

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1 Strategi Penelitian**

Strategi yang di gunakan dalam penelitian adalah strategi asosiatif adalah suatu metode dalam meneliti suatu objek yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih (simetris, kausal, dan timbal balik). Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi adanya pengaruh kausal, yaitu pengaruh sebab akibat, antara variabel bebas *Personal Selling* ( $X_1$ ), *Store Atmosphere* ( $X_2$ ), Lokasi ( $X_3$ ), dan variabel terikat adalah *Impulse Buying* ( $Y$ ) di Indomaret Raden Saleh 37 Jakarta pusat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey, dimana peneliti ini memilih pada analisis kuantitatif, mengambil dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu dengan mendatangi objek yang bersangkutan untuk mendapatkan data yang diperlukan. Dengan metode pengambilan sampel pada suatu populasi dan menggunakan pernyataan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dengan pendekatan korelasional.

#### **3.2. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.2.1. Populasi penelitian**

Menurut Sugiyono (2017: 80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini dibatasi pengunjung Di Indomaret Raden Saleh 37 Jakarta pusat yaitu sebanyak 6953 pengunjung.

### 3.2.2. Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014:126) teknik *purposive sampling* artinya teknik penelitian sampel dengan pertimbangan tertentu. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan metode pengumpulan data kuisisioner. Dalam perhitungan untuk menentukan jumlah sampel dengan menggunakan Rumus Slovin dengan tingkat kesalahan besar 10% yaitu sebagai berikut :

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

$$n = \frac{6953}{1 + 6953(0.1)^2}$$

$$n = \frac{6953}{69.53} = 100$$

Dimana:

n = jumlah elemen / anggota sampel

N = jumlah elemen / anggota populasi

e = error level (tingkat kesalahan) (catatan: umumnya digunakan 1 % atau 0,01, 5 % atau 0,05, atau 10 % atau 0,1 dan 15% atau 0,15 ) (catatan dapat dipilih oleh peneliti).

Jadi, banyaknya sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden.

### 3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, data memegang peranan penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

### 1. Data Primer

Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli menurut Kuncoro (2014). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individu atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda, kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian. Metode pengumpulan data primer adalah metode kuesioner ditambah dengan gambaran sebuah survei ataupun observasi.

### 2. Data sekunder

Sugiyono (2016: 225) mengatakan bahwa data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dari sumber data primer yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, jurnal dan lain sebagainya.

## 3.4 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini digunakan dua variabel bebas dan variabel terikat yaitu *Personal Selling* ( $X_1$ ), *Store Atmosphere* ( $X_2$ ), Lokasi ( $X_3$ ), sebagai variabel bebas, serta *Impulse Buying* ( $Y$ ) sebagai variabel terikat. Variabel-variabel yang diukur dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator ini akan dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.1. Tabel Indikator Penelitian**

Variabel	Indikator	No. Item
<i>Personal Selling</i> ( $X_1$ )	<i>Tangible</i>	1
	<i>Reliability</i>	2
	<i>Responsiveness</i>	3
	<i>Quality Perception</i>	4

Sumber: (Villamor & Arguelles, 2014)

Variabel	Indikator	No. Item
Store Atmosphere ( $X_2$ )	Store Exterior	5
	General Interior	6
	Store Layout	7
	Interior Display	8

Sumber: (Berman & Evan, 2014:545)

Variabel	Indikator	No. Item
Lokasi ( $X_3$ )	Keterjangkauan	9
	Kelancaran	10
	Kedekatan Dengan Kediannya	11

Sumber: (Aprih Santoso, Sri Yuni Widowati (dalam Gugun, 2015:16)

Variabel	Indikator	No. Item
Impulse Buying (Y)	Pembelian karena dorongan kuat	12
	Pembelian Spontan	13
	Pembelian tanpa berfikir akibat	14
	Pembelian terburu – buru	15

Sumber: (Bagus et al, 2016)

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa kuesioner diukur menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017: 94). Dalam skala *likert* terdapat skor atau bobot terhadap jawaban yang disediakan. Apabila menjawab sangat setuju (SS) memiliki skor 5, setuju (S) memiliki skor 4, netral (N) memiliki skor 3, tidak setuju (TS) memiliki skor 2, dan jika menjawab sangat tidak setuju (STS) memiliki skor 1.

**Tabel 3.2. Bobot Alternatif Jawaban Responden**

Pernyataan	Kode	Bobot Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2017: 94)

### 3.5 Metoda Analisis Data

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan SPSS versi 24.0. Hal tersebut dilakukan agar mengolah data statistik dapat dilakukan dengan cepat dan tepat. Data-data tersebut berupa kuesioner akan diolah terlebih dahulu agar menjadi suatu informasi yang membantu untuk membuat kesimpulan dan untuk menganalisis statistik untuk pengujian hipotesis.

#### 3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan tidak valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Syarat minimum suatu item dianggap valid dan tidak valid adalah sebagai berikut, Sugiyono (2017:126):

1. Jika nilai  $r\text{-hitung} \geq r\text{-kritis}$ , maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid.
2. Jika nilai  $r\text{-hitung} \leq r\text{-kritis}$ , maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

Adapun rumus koefisien kolerasi sebagai berikut:

$$r_{\text{hitung}} = \frac{(n \cdot \sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[(n \cdot \sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [(n \cdot \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

- $r_{hitung}$  = koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari.  
 $n$  = banyaknya responden (populasi).  
 $X$  = skor yang diperoleh subyek dari seluruh item.  
 $Y$  = skor total yang diperoleh dari seluruh item.

### 3.5.2. Uji Reliabilitas

Menurut Juliansyah Noor (2011) uji reliabilitas pengukuran dengan menggunakan *cronbach alpha* adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baiknya item/butir dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Tentang uji reliabilitas ini dapat disampaikan hal-hal pokoknya, sebagai berikut:

1. Untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Kuesioner tersebut mencerminkan konstruk sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pernyataan.
2. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan.
3. Jika nilai  $\alpha > 0,60$ , disebut *reliable*

Adapun rumus *cronbach alpha* sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Dimana rumus  $\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$

Keterangan =

- $r_{ii}$  = reliabilitas konsumen.  
 $k$  = banyaknya butir pernyataan.  
 $\sum \sigma^2$  = jumlah butir pernyataan.  
 $\sigma_1^2$  = varians total.

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *One Shot* atau pengukuran sekali saja yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 24.0 pada analisis skala. Dimana reliabilitas diukur dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ), dengan batasan suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.60$ .

### 3.6 Analisis Statistik Data

#### 3.6.1 Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2016:286) koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antar nol sampai satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas.

Untuk mengukur variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

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

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

$r^2$  = Kuadrat Koefisien Korelasi

Kriteria untuk koefisien determinasi adalah:

- Jika *Kd* mendekati nol (0), maka pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* lemah.
- Jika *Kd* mendekati satu (1), maka pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* kuat.

#### 3.6.2 Koefisien Determinasi Parsial

Uji ini dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen konstan, sebagai berikut:

- Koefisien determinasi parsial  $X_1$  terhadap  $Y$  ( $X_2$  dan  $X_3$  konstan)

$$KD_{1.23} = r_{y1.23}^2 \times 100 \%$$

- Koefisien determinasi parsial  $X_2$  terhadap  $Y$  ( $X_1$  dan  $X_3$  konstan)

$$KD_{2.13} = r_{y2.13}^2 \times 100 \%$$

- Koefisien determinasi parsial  $X_3$  terhadap  $Y$  ( $X_1$  dan  $X_2$  konstan)

$$KD_{2.13} = r_{y2.13}^2 \times 100 \%$$

### 3.6.3 Koefisien Determinasi Berganda

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara citra merek harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian secara bersamaan atau serentak. Rumus yang digunakan dalam koefisien determinasi berganda adalah, sebagai berikut:

- Koefisien determinasi parsial  $X_3$  terhadap  $Y$  ( $X_1$  dan  $X_2$  konstan)

$$KD_{1.23} = r_{y1.23}^2 \times 100 \%$$

## 3.7 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis terhadap digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial maupun berganda. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

### 3.7.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial berdasarkan hasil data dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Terdapat Pengaruh *Personal Selling* terhadap *Impulse Buying*.

Ho:  $\rho_{y1.23} = 0$  : (Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang *Personal Selling* terhadap *Impulse Buying*).

Ha:  $\rho_{y1.23} \neq 0$  : (Secara parsial terdapat pengaruh *Personal Selling* terhadap *Impulse Buying*).

2. Terdapat Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying*.

Ho:  $\rho_{y2.13} = 0$  : (Secara parsial tidak terdapat pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying*).

Ha:  $\rho_{y2.13} \neq 0$  : (Secara parsial terdapat pengaruh yang *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying*).

3. Terdapat Pengaruh Lokasi terhadap *Impulse Buying*.

Ho:  $\rho_{y3.12} = 0$  : (Secara parsial tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap *Impulse Buying*).

Ha:  $\rho_{y3.12} \neq 0$  : (Secara parsial terdapat pengaruh lokasi terhadap *Impulse Buying*).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial, dapat dilihat dari nilai t-sig dibandingkan dengan  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ) dengan kriteria:

Ho: Ditolak/H<sub>a</sub> diterima jika t-sig < 0,05.

Ho: Diterima/H<sub>a</sub> ditolak jika t-sig  $\geq$  0,05.

### 3.7.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Langkah - langkah pengujian hipotesis secara parsial berdasarkan hasil data dalam penelitian ini, sebagai berikut:

a. Ho:  $\rho_{y123} = 0$  : (Secara simultan tidak terdapat pengaruh yang besar antara *Personal Selling*, *Store Atmosphere* dan Lokasi terhadap *Impulse Buying*).

b. Ha:  $\rho_{y123} \neq 0$  : (Secara simultan terdapat pengaruh *Personal Selling*, *Store Atmosphere* dan Lokasi terhadap *Impulse Buying*).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan digunakan nilai *significance* F dibandingkan dengan dengan kriteria:

Ho: Ditolak/H<sub>a</sub> diterima jika *significance* F < 0,05.

Ho: Diterima/H<sub>a</sub> diterima jika *significance* F  $\geq$  0,05.