BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka penyusunan laporan.

Menurut Husein Umar (2005:303) mengatakan bahwa : “Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambah hal-hal lain yang dianggap perlu”.

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian pada pengunjung Distro Oniline Plaza Parahyangan Bandung.

3.2 Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif berdasarkan data statistik dan empiris.

Sugiyono (2008:13) menjelaskan metode deskriptif sebagai berikut : "Metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas."

Sugiyono (2009:8) metode penelitian kuantitatif adalah sebagai berikut : "Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sample filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunkan istrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

3.2.1 Desain penelitian

Dalam membuat sebuah penelitian perlu adanya desain serta perancangan penelitian agar penelitian yang dibuat memenuhi kaidah-kaidah penulisan penelitian dan sistematis.

Desain penelitian menurut **Moh. Nazir (2005:84)** yaitu : Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Tabel 3.1

Desain penelitian

Tujuan penelitian	Desain penelitian			
	Jenis penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive dan survey*	Pengunjung Distro Oniline di Plaza Parahyangan Bandung	*Cross Sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive dan survey*	Pengunjung Distro Oniline di Plaza Parahyangan Bandung	*Cross Sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive dan survey*	Pengunjung Distro Oniline di Plaza Parahyangan Bandung	*Cross Sectional*
T-4	*Descriptive & verifikatif*	*Descriptive dan Explanatory survey*	Pengunjung Distro Oniline di Plaza Parahyangan Bandung	*Cross Sectional*

3.2.2 Operasionalisasi variabel

Operasionalisasi variabel menurut **Umi Narimawati (2008:30)** adalah sebagai berikut:

> "Operasionalisasi Variabel adalah proses penguraian variabel penelitian ke dalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasionalisasi dilakukan bila dasar konsep dan indikator masing-masing variabel sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis faktor".

Tabel 3.2
Operasionalisasi Varaibel

variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Nomor Pertanyaan
Shopping Lifestyle (X1) *"shopping lifestyle* diartikan sebagai perilaku seorang konsumen mengenai keputusan pembelian sebuah produk yang dihubungkan dengan tanggapan atau pendapat pribadi mereka". (Cobb dan Hoyer dalam Tirmizi et al., (2009:524). Dalam Japarianto dan Sugiharto (2011:33)	Menanggapi untuk membeli setiap tawaran iklan	Tingkat kesesuaian menanggapi untuk membeli setiap tawaran iklan	Ordinal	P-1
	Membeli pakaian model terbaru ketika melihatnya	Tingkat kesesuaian membeli pakaian model terbaru ketika melihatnya	Ordinal	P-2
	Berbelanja *merk* yang paling terkenal	Tingkat kesesuaian berbelanja *merk* yang paling terkenal	Ordinal	P-3
	Yakin bahwa *merk* yang dibeli memiliki kualitas terbaik	Tingkat kesesuaian keyakinan akan *merk* yang dibeli memiliki kualitas terbaik	Ordinal	P-4
	Sering membeli berbagai *merk* lain dari pada *merk* yang biasa dibeli	Tingkat kesesuaian sering membeli berbagai *merk* lain dari pada *merk* yang biasa dibeli	Ordinal	P-5

	Yakin ada *merk* lain yang sama seperti yang dibeli	Tingkat kesesuaian keyakinan ada *merk* lain yang sama seperti yang dibeli	Ordinal	P-6
Fashion Involvement (X2) "Menurut O'Cass, *involvement* adalah minat atau bagian motivasional yang ditimbulkan oleh stimulus atau situasi tertentu, dan ditujukan melalui ciri penampilan". (O'Cass, 2004 dalam Japarianto dan Sugiharto 2011:33).	Mempunyai satu atau lebih pakaian dengan model yang terbaru (*trend*)	Tingkat kesesuaian mempunyai satu atau lebih pakaian dengan model yang terbaru (*trend*)	Ordinal	P-7
	Fashion adalah satu hal penting yang mendukung aktifitas	Tingkat kesesuaian penyesuaian Fashion adalah satu hal penting yang mendukung aktifitas	Ordinal	P-8
	Lebih suka apabila model pakaian yang digunakan berbeda dengan orang lain	Tingkat kesesuaian menyukai model pakaian yang digunakan berbeda dengan orang lain	Ordinal	P-9
	Pakaian menunjukkan karakteristik	Tingkat kesesuaian pakaian menunjukkan karakteristik	Ordinal	P-10

	Dapat mengetahui banyak tentang seseorang dengan pakaian yang digunakan	Tingkat kesesuuaian mengetahui banyak tentang seseorang dengan pakaian yang digunakan	Ordinal	P-11
	Ketika memakai pakaian favorit, membuat orang lain tertarik melihatnya	Tingkat kesesuaian ketika memakai pakaian favorit, membuat orang lain tertarik melihatnya	Ordinal	P-12
	Mencoba produk *fashion* terlebih dahulu sebelum membelinya	Tingkat kesesuaian mencoba produk *fashion* terlebih dahulu sebelum membelinya	Ordinal	P-13
	Mengetahui adanya *fashion* terbaru dibandingkan dengan orang lain	Tingkat kesesuaian mengetahui adanya *fashion* terbaru dibandingkan dengan orang lain	Ordinal	P-14
Impulse buying (Y) *"Impulsive buying* dapat didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk	Kognitif : Kurangnya pertimbangan	Tingkat kurangnya pertimbangan	Ordinal	P-15

membeli secara spontan, reflektif, atau kurang melibatkan pikiran, segera, dan kinetik. (Murray dalam Dholakia, 2000)".	Afektif : Perasaan bergairah	Tingkat perasaan bergairah	Ordinal	P-16

3.2.3 Sumber dan teknik penentuan data

3.2.3.1. Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dan data sekunder diuraikan sebagai berikut :

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil wawancara dan penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner) kepada pengunjung Distro Oniline Plaza Parahyangan Bandung.

b. Data sekunder

Data sekunder penelitian ini diperoleh dari Pemilik dan Karyawan Distro Oniline di Plaza Parahyangan Bandung.

3.2.3.2. Teknik penentuanan data

1. Populasi

   Ferdinand, (2011 :215) Populasi adalah

   "Gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah total jumlah pengunjung (berdasarka survey lapangan dan hasil wawancara) yang datang pada Distro Oniline di Plaza Parahyangan Bandung yang berjumlah 2.552 orang selama 6 bulan."

2. Sampel

   Ferdinand, (2011: 215) Sampel adalah

   "Subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin meneliti semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu."

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung Distro Oniline di Plaza Parahyangan Bandung. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel *simple random sampling/probability sampling* dimana unit

sampel dapat diambil dari setiap elemen populasi karena bersifat homogen. Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini akan menggunakan rumus slovin:

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

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan

$$n = \frac{2.552}{1+2.552(10\%)^2}$$

= 96,22926 ⟶ yang dibulatkan menjadi 100 responden

n : 100 pengunjung Distro Oniline di Plaza Parahyangan Bandung

Berdasarkan perhitungan diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 60 orang pengunjung Plaza Parahyangan Bandung.

3.2.4 Teknik pengumpulan data

1. Data Sekunder Dokumentasi

Data sekunder penelitian ini diperoleh dari wawancara terhadap pemilik Distro Oniline di Plaza Parahyangan Bandung.

2. Data Primer Kuesioner

Sugiyono, (2008:199) Kuesioner merupakan

"Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan terbuka, yaitu terdiri dari pertanyaan- pertanyaan untuk menjelaskan identitas responden, dan pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan."

Tabel 3.3
Skala Likert

Variabel	Skor
Sangat setuju (SS) / Sangat Tidak Benar (STB)	5
Setuju (S) / Tidak Benar (TB)	4
Kurang setuju (KS) / Kurang Benar (KB)	3
Tidak setuju (TS) / Benar (B)	2
Sangat tidak setuju (STS) / Sangat Benar (SB)	1

Sumber: Marzuki (2005:44)

3.2.4.1. Uji validitas

Sugiyono, (2008 :455) Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Sedangkan valid menurut **Sugiyono (2005:173)**, valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

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:

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

Keterangan:

r = nilai koefisien korelasi pearson
X = skor item pertanyaan
Y = skor total item pertanyaan
∑X = jumlah skor X berskala ordinal
∑Y = jumlah skor Y berskala ordinal

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat skor X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat skor Y

n = jumlah responden

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item Pertanyaan	Validitas		
		Koefisien validitas	R_{tabel}	Kesimpulan
X1 – *Shopping lifestyle*	1	0.363	0.3610	Valid
	2	0.441	0.3610	Valid
	3	0.403	0.3610	Valid
	4	0.389	0.3610	Valid
	5	0.378	0.3610	Valid
	6	0.414	0.3610	Valid
X2 – Fashion Involvement	1	0.362	0.3610	Valid
	2	0.388	0.3610	Valid
	3	0.394	0.3610	Valid
	4	0.429	0.3610	Valid
	5	0.409	0.3610	Valid
	6	0.447	0.3610	Valid
	7	0.370	0.3610	Valid
	8	0.406	0.3610	Valid
Y – *Impulse Buying*	1	0.377	0.3610	Valid
	2	0.414	0.3610	Valid

Ket : df=30-2=28

3.2.4.2. Uji reabilitas

Ferdinand, (2011 :263) Sebuah *scale* atau instrumen pengukur data dan data yang dihasilkan disebut *reliable* atau terpercaya apabila instrumen tersebut secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dihasilkan pengukuran.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *split half method (spearmen-brown correlation)* teknik belah dua:

Tabel 3.5

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)

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliabilitas		
	Koefisien Reliabilitas	R_{tabel}	Kesimpulan
X1	0.748	0.7067	Reliabel
X2	0.712	0.7067	Reliabel
Y	0.789	0.7067	Reliabel

3.2.4.3. Uji MSI

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.

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

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

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

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

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

3.2.5 Rancangan analisis dan pengujian hipotesis

3.2.5.1. Rancangan analisis

3.2.5.1.1. Analisis deskriptif/kualitatif

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

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

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

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

Sumber: Umi Narimawati (2007:84)

Keterangan:

1. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.

2. 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 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3.7

Kriteria persentase skor tanggapan responden terhadap skor ideal

No	% jumlah skor	Kriteria
1	20.00 – 36.00	Sangat Tidak Baik
2	36.01 – 52.00	Tidak Baik
3	52.01 – 68.00	Cukup Baik
4	68.01 – 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sedangkan dalam penelitian ini penulis menggunakan persentase kategori sebagai berikut :

No	% Jumlah Skor	Kriteria		
		Gaya Hidup Berbelanja	**Keterlibatan Fashion**	**Pembelian Impulsif**
1	20.00 – 36.00	Sangat Tidak Konsumtif	Sangat Rendah	Sangat Tidak Impulsif
2	36.01 – 52.00	Tidak Konsumtif	Rendah	Tidak Impulsif
3	52.01 – 68.00	Cukup Konsumtif	Cukup Tinggi	Cukup Impulsif
4	68.01 – 84.00	Konsumtif	Tinggi	Impulsif
5	84.01 – 100	Sangat Konsumtif	Sangat Tinggi	Sangat Impulsif

3.2.5.1.2. Analisis verifikatif

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.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis regresi berganda *(multiple regresion).*

1. Analisis regresi berganda

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:

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

Dimana :

Y = Variabel Dependen

X1, X2 = Variabel Independen

A = Konstanta

ß1, ß2 = Koefisien Masing-Masing Faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah kualitas produk (X1) dan Inovasi produk (X2), sedangkan variabel dependen adalah citra perusahaan (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

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

Dimana:

Y = Keputusan pembelian

A = Konstanta dari persamaan regresi

ß1 = Koefisien regresi dari variable X1, *Shopping lifestyle*

ß2 = Koefisien regresi dari variable X2, *Fashion involvement*

X1 = *Shopping lifestyle*

X2 = *Fashion involvement*

e = standar error

2. Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas *(asymtotic significance)* yaitu:

- Jika probabilitas >0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal
- Jika probabilitas <0,05 maka populasi tidak terdistribusi secara normal

b. Uji multikolinieritas

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:

- koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
- 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

c. Uji heteroskedastisitas

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."

3. Analisis koefisien determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2).Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari

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

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

Dimana:

d = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

3.2.6 Pengujian hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan atas jawaban sementara mengenai sesuatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris, untuk mengetahui apakah pernyataan (dugaan/jawaban) itu dapat diterima atau tidak. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar pengaruh *Shopping lifestyle* (X1) dan *Fashion involvement* (X2) terhadap *Impulse buying* (Y) Langkah –langkah pengujian 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

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

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

b. Hipotesis

H_1. $\beta = 0$, *Shopping lifestyle* Tidak berpengaruh terhadap *Impulse buying* pada pengunjung Distro Oniline di Plaza Parahyangan.

H_1. $\beta \neq 0$, *Shopping lifestyle* berpengaruh terhadap *Impulse buying* pada pengunjung Distro Oniline di Plaza Parahyangan.

H_2. $\beta = 0$, *Fashion involvement* tidak berpengaruh terhadap *Impulse buying* pada pengunjung Distro Oniline di Plaza Parahyangan.

H_2. $\beta \neq 0$, *Fashion involvement* berpengaruh terhadap *Impulse buying* pada pengunjung Distro Oniline di Plaza Parahyangan.

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 penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

- 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.
- 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.

2. Pengujian secara simultan

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

a. Rumus uji F yang digunakan

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

Dimana :

JK $_{residu}$ = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah Variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama –bersama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F-kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan *micro –soft.* Jika nilai Fhitung> Fkritis maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (*Shopping lifestyle* dan *Fashion involvement*) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (*Impulse buying*) ditolak dan sebaliknya.

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

b. Hipotesis

H0 ; ß1, ß2 = 0, Tidak terdapat pengaruh *Shopping lifestyle* dan *Fashion involvement* terhadap *Impulse buying* pada pengunjung Distro Oniline di Plaza Parahyangan Bandung.

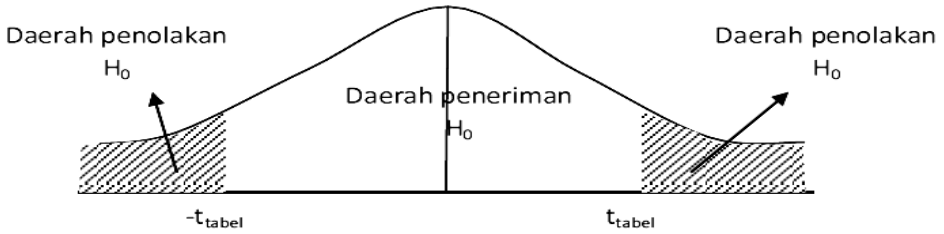
H1 ; ß1, ß2 ≠ 0, Terdapat pengaruh *Shopping lifestyle* dan *Fashion involvement* terhadap *Impulse buying* pada pengunjung Distro Oniline di Plaza Parahyangan Bandung.

c. Kriteria pengujian

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

Apabila pada pengujian simultan H0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah yxi 0. Untuk mengetahui pyxi yang tidak sama dengan 0, maka dilakukan pengujian secara parsial.

Gambar 3.1
Daerah penerimaan dan penolakan H0



Sumber: Sugiyono (2009:185)