BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Pengertian dari objek penelitian menurut Sugiyono (2011:32) adalah sebagai berikut :

"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"

Adapun pengertian objek penelitian menurut Umar Husein (2005:303) adalah sebagai berikut :

"Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu".

Sesuai dengan pengertian diatas bahwa pengertian objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah. Objek dalam Penelitian ini adalah lingkungan belanja, respon emosi, dan pembelian tidak terencana. Penelitian ini dilakukan pada para konsumen yang melakukan pembelian di Giant Hypermarket Pasteur, Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitan menurut Sugiyono (2009:4) adalah sebagai berikut :

"Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah".

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui pengaruh atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2011:147) adalah sebagai berikut:

"Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi".

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah satu sampai lima. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-

masalah yang ada sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data dapat dikumpulkan, dianalisis, dan ditarik kesimpulan dengan teori-teori yang telah dipelajari, untuk kemudian ditarik kesimpulan.

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Mashuri (2008) dalam Narimawati Umi (2010:29) adalah sebagai berikut:

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

Metode verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan alat uji statistik yaitu Regresi Berganda. Dengan metode ini dapat diketahui berapa besarnya pengaruh variable *independent* mempengaruhi terhadap variable *dependent*, serta besarnya arah hubungan yang terjadi.

Berdasarkan jenis penelitiannya, yaitu penelitian deskriptif verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan adalah *Explanatory Survey*. *Explanatory Survey* adalah suatu survei yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variable melalui pengujian hipotesis, survey dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

3.2.1 Desain Penelitian

Sebelum melakukan penelitian sangatlah perlu kita melakukan suatu perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan sistematis.

Desain penelitian menurut Narimawati Umi (2008:21) adalah sebagai berikut:

“Desain Penelitian adalah Suatu Rencana Struktur, dan Strategi untuk menjawab permasalahan, yang mengoptimasi validitas”.

Desain penelitian menurut Indrianto Nur dan Supomo Bambang (2002:249) adalah sebagai berikut :

“Desain Penelitian adalah rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data.”

Dari uraian di atas tersebut maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh penulis dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data.

Menurut Sugiyono (2009:13) penjelasan proses penelitian disampaikan seperti teori sebagai berikut :

Proses penelitian meliputi :

1) Sumber masalah
2) Rumusan masalah
3) Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4) Pengajuan hipotesis
5) Metode penelitian
6) Menyusun instrument penelitian

7) Kesimpulan.

Berdasarkan penjelasan proses penelitian diatas maka proses penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Sumber Masalah

Peneliti melakukan *survey* awal untuk menentukan fenomena yang terjadi untuk dijadikan sebagai dasar penelitian.

2) Rumusan Masalah

Penelitian ini merumuskan masalahnya sebagai berikut :

a. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap lingkungan belanja di Giant Hypermarket Pasteur.

b. Bagaimana respon emosi konsumen dalam melakukan pembelian di Giant Hypermarket Pasteur.

c. Bagaimana perilaku pembelian tidak terencana pada konsumen Giant Hypermarket Pasteur.

d. Apakah terdapat dampak lingkungan belanja dan respon emosi terhadap pembelian tidak terencana di Giant Hypermarket Pasteur baik secara parsial maupun secara simultan

3) Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

Untuk menjawab hipotesis penelitian ini yang terdapat dalam rumusan masalah maka diperlukan sumber data teoritis yang relevan atau dalam

penelitian sebelumnya dengan tema yang sama untuk digunakan dalam menjawab pertanyaan sementara.

4) Pengajuan Hipotesis

Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (*factual*) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat dalam penelitian ini adalah lingkungan belanja dan respon emosi berpengaruh terhadap pembelian tidak terencana.

5) Metodologi Penelitian

Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif.

6) Menyusun Instrument Penelitian

Instrument ini digunakan sebagai alat pengumpul data. instrument pada penelitian ini berbentuk data yang didapatkan dari data yang diterima dari Giant Hypermarket yang termasuk kedalam penelitian. Teknik yang digunakan untuk menggunakan data-data kualitatif yang diperoleh menjadi urutan data kuantitatif adalah dengan menggunakan Skala *Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

7) Kesimpulan

Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat digambarkan desain dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis Penelititan	**Metode yang Digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Konsumen Giant Hypermarket	*Cross Sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Konsumen Giant Hypermarket	*Cross Sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Konsumen Giant Hypermarket	*Cross Sectional*
T-4	*Verificative*	*Explanatory Survey*	Konsumen Giant Hypermarket	*Cross Sectional*

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Umi Narimawati (2008) pengertian operasional variabel 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".

Menurut Sekaran dalam Umi Narimawati (2008:30), operasionalisasi variabel adalah sebagai berikut:

"*Operationalizing or operationally defining a concept to render it measurable, is done by looking at the behavioral dimensions, facets or properties denoted by the concepts*".

Sesuai dengan judul penelitian yang diungkapkan oleh penulis yaitu Dampak Lingkungan Belanja dan Respon Emosi Terhadap Pembelian Tidak Terencana, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Variabel Independen (X_1) dan (X_2)

   Variebel independen yaitu variabel bebas yang biasa juga mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini lingkungan belanja (X_1) dan respon emosi (X_2). Lingkungan belanja dan respon emosi, data-data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen Giant Hypermarket Pasteur.

2) Variabel Dependen (Y)

   Variabel dependen adalah variabel terkait yang dipengaruhi atau mempengaruhi variabel lain, dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu pembelian tidak terencana.

Agar lebih jelas indikator tersebut dapat dituangkan dalam tabel operasional di bawah ini:

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	No. Kuesioner	Skala
Lingkungan Belanja **(X_1)**	Dalam Samuel,2007 .Lingkungan belanja adalah Suatu keputusan pembelian impulsive karena adanya rangsangan lingkungan belanja , merupakan implikasi yang mendukung asumsi bahwa jasa layanan fisik menyediakan lingkungan yang mempengaruhi perilaku konsumen	**Lingkungan Fisik**			
		- Alunan music dapat menjadi daya tarik	- Tingkat daya tarik alunan music	1	Ordinal
		- Kenyamanan Ruangan	- Tingkat Kenyamanan	2	Ordinal
		- kestrategisan lokasi toko.	- Tingkat kestrategisan	3	Ordinal
		- Suasana didalam toko.	- Tingkat daya tarik	4	Ordinal
		lingkungan social			
		- Dorongan dari pihak lain	- Tingkat dorongan pihak	5	Ordinal

			lain		
		- Belanja mempengaruhi berinterkasi dengan orang lain	- Tingkat pengaruh interaksi	6	Ordinal
Respon Emosi X2	Menurut Rook dan Fisher dalam Hatane (2006:105) mendefinisikan sifat pembelian impulsif sebagai kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian secara spontan, tidak terefleksi, secara terburu - buru didorong oleh aspek psikologis	**Pleasure** - Menimbulkan rasa Kegembiraan	- Tingkat Kegembiraan	7	Ordinal
		- Menimbulkan rasa nyaman	- Tingkat kenyamanan	8	Ordinal
		- Menimbulkan rasa keceriaan .	- Tingkat keceriaan	9	Ordinal
		Arousal - Menimbulkan rasa gairah	- Tingkat kegairahan	10	Ordinal
		- Menimbulkan rasa tertarik	- Tingkat ketertarikan	11	Ordinal
		- Menimbulkan rasa waspada	- Tingkat kewaspadaan	12	Ordinal

	emosional terhadap suatu produk dan tergoda oleh persuasi dari pemasar.	**Dominance** - Menimbulkan rasa terkendali - Menimbulkan rasa bebas bertindak	- Tingkat terkendali - Tingkat kebebasan	13 14	Ordinal Ordinal
Pembelian Impulsif Y	Menurut Engel dan Blacwell dalam Hatane (2006:105): "Pembelian impulsif adalah suatu tindakan pembelian yang dibuat tanpa direncanakan sebelumnya atau keputusan pembelian dilakukan pada saat berada didalam toko".	**Kognitif** - Kurangnya perencanaan - Unsur ketidak sengajaan - Kurangnya pertimbangan **Afektif** - Perasaan sukacita - Perasaan bergairah - Keinginan	- Tingkat kurangnya perencanaan - Tingkat ketidaksengajaan - Tingkat kurangnya pertimbangan - Tingkat perasaan sukacita - Tingkat perasaan bergairah - Tingkat	15 16 17 18 19	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal

		untuk membeli	keinginan untuk membeli	20	Ordinal
		- Kesulitan untuk tidak merasa tertarik terhadap sesuatu	- Tingkat kesulitan untuk tidak merasa tertarik terhadap sesuatu	21	Ordinal

.

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data ada dua yaitu data primer dan sekunder. Umar Husein (2005:41) menyatakan bahwa:

"Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk table-tabel atau diagram-diagram".

Berdasarkan penjelasan di atas, maka sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dimana data yang diperoleh penulis merupakan data yang diperoleh secara langsung, dengan mengadakan penelitian dan kuesioner. Data sekunder yaitu data yang diperoleh setelah diolah oleh pihak lain. Data primer pada penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan

pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini adalah konsumen di Giant Hypermarket Pasteur, Bandung. Sedangkan data sekunder diperoleh dari data jumlah konsumen atau pembeli yang didapat dari pihak Giant Hypermarket Pasteur. Bandung.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, maka peneliti melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan, yaitu:

1. Populasi

   Pengertian populasi menurut Umi Narimawati (2008:72), adalah:

   "Populasi adalah objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai informasi yang ditetapkan oleh peneliti, sebagai unit analisis penelitian".

   Berdasarkan pengertian diatas maka populasi merupakan objek atau subjek yang brada pada satu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitandengan masalah dalam penelitian ini dalam adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelanjaan dan pembelian di Giant Hypermarket Pasteur Bandung sebanyak 69.780 konsumen.

2. Sampel

   Pengertian sampel menurut Umi Narimawati (2008:77), adalah:

   "Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi unit pengamatan dalam penelitian".

   Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik penarikan *sttatified random sampling*. *Sttatified random sampling* adalah metode penarikan sampel dengan terlebih dahulu mengelompokan populasi kedalam

strata-strata berdasarkan kriteria tertentu kemudian memilih secara acak sederhana stiap stratum (Vincent Gaspersz, 2000:63)

Metode penarikan sampel yang digunakan mengacu kepada pendekatan *slovin,* pendekatan ini dinyatakkan dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas kesalahan yang ditoleransi (1%, 5%, 10%)

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

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

$$n = \frac{69.780}{1 + 69.780(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{69.780}{699}$$

$$n = 99{,}82$$

$$n = 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas anggota populasi yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 100 orang responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Lapangan (*Field Research*), yang dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan sekunder (data yang diambil langsung dari pihak-pihak terkait).

Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:

1) Studi Kepustakaan (*Library Research*) yaitu untuk memperoleh data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.

2) Studi Lapangan (*Field Research*) yaitu dengan mencari dan memperoleh data dari perusahaan yang penulis teliti dengan cara :

   a) Observasi, yaitu melakukan pengamatan dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung dilapangan.

   b) Wawancara, yaitu dengan mengadakan tanya jawab pihak-pihak yang mempunyai kaitan langsung dengan objek yang diteliti.

   c) Kuesioner, yaitu alat penelitian berupa daftar pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Disini peneliti menggunakan skala Likert.

Adapun kriteria pembobotan nilai untuk alternatif jawaban dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.3

Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai
	Positif
a. Sangat Setuju (SS)	5
b. Setuju (S)	4
c. Ragu(R)	3
d. Tidak Setuju (TS)	2
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono 2007, 108

Mengacu pada skala likert menurut Sugiyono seperti tabel diatas, berikut adalah pembobotan nilai berdasarkan ukuran setiap indikator pada masing-masing variabel:

Tabel 3.4

Skala Likert Berdasarkan Ukuran Setiap Indikator

Jawaban	Bobot Nilai
	Positif
Sangat Menarik, Sangat Nyaman, Sangat Strategis, Sangat Terdorong, Sangat Berpengaruh, Sangat Gembira, Sangat Ceria, Sangat Bergairah, Sangat Tertarik, Sangat waspada, Sangat Terkendali, Sangat Bebas, Sangat Terencana, Sangat Sengaja, Sangat Mempertimbangkan, Sangat Suka Cita, Sangat Ingin Membeli	5
Menarik, Nyaman, Strategis, Terdorong, Berpengaruh, Gembira, Ceria, Bergairah, Tertarik, waspada, Terkendali, Bebas, Terencana, Sengaja, Mempertimbangkan, Suka Cita, Ingin Membeli	4
Cukup Menarik, Cukup Nyaman, Cukup Strategis, Cukup Terdorong, Cukup Berpengaruh, Cukup Gembira, Cukup Ceria, Cukup Bergairah, Cukup Tertarik, Cukup waspada, Cukup Terkendali, Cukup Bebas, Cukup Terencana, Cukup Sengaja, Cukup Mempertimbangkan, Cukup Suka Cita, Cukup Ingin Membeli	3
Tidak Menarik, Tidak Nyaman, Tidak Strategis, Tidak Terdorong, Tidak Berpengaruh, Tidak Gembira, Tidak Ceria,	2

Tidak Bergairah, Tidak Tertarik, Tidak waspada, Tidak Terkendali, Tidak Bebas, Tidak Terencana, Tidak Sengaja, Tidak Mempertimbangkan, Tidak Suka Cita, Tidak Ingin Membeli	
Sangat Tidak Menarik, Sangat Tidak Nyaman, Sangat Tidak Strategis, Sangat Tidak Terdorong, Sangat Tidak Berpengaruh, Sangat Tidak Gembira, Sangat Tidak Ceria, Sangat Tidak Bergairah, Sangat Tidak Tertarik, Sangat Tidak waspada, Sangat Tidak Terkendali, Sangat Tidak Bebas, Sangat Tidak Terencana, Sangat Tidak Sengaja, Sangat Tidak Mempertimbangkan, Sangat Tidak Suka Cita, Sangat Tidak Ingin Membeli	1

Sumber: Oprasional Variabel

Agar peneliti dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya maka harus dilakukan tahapan analisis dan pengujian hipotesis. Untuk melakukan sebuah analisis data dan pengujian hipotesis, terlebih dahulu peneliti akan menentukan metode apa yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dan merancang metode untuk menguji sebuah hipotesis. Untuk menilai kuisioner apakah valid dan realibel maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

3.2.4.1 Uji MSI

Sehubungan dengan penelitian ini yang menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, sedangkan syarat analisis dengan verifikatif uji statistik menggunakan korelasi *pearson* minimal berskala interval, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1) Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
2) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3) Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban
4) Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban
5) Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Dencity at Lower Limit}) - (\text{Dencity at Upper Limit})}{(\text{Area BelowUpper Limit}) - (\text{Area Bellow Lower Limit})}$$

Umi Narimawati (2010:47)

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Adapun di dalam proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan program *software* MSI.

3.2.4.2 Uji Validitas

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

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

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

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

$$r = \frac{n\Sigma XY - \Sigma X\Sigma Y}{\sqrt{\Sigma X^2 + X^2\, x\, \Sigma Y - Y^2}}$$

Keterangan:

r = Nilai Korelasi Pearson

∑X = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

∑Y = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

∑XY = Jumlah dari Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

ΣX^n = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

ΣY^n = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan

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

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

dimana :

n = ukuran sampel

r = Koefisien Korelasi Pearson

db = degree of freedom = n-2

Apabila r lebih besar atau sama dengan 0,30, maka item tersebut dinyatakan valid. Hal ini berarti, instrumen penelitian tersebut memiliki derajat ketepatan dalam mengukur variabel penelitian, dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. tetapi apabila rs lebih kecil dari 0,30, maka item tersebut dinyatakan tidak valid, dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis berikutnya atau instrumen tersebut dihilangkan dari pengukuran variabel. Pengujian validitas dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dengan menelaah nilai *Pearson correlation*. Setelah ditemukan bahwa pernyataan-pernyataan (butir) yang digunakan penelitian ini valid, maka selanjutnya pernyataan yang dinyatakan valid diuji reliabilitasnya.

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS. Rangkuman hasil pengujian validitas dengan menggunakan program SPSS 21.0 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.5

Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas

No. Item	Koef. Validitas	Nilai Kritis	Keterangan	Kriteria
Lingkungan Belanja (X_1)				
$X_{1.1}$	0,754	0,3	Valid	*Good*
$X_{1.2}$	0,679	0,3	Valid	*Good*
$X_{1.3}$	0,483	0,3	Valid	*Acceptable*
$X_{1.4}$	0,519	0,3	Valid	*Good*
$X_{1.5}$	0,732	0,3	Valid	*Good*
$X_{1.6}$	0,769	0,3	Valid	*Good*
Respon Emosi (X_2)				
$X_{2.7}$	0,761	0,3	Valid	*Good*
$X_{2.8}$	0,768	0,3	Valid	*Good*
$X_{2.9}$	0,754	0,3	Valid	*Good*
$X_{2.10}$	0,691	0,3	Valid	*Good*
$X_{2.11}$	0,645	0,3	Valid	*Good*
$X_{2.12}$	0,326	0,3	Valid	*Acceptable*
$X_{2.13}$	0,629	0,3	Valid	*Good*
$X_{2.14}$	0,488	0,3	Valid	*Acceptable*
Pembelian Tidak Terencana (Y)				
$Y_{.15}$	0,786	0,3	Valid	*Good*
$Y_{.16}$	0,855	0,3	Valid	*Good*
$Y_{.17}$	0,544	0,3	Valid	*Good*
$Y_{.18}$	0,754	0,3	Valid	*Good*
$Y_{.19}$	0,788	0,3	Valid	*Good*
$Y_{.20}$	0,826	0,3	Valid	*Good*
$Y_{.21}$	0,611	0,3	Valid	*Good*

Sumber: Hasil olah data kuesioner, 2016

Pada tabel di atas, dapat dilihat seluruh pernyataan yang digunakan untuk mengukur ketiga variabel memiliki koefisien validitas yang lebih besar dari 0,3, sehingga seluruh pernyataan tersebut dinyatakan valid dengan kriteria *good* dan *acceptable*.

3.2.4.3 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2009:3), reliabiltas adalah :

"Derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu".

Selain memiliki tingkat kesahihan (validitas) alat ukur juga harus memiliki kekonsistenan. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau kekonsistensian alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman-Brown Correlation)* Teknik Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

a. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.

b. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.

c. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II.

d. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r1 = \frac{2rb}{1 + rb}$$

Sumber : Umi Narimawati (2010:44)

Dimana:

Γ1 = reliabilitas internal seluruh item

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

Tabel 3.6

Standar Penilaian Untuk Reliabilitas

Kriteria	**Reability**
Good	0,80
Acceptable	0,70
Marginal	0,60
Poor	0,50

Sumber *:* Barker *et al*, 2002:70

Selain valid instrument penelitian juga harus memiliki keandalan, keandalan instrument penelitiam menunjukan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. Disamping itu Riduan, Adun dan Enas (2011) menjelaskan bahwa dalam

melakukan uji reliabilitas juga dapat ditentukan dari perbandingan r_{hitung} dilihat dari korelasi Guttman Split Half dengan r_{tabel} karena n (jumlah responden) = 24 maka diketahui r_{tabel} sebesar 0,404. Dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Item instrumen dikatakan reliabel jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.

b. Item instrumen dikatakan tidak reliabel jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Rangkuman hasil pengujian reliabilitas menggunakan program SPSS 21.0 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.7

Hasil Pengujian Reliabilitas Kuesioner

Variabel	Split Half	N of Item	Nilai Kritis	Keterangan	Kriteria
Lingkungan Belanja (X_1)	0,753	6	0,7	Reliabel	*Acceptable*
Respon Emosi (X_2)	0,754	8	0,7	Reliabel	*Acceptable*
Pembelian Tidak Terencana (Y)	0,894	7	0,7	Reliabel	*Good*

Sumber: Hasil olah data kuesioner, 2016

Pada tabel di atas, dapat dilihat ketiga variabel yang digunakan memiliki koefisien reliabilitas *split-half* yang lebih besar dari nilai kritis yakni sebesar 0,7 sehingga dinyatakan reliabel dengan kriteria *good* dan *acceptable*. Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan, sudah teruji kesahihan (validity) serta keandalannya (reliability) untuk dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Menurut Umi Narimawati (2010:41), rancangan analisis dapat di definisikan sebagai berikut :

"Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam katagori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dimengerti".

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif

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 konsumen Giant Hypermarket berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana masing masing variabel penelitian. Metode kualitatif yaitu metode pengolahan data yang menjelaskan pengaruh dan hubungan yang dinyatakan dengan kalimat. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat faktor penyebab. Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

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

$$Skor\ Total = \frac{Skor\ Aktual}{Skor\ Ideal} X\ 100\%$$

(Sumber: Narimawati Umi, 2010:45)

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. Analisis deskriptif dilakukan mengacu kepada setiap indikator yang ada pada setiap variabel yang diteliti dengan berpedoman pada tabel berikut:

Tabel 3.8
Kriteria Pengklasifikasian Presentase Skor Tanggapan Responden

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

(Umi Narimawati, 2007:85)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif

1) Analisis Regresi Linier Berganda

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

Persamaan regresi linier berganda adalah:

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

Dimana :

Y = Variabel pembelian tidak terencana

X1 = Variabel lingkungan belanja

X2 = Variabel respon emosi konsumen

A = Konstanta

β1, β2 = Koefisien masing-masing faktor

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

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Variabel pembelian tidak terencana

α = Konstanta dari persamaan regresi

β1 = Koefisien regresi dari variabel lingkungan belanja

β2 = Koefisien regresi dari variabel respon emosi

X1 = Variabel lingkungan belanja

X2 = Variabel respon emosi

ε = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

2) 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 :

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

Dimana : $-1 \leq r \leq +1$

r = koefisien korelasi

x = variabel lingkungan belanja dan variabel respon emosi

y = variabel minat pembelian tidak terencana

n = jumlah responden

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

Tabel 3.9
Tingkat Keeratan Korelasi

0 - 0.20	Sangat rendah (hampir tidak hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber : Syahri Alhusin, 2003 : 157

3) Analisis Koefisian Determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukan oleh besarnya koefisien determinan ($\mathbf{R^2}$). Semakin besar nilainya maka menunjukan 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 $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$.

$$Kd = r^2 \; x \; 100\%$$

Dimana :

d = Koefisien determinasi

r = Koefesien Korelasi

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah pengaruh variable lingkungan belanja dan variable respon emosi terhadap variable pembelian tidak terencana. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan di uji, 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 :

$$t\ hitung = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

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

b) Hipotesis

H_{01}. $\beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel lingkungan belanja terhadap Variabel pembelian tidak terencana.

H_1. $\beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel lingkungan belanja terhadap Variabel pembelian tidak terencana.

H_{02}. $\beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel respon emosi terhadap Variabel pembelian tidak terencana.

H_2. $\beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel respon emosi terhadap Variabel pembelian tidak terencana.

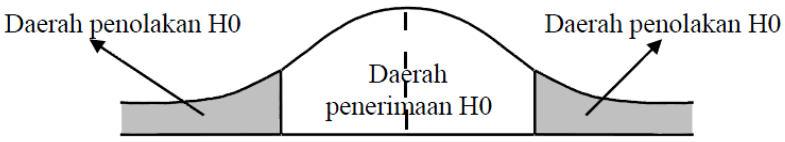
c) Kriteria Pengujian

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.



Sumber : Sugiyono (2009:185)

Gambar 3.1

Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Dalam Pengujian Secara Parsial

2) Pengujian Secara Simultan

Melakukan Uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a) Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F\ hitung = \frac{JK_{regresi}/K}{JK_{residu}/\{n-(k+1)\}}$$

Dimana:

Jkresidu = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah variabel bebas

N = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama 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 $F_{hitung} > F_{krisis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat ditolask dan sebaliknya.

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

b) Hipotesis

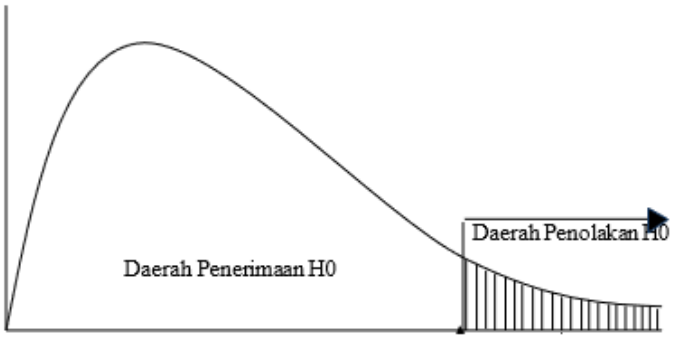
$H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh Variabel X_1 (lingkungan belanja) dan Variabel X_2 (respon emosi) Terhadap Variabel Y (pembelian tidak terencana).

$H_1 : \beta_1\beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh Variabel X_1 (lingkungan belanja) dan Variabel X_2 (respon emosi) Terhadap Variabel Y (pembelian tidak terencana).

c) Kriteria pengujian

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

Apabila pada pengujian secara simultan H_0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah yxi 0. Untuk mengetahui pxyi yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.



Sumber : Sugiyono (2009:185)

Gambar 3.2

Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Dalam Pengujian Secara Simultan