BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yang diambil oleh penulis dalam Usulan penelitian ini adalah analisis pengaruh kontrol diri dan Diskon terhadap pembelian impulsif di NEPS Clothingbandung.

Pengertian objek penelelitian menurut Suharsimi Arikunto (2000:29), objek penelitian adalah variabel penelitian, yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian.

Sedangkan benda, hal, atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat dan yang dipermassalahkan disebut objek (Suharsimi Arikunto, 2000:116).

Berdasarkan pengertian diatas, yang dimaksud dengan objek penelitian adalah sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya. Penulis menjadikan Kontrol diri dan Diskon sebagai acuan untuk peningkatan penjualan dari pembelian impulsif.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif karena penulis ingin mendeskripsikan pengaruh Kontrol diri dan Diskon terhadap pembelian impulsif di NEPS Clothing Bandung

Menurut Sugiyono (2005 : 21): “ Metode Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.”

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

“ 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.”

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

3.2.1 Desain Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian yang diangkat oleh peneliti yaitu “ PengaruhKontrol diri dan Diskon terhadap pembelian impulsif pada NEPS Clothing Bandung “. maka langkah-langkah yang akan dilakukan penulis dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data-data dari pihak NEPS Clothing Bandung.
2. Mengumpulkan data-data mengenai tanggapan para konsumen atas produk yang diberikan NEPS Clothing sehingga mereka membeli produk NEPS Clothing serta keluhannya.
3. Membuat hipotesis untuk membuktikan adanya hubungan atau dampak antara Kontrol diri terhadap pembelian impulsif.

4. Menganalisa data-data yang diperoleh untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah dibuat.
5. Membuat kesimpulan terhadap hasil hipotesis.
6. Menyusun Penelitian.

Metode yang digunakan untuk peneliatian ini adalah metode penelitian survey explanatory yang digunakan untuk menjalankan hubungan kausal antara 3 variabel melalui pengujian hipotesis. Untuk menjawab tujuan penelitian yang pertama, kedua dan ketiga yaitu untuk mengetahui tanggapan konsumen NEPS Clothing mengenai Kontrol diri dan Diskon terhadap pembelian impulsif digunakan penelitian deskriptif guna menyajikan variabel yang terstruktur, faktual, dan akurat mengenai permasalahan di atas dengan menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak pemilik NEPS Clothing dan penyebaran kuisioner kepada konsumen NEPS Clothing tersebut.

Sedangkan untuk menjawab tujuan penelitian keempat yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruhKontrol diridan Diskon terhadap pembelian impulsif baik secara simultan dan parsial, digunakan penelitian yang bersifat verifikatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner kepada konsumen NEPS Clothing. Untuk mempermudah dan memperjelas jalur dan sasaran penelitian yang dilaksanakan, maka peneliti menggunakan matriks penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Matriks Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**		
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**
T – 1	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Konsumen NEPS Clothing Bandung
T – 2	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Konsumen NEPS Clothing Bandung
T – 3	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Konsumen NEPS Clothing Bandung
T – 4-5	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive dan eksplanatory Survey*	Konsumen NEPS Clothing Bandung

3.2.2 Operasional Variabel

Operasionalvariabel dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh pengukuran variabel-variabel penelitian.Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat-sifat atau nilai dari seseorang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2004).

1. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi penyebab atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Adapun yang menjadi variabel *independent* dalam penelitian ini adalah Kontrol diri dan Diskon.

2. Variabel terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *dependent* adalah pembelian impulsif.

Tabel 3.2

Operasional Variabel

Variabel	**Indikator**	**Ukuran**	**Sumber**	**Skala**	
Kontrol Diri (X1)	-kemampuan mengontrol perilaku	-Tingkat kemampuan mengontrol	-Konsumen NEPS Clothing	-Ordinal	p-1 p-2
Kontrol diri merupakan variable psikologis yang sederhana karena didalanya tercakup 3 konsep yang berbeda tentang kemampuan mengontrol diri yaitu kemampuan individu untuk memodivikasi perilaku,	-kemampuan mengontrol stimulus	-Tingkat kemampuan mengontrol	-Konsumen NEPS Clothing	-Ordinal	p-3
	-kemampuan mengantisipasi peristiwa	-tingkat kemampuan mengantisipasi	-Konsumen NEPS Clothing	-Ordinal	p-4
	-kemampuan menafsirkan peristiwa	-tingkat penafsiran	-Konsumen NEPS Clothing	-Ordinal	p-5
	-kemampuan dalam mengambil keputusan	-tingkat pengambilan	-Konsumen NEPS Clothing	-Ordinal	p-6

kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi serta kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan berdasarkan suatu yang diyakini. Averill dalam Muharsih (2006:22)		keputusan			
Diskon (X2) Merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Fandy Tjiptono (2008:166)	- Besarnya potongan harga -Masa potongan harga - Jenis produk yang mendapatkan potongan harga	- Tingkat ketertarikan - Tingkat kesesuaian - Tingkat kesesuaian	- Konsumen NEPS Clothing -Konsumen NEPS Clothing -Konsumen NEPS Clothing	-Ordinal -Ordinal -Ordinal	p-7 p-8 p-9 p-10
Pembelian Impulsif (Y) Pembelian impulsif adalah suatu tindakan pembelian yang dibuat tanpa direncanakan sebelumnya atau keputusan pembelian dilakukan pada saat berada didalam toko.	- Desakan untuk berbelanja - Emosi positif - Emosi negative - Melihat-lihat toko - Kesenangan belanja	-tingkat kesesuaian -tingkat kesesuaian -tingkat kesesuaian -tingkat Kesesuaian -Tingkat kepuasan	-Konsumen NEPS Clothing -Konsumen NEPS Clothing -Konsumen NEPS Clothing -Konsumen NEPS Clothing -Konsumen NEPS	-Ordinal -Ordinal -Ordinal -Ordinal -Ordinal	p-11 p-12 p-13 p-14 p-15

Engel dan Blacwell dalam Hatane (2006:105)	- Ketersediaan waktu	-tingkat kesesuaian	Clothing -Konsumen NEPS	-Ordinal	p-16
	- Ketersediaan uang	-tingkat kesesuaian	Clothing -Konsumen NEPS	-Ordinal	p-17
	- Kecenderungan pembelian impulsif	-tingkat kesesuaian	Clothing -Konsumen NEPS	-Ordinal	p-18

3.2.3 Metode Penarikan Sampel

3.2.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang bukan hanya orang tetapi juga benda – benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek.

Definisi populasi menurut Naziradalah :

“Kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri yang telah ditetapkan” (Nazir ,1998 :32).

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen NEPS Clothing Bandung pada tahun 2012.Berdasarkan informasi dari pihak NEPS Clothing diketahui konsumen NEPS Clothing diambil dari banyaknya item barang yang keluar adalah sebanyak 15022 orang yang bisa dijadikan ukuran populasi.

3.2.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut.Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Adapun definisi sampel menurut Sugiyonoadalah :

”Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi, meskipun jumlah sampel relatif kecil tetapi harus dapat mewakili ciri-ciri dan sifat-sifat keseluruhan populasi”.(Sugiyono ,2003 : 74)

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah metode sampling, yaitu suatu metode yang memilih sebagian dari populasi untuk dijadikan data yang akan diolah untuk penelitian.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling *probability sampling*, yaitu teknik sampling yang memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Untuk mengetahui populasinya, maka digunakan teknik sampling *simple random sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Rumus yang digunakan adalah pendapat Slovin yang dikutip dari Drs.Husein Umar (2003:146)yaitu:

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

dimana : n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persentase kelonggaran

Dari jumlah populasi (N) yang terdiri dari 15022 orang, maka jumlah sampel penelitian (n) atau responden yang harus diambil berdasarkan dengan tingkat persentase kelonggaran sebesar 10% adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{15022}{1 + 15022(0{,}1)^2} = 97 = 100 \text{ responden}$$

Jadi untuk menghindari kebiasan dalam penyebaran angket, maka dipilih 100 orang untuk menjadi responden.

3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

3.2.4.1 Jenis Data

Data yang digunakan oleh peneliti ada dua jenis, yaitu :

1. Data primer, yaitu merupakan data informasi yang diperoleh pengamatan langsung pada pelanggan yang menjadi objek penelitian.

2. Data sekunder, yaitu merupakan data yang diperoleh dari perusahaan, buku-buku, laporan-laporan ilmiah.

3.2.4.2 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah :

1. Studi Pustaka (*Library Research*)

Yaitu mengumpulkan data dan mempelajari atau membaca pendapat para ahli yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti untuk memperoleh landasan teori – teori yang dapat menunjang penelitian. Sehingga penelitian yang dilaksanakan mempunyai landasan teori yang kuat dan menunjang.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Dalam teknik ini peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mengumpulkan, mengelola, dan menganalisis data yang diperlukan. Adapun studi lapangan yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan langsung terhadap objek penelitian dengan mengunjungi perusahaan.Data atau informasi yang diperoleh didapat secara langsung dari sumber – sumber tertulis yang diberikan perusahaan.Pengamatan langsung ini dimaksudkan untuk melengkapi data yang diperlukan serta membandingkan keterangan yang diperoleh sebelumnya dengan ketepatan data yang ada diperusahaan.

b. Wawancara

Penulis mengadakan wawancara langsung dengan pihak perusahaan yang berwenang dalam bidang yang berhubungan dengan masalah yang dibahas sehingga memperoleh data – data yang diperlukan.

c. Dokumentasi

Yaitu mengumpulkan dan menganalisa data – data penting tentang perilaku konsumen.

3.2.5 Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis

Pada dasarnya rancangan analisis data yang digunakan terdiri dari dua bagian yaitu analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2006:13), data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar. Sementara untuk data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (skoring). Analisis kualitatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah satu, dua dan tiga, yaitu mengenai Kontrol diri,Diskon serta pembelian impulsif konsumen dengan cara mengelompokan data, ditabulasikan, kemudian diberikan penjelasan. Sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang keempat, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kontrol diri dan Diskon terhadap pembelian impulsif konsumen NEPS Clothing Bandung.

Untuk mengungkap aspek-aspek atau variabel-variabel yang diteliti, diperlukan suatu alat ukur atau skala tes yang valid dan dapat diandalkan, agar kesimpulan penelitian tidak akan keliru dan memberikan gambaran yang tidak jauh

berbeda dengan keadaan yang sebenarnya. Suatu instrumen ukur yang tidak valid dan tidak reliabel akan memberikan informasi yang tidak akurat mengenai keadaan subjek atau individu yang dikenai tes tersebut. Untuk itu perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap alat ukur penelitian ini, yaitu kuesioner.

Sugiyono (2004:110) menyatakan bahwa dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

Pengujian validitas dan reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

3.2.5.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur, atau sejauh mana alat ukur yang digunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat test, maka alat tersebut semakin mengenai pada sasarannya.

Menurut Cooper (2006:720) validitas adalah "*Validity is a characteristic of measuraenment concerned with the extend that a test measures what the researcher actually wishes to measure*".

Berdasarkan definisi diatas, maka validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat test (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur.

Suatu alat ukur disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur.

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesahihan setiap item pernyataan dalam mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing pertanyaan yang ditujukan kepada responden dengan total skor untuk seluruh item. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah korelasi *person product moment*.

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

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

1. Uji Validitas Kontrol Diri (X1)

Hasil pengujian validitas Kontrol Diri dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut ini :

Tabel 3.3

Hasil Pengujian Validitas Kontrol diri

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Kontrol Diri (X_1)	1	0,364	0,300	Valid
	2	0,384	0,300	Valid
	3	0,506	0,300	Valid
	4	0,510	0,300	Valid
	5	0,367	0,300	Valid
	6	0,529	0,300	Valid

Sumber : Hasil kuesioner (diolah)

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh koefesien validitas pernyataan variable kontrol diri melebihi titikr $_{kritis}$ = 0,300. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan variable kontrol diri valid.

2. Uji Validitas Diskon (X2)

Hasil pengujian validitas diskon dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut ini.

Tabel 3.4

Hasil Penguji Validitas Diskon

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Diskon (X_2)	1	0,488	0,300	Valid
	2	0,493	0,300	Valid
	3	0,618	0,300	Valid
	4	0,428	0,300	Valid

Sumber : Hasil kuesioner (diolah)

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh koefisien validitas pernyataan variabel Diskon melebihi titik r_{kritis}= 0,300. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan variabel Diskon valid.

3. Uji Validitas Pembelian Impulsif (Y)

Hasil pengujian validitas pembelian impulsif dapat dilihat pada tabel 3.5 berikut ini :

Tabel 3.5

Hasil Pengujian Validitas Pembelian Impulsif

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Pembelian impulsif (Y)	1	0,462	0,300	Valid
	2	0,429	0,300	Valid
	3	0,450	0,300	Valid
	4	0,338	0,300	Valid
	5	0,430	0,300	Valid
	6	0,476	0,300	Valid
	7	0,513	0,300	Valid
	8	0,306	0,300	Valid

Sumber : Hasil kuesioner (diolah)

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh koefisien validitas pernyataan variabel pembelian impulsif melebihi titik r_{kritis}= 0,300. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan variabel pembelian impulsif valid.

3.2.5.2 Uji Realibilitas

Menurut Saifuddin Azwar (1999:158), tinggi rendahnya reliabilitas, secara empiris ditunjukan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas (*alpha cronbach*). Walaupun secara teori besarnya koefisien reliabilitas berkisar antara 0,00 – 1,00 , tetapi pada kenyataannya koefisien reliabilitas sebesar 1,00 tidak pernah dicapai dalam suatu pengukuran karena manusia sebagai subjek pengukuran psikologis merupakan sumber kekeliruan yang potensial.

Koefisien korelasi dapat bertanda positif (+) atau negatif (-), tetapi dalam pengukuran reliabilitas, koefisien reliabilitas yang besarnya kurang dari nol (0,00) tidak ada artinya karena interpretasi reliabilitas selalu mengacu pada koefisien reliabilitas yang positif. Untuk menghitung koefisien reliabilitas digunakan rumus *Alpha Cronbach* :

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k-1)r}$$

Dimana :

α = koefisien reliabilitas

r = rata-rata korelasi antara faktor pembentuk sub variabel

k = jumlah faktor yang membentuk sub variabel

Untuk menghitungnya menggunakan bantuan SPSS 21*for windows*, bila koefisien reliabilitas telah dihitung, setelah itu dibuat hipotesis :

Ho : Instrument penelitian tidak reliabel

Ha : Instrument penelitian reliabel

Dengan ketentuan : Jika r Alpha > r tabel maka Ho ditolak

Jika r Alpha < r tabel maka Ho diterima.

Adapun hasil uji reliabel dalam penelitian ini dapat dilihat dalam Tabel 3.6 berikut ini.

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	**Cronbach's Alpha**	**r_{tabel}**	**Hasil**
Kontrol Diri (X_1)	0,705	0,70	Reliabel
Diskon (X_2)	0,716	0,70	Reliabel
Pembelian Impulsif (Y)	0,720	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil kuesioner (diolah)

Hasil pengujian reliabilitas instrumen dengan metode cronbach alpha, Kontrol diri (X_1) adalah sebesar 0,705, Diskon (X_2) sebesar 0,716 dan Pembelian impulsif(Y)

sebesar 0,720, karena r hasil perhitungan menunjukkannilai lebih besar dari r tabel (0,70) sehingga semua variabel yang digunakanreliabel.

3.2.6Rancangan Analisi dan Perancangan Hipotesis

3.2.6.1 Rancangan Analisis

3.2.6.1.1 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.

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

Sumber:UmiNarimawati (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 3.7 sebagai berikut :

Tabel 3.7

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)

3.2.6.1.2 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*

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

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 Kontrol diri dan Diskon terhadap Pembelian impulsif, dalam hal ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di NEPS Clothing Bandung digunakan analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

2. Analisis Regresi

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis 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:

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

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 Kontrol diri (X1) dan Diskon (X2), sedangkan variabel dependen adalah Pemebelian 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, Kontrol diri

β2 = Koefisien regresi dari variable X2, Diskon

X1 = Kontrol diri

X2 = Diskon

2. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE).Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (*multiple linear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak.Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi.Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

b. Uji Multikolinier

Multikolinieritas merupakan suatu situasi dimana beberapa atau semua variabel bebas berkorelasi kuat. Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah:

1. koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir

2. Nilai *standar error* setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan *standar error* nya semakin besar pula.Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas adalah dengan menggunakan *Variance*

Inflation Factors (VIF). Menurut Gujarati (2003: 362), jika nilai VIF nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi.Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji *Rank Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual.Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual *(error)* ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan deret waktu dalam model regresi atau dengan kata lain *error* dari observasi yang satu dipengaruhi oleh error dari observasi yang sebelumnya. Akibat dari adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak efisien, artinya tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan koefisien regresi menjadi tidak stabil.Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dari

data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik Durbin-Watson (D-W). Kriteria uji: bandingkan nilai D-W dengan nilai d dari tabel Durbin-Watson:

a. jika D-W < $d_L$atau D-W > 4 – dL, kesimpulannya pada data terdapat autokorelasi.

b. Jika dU < D-W < 4 – dU, kesimpulannya pada data tidak terdapat autokorelasi.

c. Tidak ada kesimpulan jika dL ≤ D-W ≤dU atau 4 – dU ≤ D-W ≤ 4-dL.

Apabila hasil uji *Durbin-Watson* tidak dapat disimpulkan apakah terdapat *autokorelasi* atau tidak maka dilanjutkan dengan *runs test.*

3. Analisis Korelasi

Menurut Sujana (1989) dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:49) 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 =Kontrol diri , Diskon

y = Pembelian impulsif

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.8 dibawah ini.

Tabel 3.8
TingkatKeeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak ada 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 Korelas

3.2.6.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah PengaruhKontrol diri dan Diskon terhadap Pembelian impulsif konsumen di NEPS Clothing 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 Parsial

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

a. Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$thitung(x_{1,2}) = \frac{b_{1,2}}{se(b_{1,2})}$$

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

b. Hipotesis

H_1. ρ= 0, Tidak terdapat pengaruh *Kontrol diri*dan *Diskon*terhadap Pembelian impulsif konsumen di NEPS Clothing Bandung.

H_{11}. $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh *Kontrol diri* dan *Diskon* terhadap pembelian impulsif konsumen di NEPS Clothing Bandung.

H_2. $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh*Kontrol diri*dan *Diskon* terhadap Pembelian impulsif konsumen di NEPS Clothing Bandung.

H_{12}. $\rho \neq 0$,Terdapat pengaruh *Kontrol diri* dan *Diskon* terhadap pembelian impulsif konsumen di NEPS Clothing Bandung.

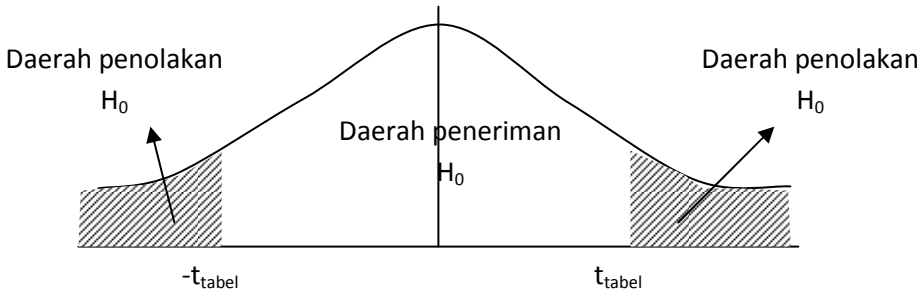
c. Kriteria pengujian

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

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)