baru. - Sembrono dalam membeli sesuatu. - Menyukai membeli barang bukan karena membutuhkan.	- Tingkat Perjuangan untuk meninggalkan barang yang menarik di toko. - Tingkat perasaan Tidak dapat menekan perasaan menginginkan sesuatu. - Tingkat Perasaan bersalah setelah membeli. - Tingkat kemudahan tertarik dengan barang di toko - Tingkat Perasaan senang ketika hendak membeli sesuatu - Tingkat Perasaan selalu tertarik melewati toko. - Tingkat kesulitan untuk menawar. - Tingkat Keinginan membeli jika melihat barang baru. - Tingkat Sembrono dalam membeli sesuatu. - Tingkat kesukaan membeli barang bukan karena membutuhkan.		

3.2.3 Sumber Dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini dibagi dalam dua jenis, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

   Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti baik dari pribadi (responden) maupun dari satu instansi yang mengolah data untuk keperluan penelitian, seperti dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

2. Data Sekunder

   Merupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta catatan-catatan kuliah yang menunjang penelitian ini.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

3.2.3.2.1 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 di atas, populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada satu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Surf Inc Bandung dalam waktu sebulan yaitu sebanyak 519.

3.2.3.2.2 Sampel

Untuk membuktikan kebenaran jawaban yang masih sementara (hipotesis), maka peneliti melakukan pengumpulan data pada obyek tertentu. Karena obyek dalam populasi terlalu luas maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Menurut Adi Supangat (2007:4) menyatakan bahwa:

> "sampel adalah bagian dari populasi (contoh), untuk dijadkan sebagai bahan penelaahan dengan harapan contoh yang diambil dari populasi tersebut dapat mewakili (*reprensentatitive*) terhadap populasinya."

Menurut Sugiyono (2009:116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang di ambil dalam penelitian dilakukan dengan teknik *accidental random sampling*.

Adapun yang menjadi sampel yang digunakan untuk pengukuran kuesioner adalah konsumen di Surf Inc Bandung. Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel (n) Husein Umar (2004:78) menentukan sampel digunakan rumus sebagai berikut:

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

$$n = \frac{519}{1 + 519(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{519}{6{,}19}$$

$$n = 83{,}8 = 84$$

$$n = 100$$

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% Untuk menghindari dari pada kerusakan angket dan jumlah tidak kembalinya angket, maka dibulatkan menjadi 100. Sehingga jumlah sampel yang diambil 100 konsumen.

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. Wawancara, 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 *display* toko, gaya hidup 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 kuliah serta tulisan lain yang berhubungan dengan penelitian.

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2009:173) **v**alid 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 kuesioner disebarkan kepada responden terpilih maka harus diadakan uji validitas terlebih dahulu pada butir-butir yang benar-benar mengukur apa yang diukur. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi validitas suatu alat ukur maka alat ukur tersebut semakin mengenai pada sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya di ukur.

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

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

Keterangan:

r = nilai koefesien korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = Jumlah responden dalampelaksanaan uji coba instrument

Uji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji t (taraf signifikansi 5%). Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

n = ukuran sampel

r = Koefisien Korelasi Pearson

Keputusan pengujian validitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan dengan 5% satu sisi adalah :

1. Item instument dikatakan valid jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ = 1,9744 maka instrument tersebut dapat digunakan.
2. Item instrument dikatakan tidak valid jika t_{hitung} kurang dari $t_{0,05(165)}$ = 1,9744 maka item tersebut tidak dapat digunakan.

Berikut ini merupakan tabel uji validitas dari masing-masing variabel, yaitu sebagai berikut:

1. Uji Validitas *Display* Toko (X1)

Hasil pengujian validitas instrument *display* toko dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut ini.

Tabel 3.3: Hasil pengujian validitas instrument *display* toko

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Penataan Toko	1	0,799	0,300	Valid
	2	0,926	0,300	Valid
	3	0,895	0,300	Valid
	4	0,865	0,300	Valid
	5	0,852	0,300	Valid
	6	0,887	0,300	Valid
	7	0,798	0,300	Valid
	8	0,409	0,300	Valid
	9	0,626	0,300	Valid

2. Uji Validitas Gaya Hidup (X2)

Hasil pengujian validitas instrument gaya hidup dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut ini.

Tabel 3.4 : Hasil pengujian validitas instrument gaya hidup

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Gaya Hidup	10	0,723	0,300	Valid
	11	0,868	0,300	Valid
	12	0,726	0,300	Valid
	13	0,692	0,300	Valid
	14	0,636	0,300	Valid

3. Uji Validitas Pembelian *impulsif* (Y)

Hasil pengujian validitas instrument pembelian *impulsif* dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut ini.

Tabel 3.5: Hasil pengujian validitas instrument pembelian *impulsif*

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Pembelian Impulsif	15	0,521	0,300	Valid
	16	0,625	0,300	Valid
	17	0,686	0,300	Valid
	18	0,614	0,300	Valid
	19	0,754	0,300	Valid
	20	0,428	0,300	Valid
	21	0,685	0,300	Valid
	22	0,859	0,300	Valid
	23	0,833	0,300	Valid
	24	0,748	0,300	Valid
	25	0,524	0,300	Valid
	26	0,745	0,300	Valid
	27	0,840	0,300	Valid
	28	0,764	0,300	Valid
	29	0,660	0,300	Valid
	30	0,718	0,300	Valid
	31	0,745	0,300	Valid
	32	0,810	0,300	Valid
	33	0,400	0,300	Valid
	34	0,586	0,300	Valid

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 :

$$\Gamma 1 = \frac{2\Gamma_b}{1+\Gamma_b}$$

Keterangan :

Γ1 = 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 3.6

Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

Kriteria	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

Adapun hasil perhitungan reliabilitas menggunakan SPSS yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Display Toko (X_1)	0,930	0,700	Reliabel
Gaya Hidup (X_2)	0,881	0,700	Reliabel
Pembelian Impulsif (Y)	0,975	0,700	Reliabel

Hasil pengujian reabilitas instrumen penelitian untuk variabel bebas di atas menunjukan seluruh item pertanyaan variabel X1 (*Display* Toko) memiliki nilai t di atas 0,05. Hasil pengujian reliabiltas memiliki nilai *Split Half* di atas 0,700, yakni 0,930. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel *display* toko dinyatakan reliabel.

Hasil pengujian reabilitas instrumen penelitian untuk variabel bebas di atas menunjukan seluruh item pertanyaan variabel X2 (gaya hidup) memiliki nilai t di atas 0,05. Hasil pengujian reliabiltas memiliki nilai *Split Half* di atas 0,700, yakni 0,881 Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel gaya hidup dinyatakan reliabel.

Hasil pengujian reabilitas instrumen penelitian untuk variabel bebas di atas menunjukan seluruh item pertanyaan variabel Y (pembelian impulsif) memiliki nilai t di atas 0,05. Hasil pengujian reliabiltas memiliki nilai *Split Half* di atas 0,700, yakni 0,975 Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel *pembelian impulsif* dinyatakan reliabel.

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa seluruh item pernyataan memiliki koefisien validitas di atas 0,300 yang menandakan bahwa

seluruh item pernyataan tersebut sudah mengukur apa yang seharusnya di ukur, sedangkan untuk hasil pengujian reliabilitas diperoleh nilai koefisien reliabilitas masing-masing sebesar 0,930, 0,881 dan 0,975, keduanya berada di atas 0,700 yang menandakan bahwa variabel yang digunakan dalam instrumen penelitian sudah menunjukan keandalannya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan sudah memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

3.2.5 Rancangan Analisi dan Perancangan 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.

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.

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

Sumber :Umi Narimawati (2007:84)

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 3.4 sebagai berikut :

Tabel 3.8

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 (2007:84)

Berdasarkan pengkategorian tersebut, maka penulis dapat membuat kategori masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 3.9

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

Pengkategorian *Display*

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

Tabel 3.10

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

Pengkategorian Gaya Hidup

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 -36.00	Rendah
2	36.01 -52.00	Sedang
3	52.01 -68.00	Cukup Tinggi
4	68.01 -84.00	Tinggi
5	84.01 – 100	Sangat Tinggi

Tabel 3.11

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

Pengkategorian Pembelian Impulsif

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

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.

1. Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut:

a) Ambil data ordinal hasil kuesioner
b) Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
c) Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
d) Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
e) Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*

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

Dimana:

Means of Interval = Rata-Rata Interval

Density at Lower Limit = Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit = Kepadatan atas bawah

Area Under Upper Limit = Daerah di bawah batas atas

Area Under Lower Limit = Daerah di bawah batas bawah

f) Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + ⋮ Nilai Skala Minimal ⋮ + 1

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel pengaruh *Display* Toko Dan Gaya Hidup Terhadap Pembelian Impulsif, dalam hal ini adalah konsumen Surf Inc Bandung digunakan analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

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:

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

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 *Display* Toko (X_1) dan Gaya Hidup (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, *Display* Toko

β2= Koefisien regresi dari variable X2, Gaya Hidup

X1= *Display* Toko

X2= Gaya Hidup

3. 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 = *display* toko, gaya hidup

z = pembelian impulsif

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.7 dibawah ini.

Tabel 3.12

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

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 $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$.

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

Dimana:

d : Koefisien determinasi

r : Koefisien Korelasi

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh *Display* Toko dan Gaya Hidup tehadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Surf Inc 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 :

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 :

$$t\ hitung(x_{1,2}) = \frac{\mathrm{b}_{1,2}}{se(b_{1,2})}$$

t_{hitung} diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis

$H_{0.}$ $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh *display* toko terhadap pembelian impulsif pada konsumen Surf Inc Bandung.

H_{11}. $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh *display* toko terhadap pembelian impulsif pada konsumen Surf Inc Bandung.

Ho. $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh gaya hidup terhadap pembelian impulsif pada konsumen Surf Inc Bandung.

H_{12}. $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap pembelian impulsif pada konsumen Surf Inc Bandung.

c. Kriteria pengujian

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

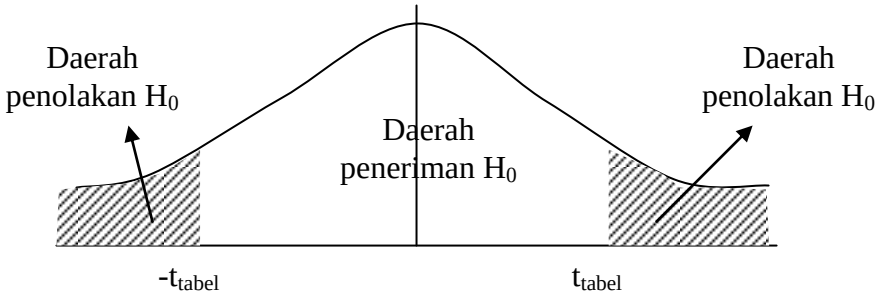
Kriteria Penarikan Pengujian:

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria peneerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.

b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ 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

Daerah penerimaan dan penolakan Ho

Sumber: Sugiyono (2009:185)