BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupkan sasaran yang akan dicapai dalam suatu penelitian menurut Sugiyono (2011:32)" objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.".dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa objek ditaliti dan dipelajari sehingga muncul data sebagai kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah atribut kepribadian ektrovert-introvert dan lingkungan social sedangkan tempat penelitiannya adalah Toko Buku Bandung Book Center.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Sugiyono (2011:2) Metode Penelitian adalah "Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Dalam melakukan penelitian penulis menggunakan metode penulisan studi kasus dan metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang di upayakan untuk mengamati permasalahan secara sistematik dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat objek tertentu. Metode ini berusaha mengganbarkan dan menginterpretasikan apa yang ada, bisa mengenai kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang tumbuh, proses yang

sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau kecenderungan yang tengah berkembang, (Sumanto, 1995:75).

Dalam penelitian ini jenis metode penelitian deskriftif yang digunakan, adalah metode survai. Penelitian survai digunakan untuk melakukan penarikan kesimpulan secara umum (generalisasi) dari sampel yang ditentukan. Dalam penelitian ini sampel berfungsi sebagai penduga populasi penelitian. Pada umumnya, penelitian survai menggunakan data yang relatif banyak dan besar, walaupun bukan keharusan (Cik Hasan Bisri, 1999:55). Penelitian dengan menggunakan survai merupakan penyelidikan dengan gerak ke arah meluas dan merata. Karena sampel besar yang dihadapi dalam satu masa tertentu, maka penelitian ini menghasilkan data kuantitatif yang menggambarka secara umum keadaan sampel yang diselidiki. Dalam penelitian ini penulis terjun alngsung untuk melakukan survai di Toko Buku Bandung Book Center Merdeka Bandung untuk mengetahui apakah kepribadian ektrovert-introvert dan lingkungan social memiliki pengaruh secara signifikan dan simultan terhadap keputusan pembelian novel yang beberapa tahun ini selalu mendominasi penjualan bila dibandingkan dengan jenis buku yang lain yang dijual di pasaran.

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2008:45) menyatakan bahwa “Penelitian 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 .”

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Penelitian ini digunakan untuk menguji

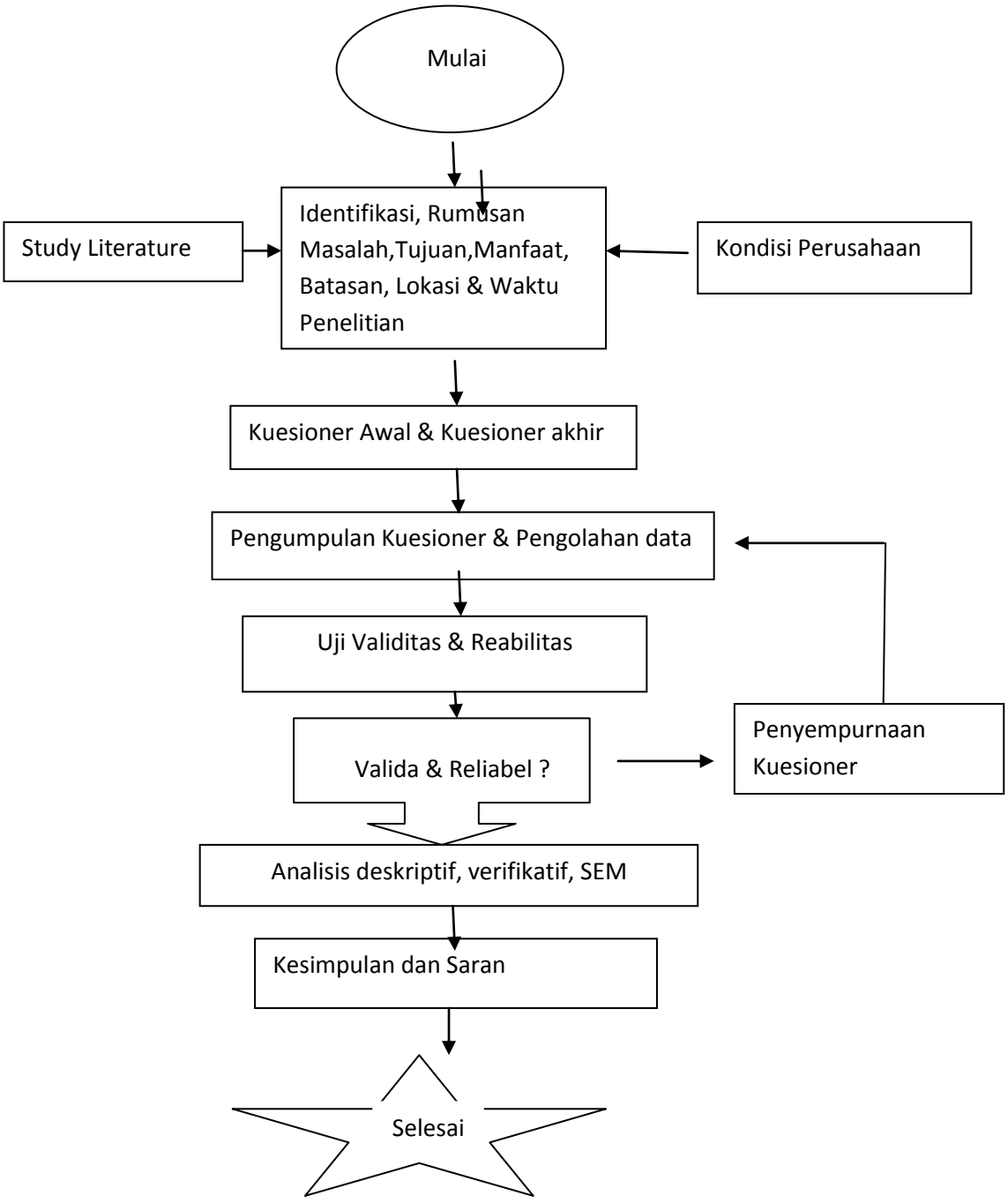
pengaruh variabel X terhadap Y yang diteliti. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

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

3.2.1. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis akan memaparkan desain penelitian yang digunakan yaiu sebagai berikut :



Gambar 3.1
Desain Penelitian

berdasarkan uraian diatas, maka dapat dibuat desain penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan penelitian	Desain penlitian			
	Jenis penelitian	Metode yang digunakan	Unit analisis	Time Horizon
T-1	Deskriptif	Deskriftif dan survey	Pembeli novel di Bandung Book Center	*Cross sectional*
T-2	Deskriptif	Deskriptif dan *explanatory survey*	Pembeli novel di Bandung Book Center	*Cross sectional*
T-3	Deskriptif	Deskriftif dan *explanatory survey*	Pembeli novel di Bandung Book Center	*Cross sectional*
T-4	Deskriptif dan verifikatif	Deskriftif dan *explanatory survey*	Pembeli novel di Bandung Book Center	*Cross sectional*
T-5	Deskriptif dan verifikatif	Deskriftif dan *explanatory survey*	Pembeli novel di Bandung Book Center	*Cross sectional*
T-6	Deskriptif dan verifikatif	Deskriftif dan *explanatory survey*	Pembeli novel di Bandung Book Center	*Cross sectional*
T-7	Deskriptif dan verifikatif	Deskriftif dan *explanatory survey*	Pembeli novel di Bandung Book Center	*Cross sectional*

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Pengertian variabel menurut Sugiyono (2011: 38) “Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.”

Sedangkan definisi operasionalisasi Uma Sekaran"(2000: 178) menyatakan: "*operationalizing, or operationally defining a concept, to render it measurable, is done by looking at the behavioral dimensions, properties denote by the',concept. These are then translated into obseruable and measurable elements*

so as to form an index of measurement of the concept". ("operasionalisasi, atau secara operasional didefinisikan sebagai sebuah konsep, untuk membuat itu terukur, dilakukan dengan melihat dimensi perilaku, properti dilambangkan dengan 'konsep. ini kemudian diterjemahkan ke dalam unsur-unsur obseruable dan terukur sehingga membentuk indeks pengukuran konsep ".)

Operasionalisasi variabel diperlukan dalam menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam suatu penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar.

a. Variabel Bebas / *Independent* (variabel X)

Sugiyono (2011:39) mengemukakan bahwa "Variabel bebas adalah merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen".

Variabel bebas merupakan variabel stimulus atau variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas merupakan variabel yang diukur,dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kepribadian extravert (X1), kepribadian intravert (X2) dan harga (X3).

b. Variabel tergantung / *Dependent* (Variabel Y)

Variabel tergantung adalah variabel yang memberikan reaksi/respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Menurut Sugiyono (2011:39) :

"Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas".

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel/dimensi	*Konsep Variabel/ dimensi*	*Indikator*	*Satuan Ukuran*	*Skala Ukur*	*No Kuisioner*
Kepribadian ($\xi 1$)	Eysenck dalam Lawrence A Pevin (2010:244) juga mengungkapkan bahwa dimensi dasar kepribadian mencakup apakah orang cenderung menjadi tidak bergaul,siam,pasif (introvert) atau mudah bergaul, santai dan aktif (ekstrovert).	- mudah bergaul	- Tingkat kecendrungan mudah bergaul dengan orang lain	ordinal	K 1-4
		- menyukai pesta (keramaian),	- Tingkat menyukai tempat yang ramai		K5-8
		- memiliki banyak teman,	- Tingkat kecenderungan beradaptasi dan bersosialisasi dengan orang lain		K9-11
		- menyukai kehebohan	- tingkat menyukai kehebohan dan suara bising		K12-14
Kepribadian Extrovert ($\xi 1.1$)		- tidak menyukai belajar sendiri	- tingkat menyukai baca buku dan menelaah sendiri - tingkat seringnya belajar bersama (untuk siswa/mhs)		K15-16
		- bertindak pada saat adanya momen dan - spontan (impulsif)	- Tingkaat kesepontanan		K 17-18
		- Pendiam (tertutup	- Tingkat dapat sukar/mudahnya menerima pendapat orang lain - Tingkat kadar berkomunikasi didepan dengan orang lain - Tingkat energi/kepercayaan terhadap diri sendiri - Tingkat mengalami kesulitan perihal menjalin hubungan sosial dengan orang lain - Tingkat mengalami kesulitan perihal menjalin hubungan sosial dengan orang lain	Ordinal	K19-21
		- instropektif, -	- Tingkat istropektif dalam melakukan sesuatu		K22-23
Kepribadian		- menarik diri (suka menyendiri), -	- Tingkat keseringan waktu menyendiri		K24-25

Variabel/dimensi	*Konsep Variabel/ dimensi*	*Indikator*	*Satuan Ukuran*	*Skala Ukur*	*No Kuisioner*
Introvert (Ξ1.2)		- reflektif, -	- Tingkat reflektifitas dalam melakukan sesuatu		K26-28
		- tidak percaya pada keputusan impulsif, -	- Tingkat kespontanan dalam melakukan sesuatu		K29-31
		- lebih menyukai membaca buku daipada bertemu orang, -	- Tingkat keseringan membaca buku bila dibandingkan bertemu orang lain		K32-34
		- lebih memilih kehidupan yang tenang dan teratur daripada kehidupan yang dipenuhi oleh peluang dan resiko. -	- Tingkat keberanian mengambil resiko		K35-38
Harga (ξ2)	Menurut Kotler dan Keller (2012:405) *Price is the one element of the marketing mix that produces revenue; the other elements produce costs*	**1)** Harga yang murah: **2)** Potongan harga (discount)	- Tingkat keterjangkauan harga produk - Tingkat besarnya discout	ordinal	H1-2 H3-6
Pembelian Impulsif (η)	*impulse buying* didefinisikan, "sebagai tindakan membeli yang sebelumnya tidak diakui secara sadar sebagai hasil dari suatu pertimbangan, atau niat membeli yang terbentuk sebelum memasuki toko" Mowen dan Minor (2002 : 10)	- desakan untuk berbelanja, - emosi positif, - emosi negative, - ketersediaan uang, - kesenangan belanja,	- Tingkat dorongan keinginan untuk berbelanja - Tingkat perasaan bergairah, bahagia ketika berbelanja - Tingkat penyesalan setelah melakukan belanja thdp barang yg tdk perlu - Jumlah uang yang dianggarkan untuk berbelanja - Tingkat kesenangan	Ordinal	IB 1-3 IB4-6 IB7-8 IB9-10 IB11-13

Variabel/dimensi	*Konsep Variabel/ dimensi*	*Indikator*	*Satuan Ukuran*	*Skala Ukur*	*No Kuisioner*
			berbelanja		
		- ketersediaan waktu,	- Lamanya waktu yang di luangkan untuk berbelanja - Seringnya WaKtu yang diluangkan berbelanja		IB 14-15
		- kecenderungan pembelian impulsif.	- Tingkat kespontanan dalam melakukan belanja		IB 16-18
		- melihat-lihat toko,	- Tingkat besarnya efek melihat-lihat toko yang berujung pada pembelian novel		IB20-21

Jenis skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ordinal, Zainal Mustafa (2009:55) mengemukakan tentang skala ordinal ”Skala Ordinal merupakan suatu instrument yang menghasilkan nilai atau skor yang bertingkat atau berjenjang (bergradasi)”.

Dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala likert. Sugiyono (2011:93) mengemukakan bahwa ”Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”.

Untuk pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang

diajukan untuk pernyataan positif adalah dengan menggunakan skala likert 5,4,3,2,1 Sugiyono (2011) .

3.2.3 Jenis Data dan Sumber

3.2.3.1 Jenis Data

Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah jenis data subjek yang merupakan jenis data pnelitian yang berupa opini, sikap, pengamalan atau karakteristik seseorang atau kelompok yang menjadi subjek penelitian/ resonden.

3.2.3.2. Sumber Data

Jenis data yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2011:137) “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.”

Menggunakan data primer karena peneliti mengumpulkan sendiri data-data yang dubutuhkan yang bersumber langsung dari objek pertama yang akan diteliti. Setelah data-data terkumpul, data tersebut akan diolah sehingga akan menjadi sebuah informasi bagi peneliti tentang keadaan objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil observasi, dan hasil wawancara, Sedangkan menurut Sugiyono (2011:137) data sekunder “Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.”

Data sekunder diperoleh dari penemuan masalah-masalah dilapangan yang terjadi di Toko Buku Bandung Book Center bandung yang berkaitan dengan

pengaruh ektrovert-itrovert dan lingkungan social terhadap keputusan pembelian novel di Bandung Book Center Bandung.

3.2.3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1). Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Data yang diperoleh melalui teknik penelitian kepustakaan ini yaitu dilakuakan dengan mengumpulkan data-data yang diperoleh melalui mempelajari data, menganalisis buku-buku, dokumen-dokumen yang berhuungan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

2). Penelitian Lapangan *(Field Research)*

Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan (Field Research), dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer (data yang diperoleh langsung dari Toko Buku Bandung Book Center dan data sekunder. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

a. Observasi (Pengamatan Langsung)

Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dilokasi untuk memperoleh data yang diperlukan. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan penjualan dan pembelian novel dengan menggunakan checker untuk menghitung total penjualan novel di weekday, weekend dan

peakday. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan.

b. Wawancara atau Interview

Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Penulis mengadakan hubungan langsung dengan pihak-pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Dalam teknik wawancara ini, penulis mengadakan tanya jawab kepada sumber yang dapat memberikan data atau informasi. Informasi itu berupa yang berkaitan dengan seberapa sering customers membeli novel per bulan dan alasannya apa membeli novel tersebut.

c. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik Kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditunjukkan kepada responden yang berhubungan dalam penelitian ini. Hasil dari kuesioner ini yaitu berupa data-data mengenai pengkategorian kepribadian pelanggan termsuk kepribadian ektrovert atau introvert dan apakah ada kaitannya dengan harga terhadap *impulse buying* pada novel di Bandung Book Center .

3.2.4 Populasi dan Sample

3.2.4.1. Populasi Penelitian

Adapun Pengertian populasi menurut Sugiyono (2011:80) mengemukakan bahwa "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terjadi atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya."

Populasi yang digunakan adalah pengunjung yang membeli novel di toko buku Bandung Book Center Bandung dengan rata-rata pelanggan yang membeli novel sebanyak 25.200 orang per tahun dengan rincian dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 3.4.
Penjualan novel di Toko Cabang Bandung Book Center
Wilayah Bandung

No.	Nama Toko Cabang BBC	Total Pembeli novel per tahun
1.	Palasari I	7200
2.	Palasari II	3.600
3.	Anggrek	3.600
4.	Suci	5.400
5.	Giant Pasteur	2.880
6.	Balubur Town Square	2.520
Total		25200

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Artinya tidak akan ada sampel jika tidak ada populasi. Populasi adalah keseluruhan elemen atau unsur yang akan kita teliti. Menurut Danang Sunyoto (2012:47) sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti, dan dianggap mewakili keseluruhan populasi

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunkan random sampling. Menurut Sugyono (2008:118) random smapling yaitu pengambilan anggota sample dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Pada penelitian ini besarnya sampel disesuaikan dengan model analisis yang digunakan yaitu Structural Equation Modeling (SEM) (Latan Hengki, 2012:44). Ukuran sampel untuk SEM mneggunakan model estimasi maximum Likehood Estimation (MLE) adalah sebesar 100-200 sampel (Byrne, 2000) dan Hair dkk dalam Ferdinand (2005) yang diutip oleh Setyo Hari Wijayanto (2008:56), Rahmat Hidayat serta Wayan Siwantra (2011:154).

Sedangkan untuk menentukan ukuran sample minimal (n) menggunakan Rumus Slovin (1994) dalam Kutjahto (2003:151) jika diketahui ukuran populasi (N) pada taraf signifikasi α (10%) adalah :

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

Pada penelitian ini ditetapkan tingkat kesalahan sebesar 10%. Bila menggunakan rumus Slovin maka diperoleh sample sebagai berkut:

$$n = \frac{25.200}{1+(25.200)(0,1)^2} = 99,6 \approx 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan Slovin diatas maka jumlah sampel yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

Sedangkan menurut Solimun (2002:78), beberapa pedoman penentuan besarnya sample size untuk SEM diberikan sebagai berikut:

1. Bila pendugaan parameter menggunakan metode kemungkinan maksimum (maximum likelihood estimation) besar sampel yang disarankan adalah antara 100 hingga 200, dengan minimum sampel adalah 50.
2. Sebanyak 5 hingga 10 kali jumlah parameter yang ada di dalam model.
3. Sama dengan 5 hingga 10 kali jumlah variabel manifest (indikator) dari keseluruhan variable laten.

Dalam penelitian ini terdapat 23 indikator sehingga perhitungan sampel nya merujuk pada aturan ke tiga yaitu 23 x 7 = 161 responden.

Jika merujuk pada rumus Slovin maka jumlah sampel adalah sebanyak 100 responden, namun jika merujuk pada rumus perhitungan sampel untuk SEM yang diungkapkan oleh Solimun maka jumlah sampel pada penelitian ini sebesar 161 orang. Maka dalam penelitian ini penulis akan menggunakan perhitungan sampel menurut Solimun dengan total responden sebanyak 161 responden karena total responden tersebut dinilai lebih representatif (mewakili) dari total populasi.

Sedangkan tehnik sampling (penarikan sampel) yang digunakan oleh peneliti dalam peneltian ini adalah tehnik Probability Sampling jenis Proportionate Stratified Random Sampling yaitu merupakan tehnik pengambilan sampel anggota populasi yang dilakukan dengan memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Tehnik sampling ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata secara proporsional. Rumus *Proportionate Stratified Random Sampling* adalah: (Sugiyono, 2011:75) ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata secara proporsional. Rumus

$$\mathbf{Ni = \frac{Ni}{N} x\ n}$$

Keterangan : Ni = Ukuran tiap strata sample

Ni = Ukuran tiap strata populasi

n = Ukuran (total) sample

N = Ukuran (total)

Berikut ini adalah *Proportionate Stratified Random Sampling* yang dilakukan pada penelitian ini.

Tabel 3.4
Hasil perhitungan *Proportionate Stratified Random Sampling*

No.	Nama Toko Cabang BBC	Total Penjualan per tahun	Populasi	Sampel
1.	Palasari I	7200 buah novel	7.200 x 161 = 46 25. 200	46
2.	Palasari II	3.600 buah novel	3.600 x 161 = 23 25. 200	23
3.	Anggrek	3.600 buah novel	3.600 x 161 = 23 25. 200	23
4.	Suci	5.400 buah novel	5.400 x 161 = 34.5 25. 200	35
5.	Giant Pasteur	2.880 buah	2.880 x 161 = 18.4	18

No.	Nama Toko Cabang BBC	Total Penjualan per tahun	Populasi	Sampel
		novel	25. 200	
6.	Balubur Town Square	2.520 buah novel	$\frac{2.520 \times 161}{25.200} = 16.1$	16
Jumlah Sampel				161

3.2.5. Teknik Pengujian Data

Pengumpulan data dalam pnelitian ini dilakukan dengan meggunakan kuisioner, maka kesungguhan responen dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuisioner sangat penting. Keabsahan/kesalahan suatu hasil penelitian ditenntukan oleh alat ukur yang digunakan. Untuk menguji tingkat kualitas data terdapat dua konsep yaitu uji validitas dan uji reabilitas. Uji validitas dan reabilitas dalam suatu penelitian sangat penting karena mencakup mutu selruh proses pengambilan data sejak konsep disiapkan sampai data siap untuk dianalisis. Dengan adanya uni validitas dan reabilitas maka kita dapat memberikan kesimpulan dan alasan-alasan terhadap hubungan – hubungan antar variabel.

3.2.5.1 Uji Validitas

Validitas berhubungan dengan apakah sesuatu variabel mengukur apa yang seharusnya diukur. Meskipun validitas tidak akan pernah dibuktikan, tetapi dukungan kearah pembuktian tersebut dapat dikembangkan. Menurut Rigdon dan Ferguson (Wijanto, 2008: 65), suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel latennya, jika: (a) Nilai muatan faktornya

(*loading factors*) lebih besar dari nilai kritis (atau ≥ 1,96). (b) Muatan faktor standarnya (*standardized loading factors)* ≥ 0,70.

Menurut Igbarian *et al.* yang menggunakan *guidelines* dari Hair *et al.* (Wijanto, 2008: 65), tentang *relative importance and significant of the factor loading of each item.* Menyatakan bahwa muatan factor standar (*standardized loading factors)* ≥ 0,50 adalah *very significant.* Sedangkan Kusnendi (2008:111) menyatakan bahwa suatu indikator valid dan reliabel mengukur variabel latennya, apabila secara statistik koefisien bobot faktor signifikan, artinya koefisien bobot faktor mampu menghasilkan nilai *p-hitung* yang lebih kecil atau sama dengan *cut off value* tingkat kesalahan 0,05 (0,5%), serta besarnya estimasi koefisien bobot faktor yang distandarkan untuk masing-masing indikator tidak kurang dari 0,40 atau 0,50.

Tabel 3.5
Standar Penilaian Untuk Validitas

	Validity
Good	0,50
Acceptable	0,30
Marginal	0,20
Poor	0,10

3.2.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah konsistensi suatu pengukuran. Reliabilitas tinggi menunjukan bahwa indikator-indikator mempunyai konsistensi tinggi dalam mengukur konstruk latennya. Secara umum untuk mengestimasi reliabilitas adalah

test retest, alternative form, splithalvesdan Cronbach's Alpha. Berdasarkan hal tersebut untuk mengukur reliabilitas dalam SEM akan digunakan *composit reliability measure* (ukuran reliabilitas komposit) dan *variance extracted measure* (ukuran ekstrak varian). Reliabilitas komposit suatu konstruk dapat dihitung sebagai berikut:

$$Construct\,\mathrm{Re}liability = \frac{(\Sigma std\ loading)^2}{(\Sigma std\ loading)^2 + e_j}$$

Di mana *std loading (standardized loadings)* dapat diperoleh secara langsung dari keluaran LISREL, dan e_j adalah *measurement error* untuk setiap indikator atau variabel teramati.

Ekstrak varian mencerminkan jumlah varian keseluruhan dalam indikator-indikator (variabel-variabel teramati) yang dijelaskan oleh variabel laten. Menurut Hair *et al.* (Wijanto, 2008: 66), ukuran ekstrak varian dapat dihitung sebagai berikut:

$$VarianceExtracted = \frac{\Sigma std.\ loading^2}{N}$$

Di mana N adalah banyaknya variabel teramati dari model pengukuran. Selanjutnya dinyatakan bahwa sebuah konstruk mempunyai reliabilitas yang baik adalah jika:

(a) Nilai *Construct Reliability (CR)*-nya ≥ 0,70

(b) Nilai *Variance Extracted (VE)*-nya ≥ 0,50

3.2.6 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.6.1 Rancangan Analisis

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Peneliti melakukan analisa terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif.

a. Analisis Kualitatif

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. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana pengaruh kepribadian dan harga terhadap *impulse buying* .Metode kualitatif yaitu metode pengolahan data yang menjelaskan pengaruh dan hubungan yang dinyatakan dengan kalimat. 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:

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

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

Kriteria yang digunakan dalam penilaian persentase skor item pernyataan disesuaikan dengan indikator masing-masing, seperti Sangat Baik, Baik, Cukup, Kurang Baik dan Tidak Baik yang disusun berdasarkan rentang skor pada tabel 3.7.

Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

a. Skor minimum dalam presentase $= \frac{skor\ minimum}{skor\ maksimum}\ X\ 100\%$

$= \frac{1}{5}\ X\ 100\% = 20\%$

b. Skor maksimum dalam presentase $= \frac{skor\ minimum}{skor\ maksimum}\ X\ 100\%$

$= \frac{5}{5}\ X\ 100\% = 100\%$

c. Interval dalam presentase = skor maksimum – skor minimum

= 100% - 20% = 80%

d. Panjang interval $= \frac{interval}{jenjang} = \frac{80\%}{5} = 16\%$

Penjelasan bobot nilai skor aktual dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 3.6

Kriteria Presentase Tanggapan Responden

No.	% Jumlah Skor	Kriteria	Kepibadian extrovert	Kepibadian introvert	Harga	*Impulse buying*
1	20.00% – 36.00%	Tidak Baik	Tidak extrovert	Tidak introvert	Tidak sesuai	Tidak *impulse buying*
2	36.01% – 52.00%	Kurang Baik	Kurang Extrovert	Kurang introvert	Kurang sesuai	Kurang mpulse buying
3	52.01% – 68.00%	Cukup	Cukup Extrovert	Cukup introvert	Cukup sesuai	Cukup mpulse buying
4	68.01% – 84.00%	Baik	Extrovert	Extrovert	sesuai	*impulse buying*
5	84.01% – 100%	Sangat Baik	Sangat Extrovert	Sangat introvert	Sangat sesuai	Sangat *impulse buying*

b. Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis akan menggunakan Structural Equation Model (SEM). Menurut Jonathan dan Herlina (2012:269) SEM yaitu teknik multivariat yang umum dan sangat bermanfaat yang meliputi versi-versi khusus dalam jumlah metode analisis lainnya sebagai kasus-kasus khusus. SEM memainkan berbagai peran diantaranya adalah sebagai sistem persamaan simultan, analisis lintasan *(path analysis),analysis of covariance structure* dan persamaan structural.

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel eksogen (independen) dan 1 variabel endogen (dependen). Variiabel eksogen yaitu kepribadian ($\varepsilon 1$) dan harga ($\varepsilon 2$) sedangkan variabel endogen dalam penelitian ini adalah *impulse buying* (η). Selanjutnya akan dilakukan uji hipotesis secara empiris dengan menggunakan SEM . Penelitian ini termasuk kedalam model recursif (searah) de ngan melewati tahapan analisis faktor konfirmatory (CFA) dan lebih bersifat teoritis daripada explanatory walaupun analisis SEM terkadang melibatkan teknik-teknik eksplorasi didalamnya.

Pengolahan data dalam penelitian ini mengunakan LISREL *(Linear Structural Relationship)* yang merupakan paket program statistik untuk SEM . maka untuk keperluan analisis terlebih dahulu dilakukan transformasi data dari skala ordinal ke interval dengan menggunakan Method of Successive Interval untuk variable bebas maupun variable terikat dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Ambil data ordinal hasil kuesioner

b. Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori

c. jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.

d. Menghitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh dengan menggunakan tabel normal.

e. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai Z pada rumus distribusi normal

Scale Value= $\frac{\text{(Density at lower limit) – (Density at upper limit)}}{\text{(Area below upper limit) – (Area below lower limit)}}$

f. Melakukan transfored scale of value dengan menggunakan rumus :

Nilai Transformasi = Nilai Skala – { Nilai Skala Minimal }+ 1

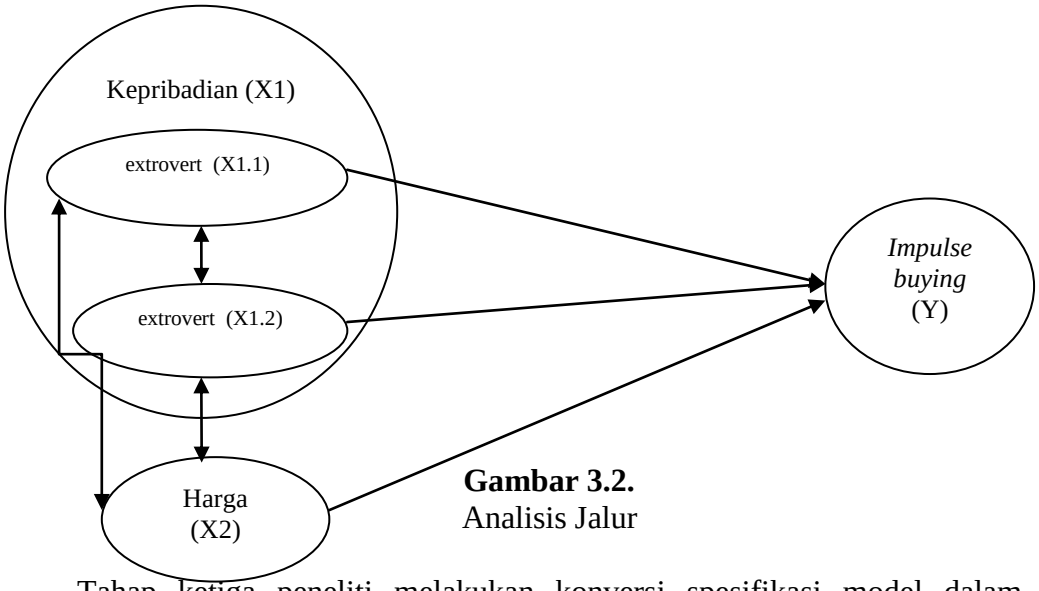
Selanjutnya setelah didapat nilai interval maka dilakukan penjumlahan masing-masing item, yang kemudian dibagi dengan jumlah indicator untuk mendapat nilai rata-rata agar nilai untuk masing-masing variable X dan Y seragam. Untuk mengolah data tersebut peneliti menggunakan program SPSS yang digunakan untuk mengubah data Ordinal ke Interval.

Selanjutnya dilakukan pemodelan SEM (*Stuctural Equation Model*), menurut Agusty Ferdinand dalam Jonathan **(2012:35)** , tahapan pemodelan SEM dibuat melalui tahapan sebagai berikut:

Tahap pertama berkaitan dengan landasan teori yang akan digunakan sebagai pengesahan model yang dibuat oleh peneliti. Dengan kata lain, teori yang digunakan akan berfungsi sebagai justifikasi model yang akan dikembangkan. Jika tidak ada teori yang sesuai, maka kemungkinan besar model yang dibuat akan

salah. SEM pada hakikatnya tidak ditujukan untuk membuat hubungan kausalitas, tetapi digunakan sebagai pembenaran adanya hubungan kausalitas secara empiris dengan menggunakan data yang diobservasi.

Tahap kedua berhubungan dengan pembuatan diagram jalur untuk mengambarkan model teori yang sudah dibuat. Dengan menggunakan diagram jalur, peneliti akan lebih mudah melihat hubungan antar variabel yang sedang diobservasi.berdasarkan landasan teori maka diagram jalur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3.2.
Analisis Jalur

Tahap ketiga peneliti melakukan konversi spesifikasi model dalam bentuk rangkaian persamaan sebagai berikut: persamaan struktural yang dirumuskan sebagai sarana untuk menyatakan adanya hubungan kasualitas antar berbagai konstruk dengan menggunakan pedoman sebagai berikut:

Variabel endogen = Variabel Eskogen + Variabel Endogen + Error

Persamaan berikutnya ialah persamaan spesifikasi model pengukuran yang akan digunakan untuk menentukan variabel mana mengukur konstruk mana dan menentukan matriks-matriks yang akan menunjukkan hubungan-hubungan yang sudah dibuat dalam hipotesis antar konstruk dan variabel.

Tahap keempat peneliti menentukan bentuk masukan data yang akan digunakan untuk membuat model dan estimasinya. Dalam SEM data yang akan dimasukkan untuk diolah hanya matrik varian / kovarian atau disebut juga matriks korelasi sebagai data untuk pembuatan model dan estimasi yang akan dikembangkan. Dikarenakan fokus SEM bukan pada data individual hasil observasi, maka setiap data individual hasil observasi yang dimasukkan kedalam program akan diubah dalam bentuk matriks kovarian atau matriks korelasi terlebih dahulu baru kemudian dilakukan estimasi. Penekanan SEM ialah pola hubungan antar responden.

Tahap kelima peneliti menghadapi masalah identifikasi yang menyangkut masalah model yang sudah dikembangkan ternyata tidak mampu menghasilkan estimasi yang unik. Menurut Augusty Ferdinand (2001: 46) masalah identifikasi akan muncul melalui gejala-gejala sebagai berikut: a) besarnya standar error untuk satu atau beberapa koefesien; b) matriks yang seharusnya disajikan tidak dapat dimunculkan oleh program; c) angka-angka aneh akan muncul, diantaranya ialah angka varian error yang negatif; dan d) korelasi sangat tinggi muncul dalam koefesien estimasi, misalnya > 0,9.

Tahap keenam peneliti melakukan evaluasi model dengan menggunakan kriteria keselarasan (*goodness of fit*). Pertama kali yang harus dilakukan oleh peneliti ialah melakukan evaluasi bahwa data yang akan digunakan untuk pembuatan model dan estimasi dapat memenuhi asumsi-asumsi dalam SEM. Asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam SEM diantarnya ialah: a) ukuran sampel sebaiknya di atas 100; b) sudah dilakukan uji normalitas dengan menggunakan histogram dan linearitas data dengan menggunakan mengamati *scatterplots*; c) hindari *outliers* dengan nilai-nilai ekstrim muncul secara univariat dan multivariat; d) hindari munculnya multikolinieritas dan singularitas karena data tidak mempunyai kombinasi linear dalam variabel-variabel yang diteliti. Adanya multikolinieritas dan singularitas dapat dideteksi dengan melihat kecilnya angka determinan matriks kovarian;

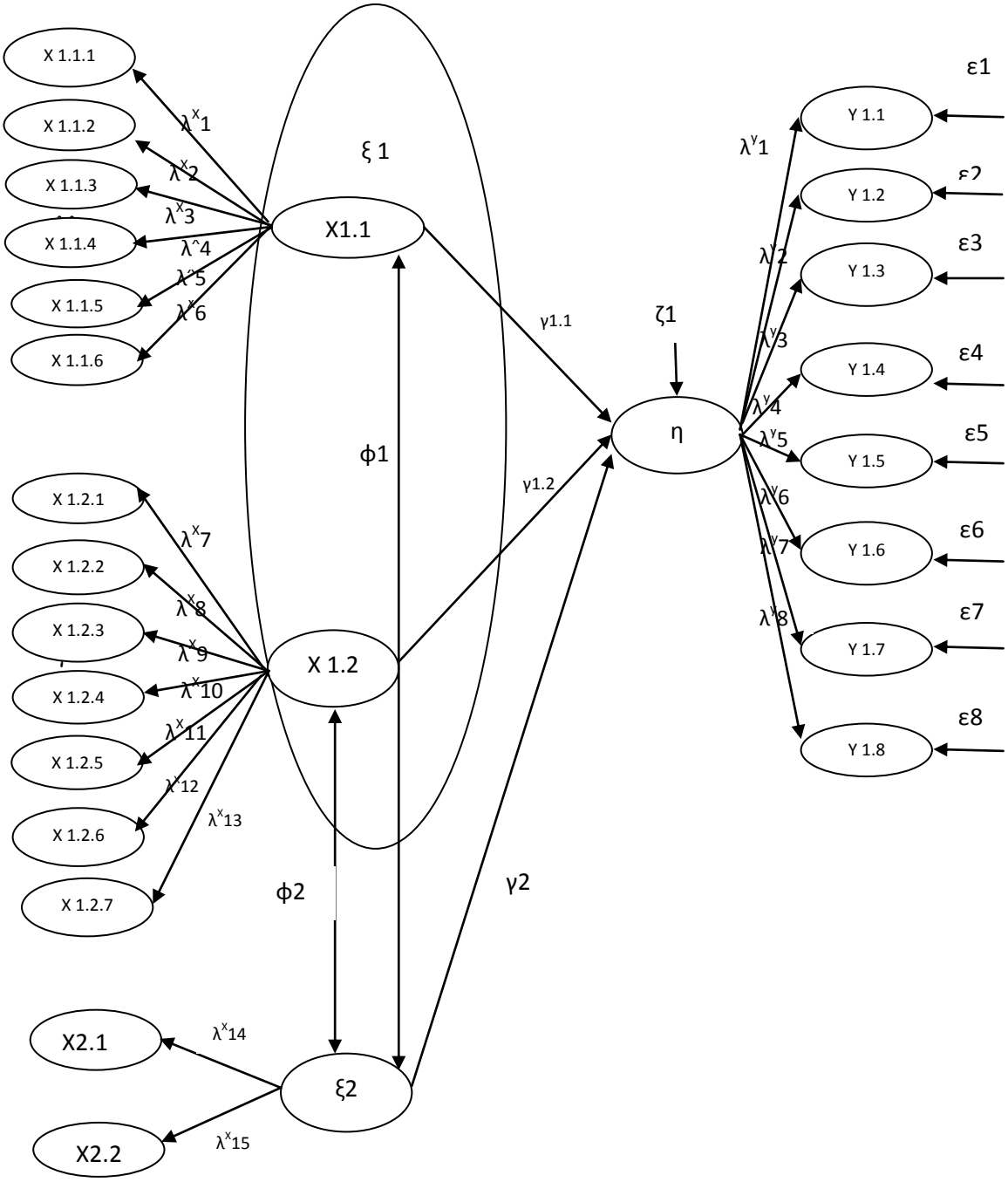
Setelah memenuhi semua krietria SEM di atas, maka peneliti menentukan kriteria untuk melakukan evaluasi model, yaitu:

1. Uji kesesuaian model (*model fit*) dan uji statistik yang dalam SEM tidak ada alat uji statistik tunggal untuk mengukur ataupun menguji hipotesis model yang dibuat, diantaranya:
    1) Untuk pengujian model dilakukan dengan menggunakan Chi Square dengan ketentuan semakin kecil nilai Chi Square, maka semakin baik model yang dibuat.
    2) *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) jika nilai RMSEA sebesar 0.08 atau lebih kecil maka nilai tersebut menunjukkan indeks untuk dapat diterimanya model yang dibuat.

3) Nilai indeks keselarasan (*goodness of fit index*) yang besarnya berkisar dari 0 – 1. Jika nilai besarnya mendekati 0 maka model mempunyai kecocokan yang rendah sedang nilai mendekati 1 maka model mempunyai kecocokan yang baik.
4) Nilai indeks keselarasan yang disesuaikan (*Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI)) dengan ketentuan nilai AGFI sama dengan atau lebih besar dari 0,9. Jika nilai lebih besar dari 0,9 maka model mempunyai kesesuaian model keseluruhan yang baik.
5) Fungsi perbedaan sampel minimum (*The minimum sample discrepancy function* (CMNF)) yang merupakan nilai statistik Chi Square dibagi dengan nilai derajat kebebasan (*degree of freedom* (df)) disebut juga Chi Square relatif dengan besaran nilai kurang dari 0,2 dengan toleransi dibawah 0,3 yang merupakan indikator diterimanya suatu kecocokan model dan data.
6) Indeks Tucker Lewis (Tucker Lewis *Index* (TLI)) dengan ketentuan sebagai penerimaan sebuah model sebesar sama dengan atau lebih besar dari 0,95. Jika nilai mendekati 1 maka model tersebut menunjukkan kecocokan yang sangat tinggi.
7) Indeks Kecocokan Komparatif (*Comparative Fit Index* (CFI)) dengan nilai antara 0- 1 dengan ketentuan jika nilai mendekati angka 1 maka model yand dibuat mempunyai kecocokan yang sangat tinggi sedang jika nilai mendekati 0, maka model tidak mempunyai kecocokan yang baik.

2. Uji Reliabilitas. Uji berikutnya ialah penilaian terhadap uji dimensionalitas dan reliabilitas. Yang pertama asumsi yang dipergunakan untuk menghitung reliabilitas model yang menunjukkan adanya indikator-indikator yang mempunyai derajat kesesuaian yang baik dalam satu model satu dimensi. Reliabilitas merupakan ukuran konsistensi internal indikator-indikator suatu konstruk yang menunjukkan derajat sejauh mana setiap indikator tersebut menunjukkan sebuah konstruk laten yang umum. Reliabilitas berikutnya ialah Varian Extracted dengan besar diatas atau sama dengan 0,5. Dengan ketentuan nilai yang semakin tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator sudah mewakili secara benar konstruk laten yang dikembangkan.

Tahap ketujuh peneliti melakukan interpretasi model yang sudah dibuat dan mengubah model-model yang belum memenuhi persyaratan. Kesimpulannya ialah model yang diestimasi mempunyai residual yang kecil atau mendekati nol serta distribusi frekuensi kovarian matriksnya bersifat simetrik. Interpretasi model dilakukan sesuai dengan paradigm penelitian yang diuraikan dalam kerangka pemikiran, maka rancangan analisis dengan menggunakan SEM yang menunjukkan pengaruh Kepribadian (extrovert-Introvert) dan harga terhadap *impulse buying* pelanggan pada pembelian novel di Bandung Book Center dapat dilihat dalam gambar 3.2. seperti dibawah ini:



Gambar 3.3
Model Persamaan Pengaruh Kepribadian (Extrovert-Introvert) dan Harga terhadap *Impulse buying*

Keterangan Notasi-notasi pada Gambar 3.2:

ξ1	:	Variabel laten eksogen konsep variable Kepribadian
ξ1.1	:	Variabel laten eksogen konsep variable Kepribadian ekstrovert
X.1.1	:	Indikator Kepribadian ekstrovert mudah bergaul
X.1.2	:	Indikator Kepribadian ekstrovert menyukai pesta
X.1.3	:	Indikator Kepribadian ekstrovert memiliki banyak teman
X.1.4	:	Indikator Kepribadian ekstrovert menyukai kehebohan
X.1.5	:	Indikator Kepribadian ekstrovert tidak menyukai belajar sendiri
X.1.6	:	Indikator Kepribadian ekstrovert bertindak pada saat adanya moment dan spontan
ξ1.2	:	Variabel laten eksogen konsep variable Kepribadian introvert
X.1.7	:	Indikator Kepribadian introvert

		pendiam (tertutup)
	X.1.8 :	Indikator Kepribadian introvert instropektif
	X.1.9 :	Indikator Kepribadian introvert menarik diri (suka menyendiri)
	X.1.10 :	Indikator Kepribadian introvert reflektif
	X.1.11 :	Indikator Kepribadian introvert tidak percaya terhadap keputusan impulsif
	X.1.12 :	Indikator Kepribadian introvert lebih menyukai membaca daripada bertemu dengan orang lain
	X.1.13 :	Indikator Kepribadian introvert lebih menukai hidup yang tenang dan teratur daripada dipenuhi peluang atau resiko
λ^X1.1.1- λ^X1.1.13	:	Koefisien pengaruh langsung indicator variable laten eksogen Kepribadian
ξ2	:	Variabel laten eksogen konsep variable harga
X 2.1 – X2.2	:	Indicator harga yang terjangkau
X 2.3 – X2.5	:	Indicator potongan harga

λ^X1.1.14- λ^X1.1.15	:	Koefisien pengaruh langsung indicator variable laten eksogen harga
η	:	Variable alten endogen konsep variable *impulse buying*
Y.1.1	:	Indicator variable laten endogen desakan untuk berbelanja
Y.1.2	:	Indicator variable laten endogen emosi positif
Y.1.3	:	Indicator variable laten endogen emosi negative
Y.1.4	:	Indicator variable laten endogen ketersediaan uang
Y.1.5	:	Indicator variable laten endogen kesenangan berbelanja
Y.1.6	:	Indicator variable ketersediaan waktu laten endogen
Y.1.7	:	Indicator variable laten endogen kecenderungan pembelian impulsive
Y.1.8	:	Indicator variable laten endogen melihat-lihat toko
λ^y1.1- λ^y1.8	:	Koefisien pengaruh langsung indicator variable laten endogen
ε1- ε8	:	Kekeliruan pengukuran masing-

masing indicator endogen

ζ1 : Kekeliruan pengukuran variable *impulse buying*

ϕ1 : Korelasi antara variable eksogen konsep variable kepribadian extrovert dengan variable laten eksogen harga

ϕ2 : Korelasi antara variable eksogen konsep variable kepribadian introvert dengan variable laten eksogen harga

γ1 : Koefisien pengaruh variable laten eksogen kepribadian terhadap variable laten *impulse buying*

γ2 : Koefisien pengaruh variable laten eksogen harga terhadap variable laten *impulse buying*

3.2.6.2 Pengujian Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis ini dinilai dengan penetapan hipotesis nol dan hipotesis alternatif, penelitian uji statistik dan perhitungan nilai uji statistik, perhitungan hipotesis, penetapan tingkat signifikan dan penarikan kesimpulan.

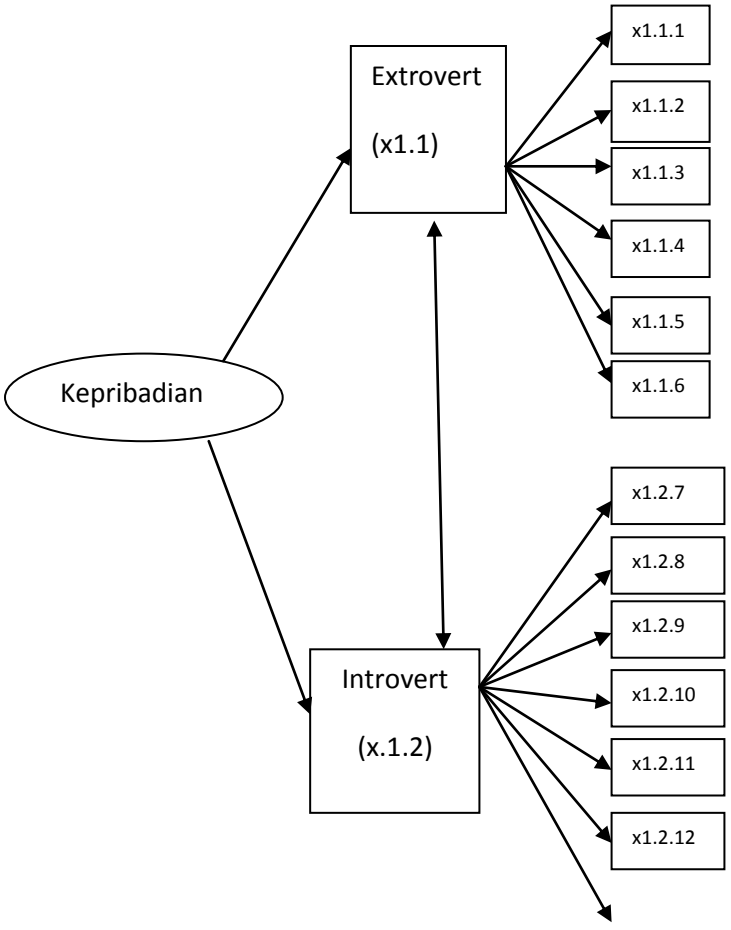
Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_o) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan Hipotesis alternatif (H_a) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

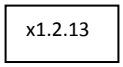
Rancangan pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independent (X1) yaitu kepribadian ekstrovert, kepribadian introvert (X_2) dan harga (X_3) terhadap impulse sebagai variabel dependen (Y), dengan langkah-langkah sebagai berikut :

3.2.6.2.1 Penetapan Hipotesis

Selanjutnya berdasarkan model persamaan struktural pada gambar 3.2 tersebut, dibuatlah substruktur-substruktur dalam diagram jalur variabel penelitian serta uji hipotesis statistik untuk pengujian masing-masing hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

Uji Hipotesis 1 : Terdapat Hubungan antara Kepribadian Extrovert dengan Kepibadian Introvert





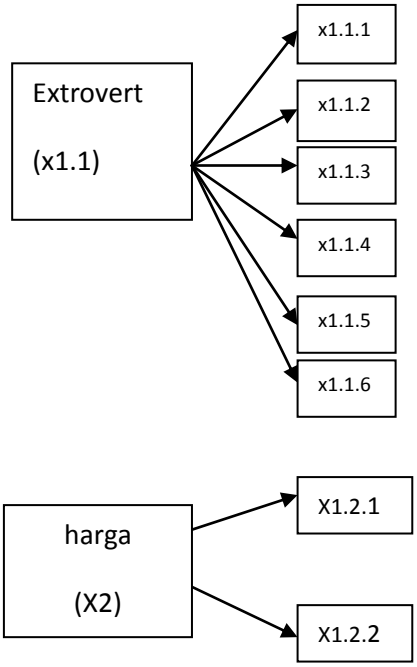
Gambar 3.4
Hubungan antara Subvariabel Kepribadian Extrovert dengan Subvariabel Kepribadian Introvert

Untuk menguji hipotesis, dilakukan melalui hipotesis statistik sebagai berikut :

Ho : $\varphi_1 = 0$ terdapat hubungan antara hubungan antara subvariabel kepribadian extrovert dengan subvariabel kepribadian introvert

Ha : $\varphi_1 \neq 0$ tidak terdapat hubungan antara hubungan antara subvariabel kepribadian extrovert dengan subvariabel kepribadian introvert

Uji Hipotesis 2 : Hubungan Kepribadian Extrovert dengan Harga



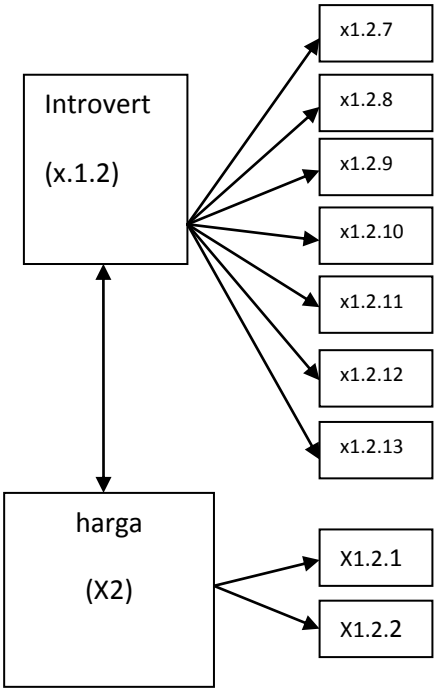
Gambar 3.5
Hubungan antara Subvariabel Kepribadian Extrovert dengan Variabel Harga

Untuk menguji hipotesis, dilakukan melalui hipotesis statistik sebagai berikut :

Ho : $\varphi_1 = 0$ terdapat hubungan antara Kepribadian ekstrovert dengan harga

Ha : $\varphi_1 \neq 0$ tidak terdapat hubungan antara Kepribadian ekstrovert dengan harga

Uji Hipotesis 3 : Hubungan Kepribadian Introvert dengan harga



Gambar 3.6
Hubungan Subvariabel Kepribadian Introvert dengan Variabel Harga

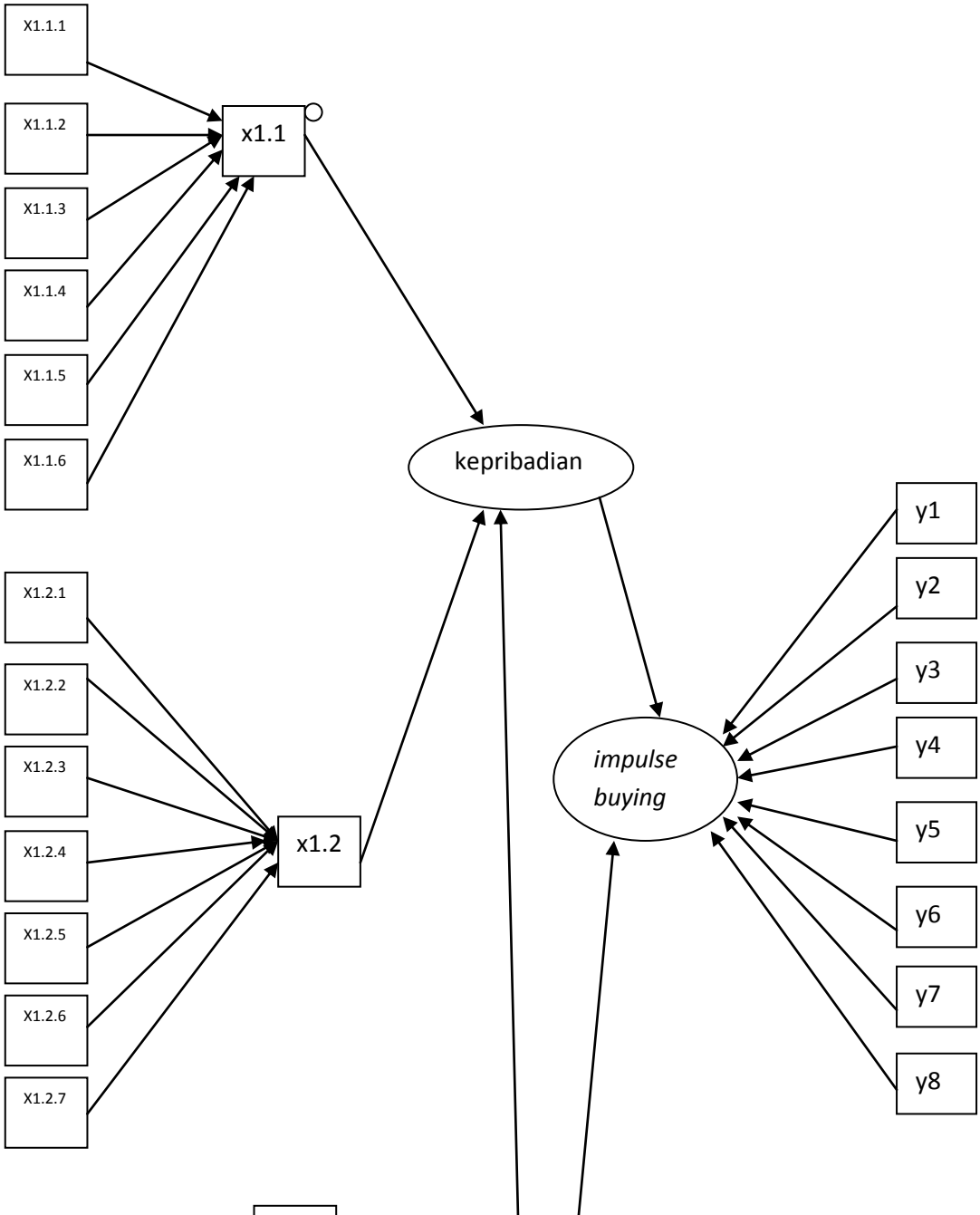
Untuk menguji hipotesis, dilakukan melalui hipotesis statistik sebagai berikut :

Ho : $\varphi_1 = 0$ terdapat hubungan antara kepribadian introvert dengan harga

Ha : $\varphi_1 \neq 0$ tidak terdapat hubungan antara kepribadian introvert dengan harga

Uji Hipotesis 4 : kepibadian (extrovert-introvert) dan harga berpengaruh terhadap *impulse buying* baik secara simultan maupun parsial

Diagram jalur yang menyatakan ada hubungan kausalitas antara variabel indikator dan laten kepribadian dan harga terhadap *impulse buying* dapat diajikan pada gambar 3.7.



Gambar 3.7

Variabel kepribadian (extrovert-introvert), harga dengan *impulse buying*

Ho : $\Upsilon_1 \Upsilon_2 = 0$: terdapat pengaruh antara kepribadian (extrovert-introvert) dan harga terhadap *impulse buying*

Ha : $\Upsilon_1 \Upsilon_2 \neq 0$: Tidak terdapat pengaruh antara kepribadian (extrovert-introvert) dan harga terhadap *impulse buying*