

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan penelitian ini ialah untuk mendapatkan data empiris dan fakta-fakta yang tepat (shahih, benar dan valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan (reliable) tentang:

1. Hubungan antara suasana toko dengan pembelian impulsif.
2. Hubungan antara promosi penjualan dengan pembelian impulsif.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di RW 06 Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Sawah Besar di Jakarta. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan bahwa di tempat tersebut terdapat masalah mengenai kualitas produk yang kurang bagus, suasana toko yang tidak nyaman dan promosi penjualan yang tidak baik. Selain itu, karena faktor keterjangkauan, yaitu kesediaan ketua Rukun Warga 06 Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Sawah Besar menerima dan memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di lingkungan Rukun Warga tersebut, sehingga memudahkan proses pengambilan data untuk penelitian.

2. Waktu Penelitian

Waktu Penelitian dilakukan selama 4 (Empat) bulan, yaitu terhitung dari bulan Maret 2017 sampai dengan Juni 2017. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian.

C. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian pada dasarnya merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”⁴⁹. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Menurut Lawrence dalam buku Sugiyono mengemukakan bahwa : *Survey are quantitative beasth. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic and past or present behavior. Survei are appropriate for research questions about self reported belief o behavior*⁵⁰.

Artinya, penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2010), h.3.

⁵⁰ *Ibid.*, h. 12.

dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

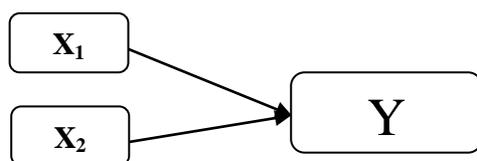
Sedangkan, pendekatan yang dilakukan adalah korelasional. Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara variabel bebas (suasana toko) yang diberi simbol X_1 dengan variabel terikat (pembelian impulsif) yang diberi simbol Y dan variabel bebas (promosi penjualan) yang diberi simbol X_2 dengan variabel terikat (pembelian impulsif) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa:

- 1) Terdapat hubungan signifikan positif antara suasana toko dengan pembelian impulsif.
- 2) Terdapat hubungan signifikan positif antara promosi penjualan dengan pembelian impulsif.

Maka, konstelasi hubungan antar variabel X dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel Bebas (X_1) : Suasana Toko

Variabel Bebas (X_2) : Promosi Penjualan

Variabel Terikat (Y) : Pembelian Impulsif

—————→ : Arah Hubungan

D. Populasi dan Sampling

Populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”⁵¹.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga RW 06 Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Sawah besar di Jakarta yang melakukan pembelian impulsif di *foodmart express* Pasar Baru. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan survei awal melalui wawancara dan observasi langsung pada warga, di lingkungan Rukun Warga tersebut terdapat banyak warga yang melakukan pembelian impulsif di *foodmart express* Pasar Baru.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁵². Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*.

Sugiyono mengatakan bahwa, “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”⁵³.

⁵¹ *Ibid.*, h.119.

⁵² *Ibid.*, h.120.

⁵³ *Ibid.*, h.126.

Dalam penelitian ini, yang menjadi sampelnya adalah warga RT 001 dan RT 002 pada RW 06 Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Sawah Besar di Jakarta yang sudah mengunjungi dan melakukan pembelian impulsif di *Foodmart Express* Pasar Baru Jakarta yang berjumlah 70 orang warga.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini meneliti tiga variabel yaitu Suasana Toko (variabel X_1), Promosi Penjualan (variabel X_2) dan Pembelian Impulsif (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pembelian Impulsif (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Pembelian impulsif adalah pembelian yang dilakukan dengan tiba-tiba tanpa perencanaan terlebih dahulu yang terjadi di dalam toko.

b. Definisi Operasional

Pembelian impulsif mencerminkan beberapa indikator, yaitu indikator pertama adalah spontan atau tiba-tiba dengan sub indikator keadaan mendesak, indikator kedua yaitu ketidakseimbangan psikologi dengan sub indikator diluar kontrol diri, indikator ketiga emosi dengan sub indikator pertama yaitu kesenangan dan sub indikator kedua yaitu kegairahan, indikator keempat yaitu tidak mempertimbangkan konsekuensi.

c. Kisi – Kisi Instrumen Pembelian Impulsif

Kisi-kisi instrumen yang dijelaskan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel pembelian impulsif yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel pembelian impulsif. Kisi-kisi ini dijelaskan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.1.

Tabel III. 1
Kisi-Kisi Instrumen Pembelian Impulsif

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Spontan	Keadaan mendesak	1, 8, 18, 24, 27, 28	6, 25	18, 24, 28	1, 8, 27	6, 25	1, 5, 6	4, 19, 21
Ketidakseimbangan psikologi	Diluar kontrol diri	5, 13, 15, 23	17, 21, 22	5, 13	15, 23	17, 21, 22	12, 18	14, 16, 17
Emosi	Kesenangan	7, 19, 30	3,26	19	7,30	3,26	4, 20, 22	2,11
	Kegairahan	2, 9, 16, 31	12, 14	2	9, 16, 31	12, 14	7, 13, 23	10
Tidak mempertimbangkan konsekuensi		4, 10, 11, 29	20, 32	29	4, 10, 11	20, 32	3, 8, 9	15, 24

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 2
Skala Penilaian Instrumen Pembelian Impulsif

No	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Pembelian Impulsif

Proses pengembangan instrumen pembelian impulsif dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang ditunjukkan pada model indikator-indikator variabel pembelian impulsif terlihat pada tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel pembelian impulsif.

Tahap selanjutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir – butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel pembelian impulsif sebagaimana tercantum pada tabel III.1. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah berikutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang warga di RT 006 dan RT 007

pada RW 06 Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Sawah Besar di Jakarta di luar sampel yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 54$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 7 halaman 101) dari 32 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 8 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 24 pernyataan.

Kemudian, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus

⁵⁴ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta : Grasindo, 2008), h.86.

Alpha Cronbach yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 55$$

Dimana :

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Varians butir dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 56$$

Dimana :

S_i^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 1.20$, sedangkan $St^2 = 92.38$ dan r_{ii} sebesar 0.831 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 9 halaman 103). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian, dapat dikatakan

⁵⁵ *Ibid.*, h. 89.

⁵⁶ Sudjana, *Metoda Statistika*, (Bandung : PT. Tarsito, 2005), h. 94.

bahwa instrumen yang berjumlah 24 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur pembelian impulsif.

2. Suasana Toko (Variabel X₁)

a. Definisi Konseptual

Suasana toko adalah kombinasi dari berbagai karakteristik fisik toko yang dapat menghasilkan kesan menarik suatu toko dalam mempengaruhi sikap pembelian konsumen.

b. Definisi Operasional

Suasana toko dapat diukur dengan menggunakan empat indikator. Indikator pertama, yaitu bagian luar toko (*Exterior*) dengan sub indikator pertama, yaitu pintu masuk toko (petunjuk cara membuka pintu, seperti di geser, di dorong (*push*) dan ditarik (*pull*), sub indikator kedua, yaitu papan nama toko, sub indikator ketiga, yaitu logo toko dan sub indikator keempat, yaitu lahan parkir. Indikator kedua, yaitu bagian dalam toko (*general interior*) dengan sub indikator pertama yaitu, pencahayaan. Indikator ketiga, yaitu tata letak toko (*store layout*) dengan sub indikator pertama yaitu, pengelompokkan jenis produk dan sub indikator kedua, yaitu lorong ruang gerak konsumen. Indikator keempat, yaitu penataan titik utama barang dagang (*point of purchase*) dengan sub indikator, yaitu mini *display*.

c. Kisi – Kisi Instrumen Suasana Toko

Kisi-kisi instrumen yang dijelaskan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel suasana toko yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel suasana toko. Kisi-kisi ini dijelaskan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.3.

Tabel III. 3
Kisi-Kisi Instrumen Suasana Toko

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Bagian luar toko (<i>Exterior</i>)	Pintu masuk toko	3,8,19,20	4, 13	3,8	19,20	4, 13	14,15	3,9
	Papan nama toko	9,24,31,32		9,24,31	32		25	
	Logo toko	6,25,28	22	-	6,25,28	22	4,17,19	22
	Lahan parkir	7,14,29	23	-			5,10,23	18
Bagian dalam toko (<i>general interior</i>)	Pencahayaan	18	2	-	18	2	13	2
Tata letak toko (<i>store layout</i>)	Pengelompokkan jenis produk	1,17,26,30	11,16	-	1,17,26,30	11,16	1,12,20,24	7,11
	Lorong ruang gerak konsumen	10	10	15	-	10	-	6
Penataan titik utama barang dagang	Mini <i>display</i>	5,21,27	12	5	12,21,27	-	4,16,21	8

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 4
Skala Penilaian Instrumen Suasana Toko

No	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Suasana Toko

Proses pengembangan instrumen suasana toko dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang ditunjukkan pada model indikator-indikator variabel suasana toko terlihat pada tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel suasana toko.

Tahap selanjutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir – butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel suasana toko sebagaimana tercantum pada tabel III.3. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah berikutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang warga RT 006 dan RT 007 pada RW 06

Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Sawah Besar di Jakarta di luar sampel yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 57$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari Xi

x_t = Deviasi skor dari Xt

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan (lampiran 13 halaman 108) dari 32 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 7 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 25 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

⁵⁷ Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right] \quad 58$$

Dimana :

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum s_i^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Varians butir dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 59$$

Dimana :

S_i^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0.85$ sedangkan $St^2 = 82.61$ dan r_{ii} sebesar 0.808 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 15 halaman 110). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 25 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur suasana toko.

⁵⁸ *Ibid.*, h.89.

⁵⁹ Sudjana, *loc.cit.*

3. Promosi Penjualan (Variabel X₂)

a. Definisi Konseptual

Promosi penjualan adalah aktivitas jangka pendek yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian jasa.

b. Definisi Operasional

Promosi penjualan tercermin dengan indikator pertama adalah paket harga, indikator kedua adalah promosi gabungan, indikator ketiga adalah pajangan.

c. Kisi – Kisi Instrumen Promosi Penjualan

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel promosi penjualan yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel promosi penjualan. Kisi-kisi ini dijelaskan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.5.

Tabel III. 5
Kisi-Kisi Instrumen Promosi Penjualan

Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Paket harga	1,2,3,5 ,9,10,1 2,14,1 8,20,2 4	15,16, 17,19, 23,26, 28	5,14,2 4,26	1,2,3,9,1 0,12,18, 20	15,16,1 7,19,23, 28	1,2,3,8,9 ,11,16,1 8	13,14,15 ,17,21,2 4
Promosi gabungan	4,8,22	21	-	4,8,22	21	4,7,20	19
Pajangan dan demonstrasi	6,7,11, 13	25,27	-	6,7,11,1 3	25,27	5,6,10,1 2	22,23

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 6
Skala Penilaian Instrumen Promosi Penjualan

No	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Promosi Penjualan

Proses pengembangan instrumen promosi penjualan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengarah pada model indikator-indikator variabel promosi penjualan terlihat pada tabel III.5 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel promosi penjualan.

Tahap selanjutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir – butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel promosi penjualan sebagaimana tercantum pada tabel III.6. Setelah konsep instrumen disetujui, tahap berikutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang warga RT 006 dan RT 007 pada RW 06 Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Sawah Besar di Jakarta di luar sampel yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{60}$$

Dimana :

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

⁶⁰ Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{\text{tabel}} = 0,361$, jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 19 halaman 115) dari 28 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 24 pernyataan.

Berikutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 61$$

Dimana :

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Varians butir dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 62$$

⁶¹ *Ibid.*, h.89.

⁶² Sudjana, *loc.cit.*

Dimana :

S_i^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum X_i$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0.65$, kemudian $St^2 = 128.26$ dan r_{ii} sebesar 0.910 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 21 halaman 117). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 24 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur pembelian impulsif.

F. Teknik Analisis Data

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y Atas X

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji *Liliefors*, pada taraf signifikan (α) = 0,05.

Dengan hipotesis statistik:

H_0 : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal

H_1 : Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian:

Terima H_0 jika $L_{hitung} < L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

Tolak H_0 jika $L_{hitung} > L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.

Dalam penelitian ini variabel X yang dimaksud dalam prosedur di atas adalah $(Y - \hat{Y})$.

b. Uji Linearitas Regresi

Pengujian linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan pada taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”⁶³.

Dengan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data linier.

2. Persamaan Regresi Linear sederhana

Analisis regresi sederhana dilakukan untuk mendefinisikan hubungan linier antara satu variabel *independent* dan satu variabel *dependent*. Hasil dari analisis korelasi hanya untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan linier antara variabel.

⁶³ Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan : Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, (Depok : PT. Rajagrafindo Persada, 2015), h. 180.

Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX_i^{64}$$

Keterangan:

\hat{Y} = Persamaan regresi

X = Variabel bebas

a = Konstanta (Nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = koefisien regresi variabel bebas

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan suasana toko (X_1) dengan pembelian impulsif (Y) dan hubungan promosi penjualan (X_2) dengan pembelian impulsif (Y).

Hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = 0 \qquad H_1 : b_1 \neq 0$$

$$H_0 : b_2 = 0 \qquad H_1 : b_2 \neq 0$$

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Perhitungan koefisien korelasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh hubungan variabel X_1 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel) dan variabel X_2 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel), maka menghitung r_{xy} dapat menggunakan rumus *Product Moment* dan *Karl Pearson*, dengan rumus sebagai berikut:

⁶⁴ Sugiyono, *op.cit*, h. 247.

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} \quad 65$$

Dimana :

r_{xy} = Tingkat keterkaitan hubungan

$\sum X$ = Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam sebaran Y

c. Uji-t

Menurut Soepomo, “Uji-t digunakan sebagai alat analisis data, dapat dipakai untuk menguji satu sampel atau dua sampel”⁶⁶. Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji-t). Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan suasana toko (X_1) dengan pembelian impulsif (Y) dan hubungan promosi penjualan (X_2) dengan pembelian impulsif (Y).

T_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

67

$$T_{hitung} = \frac{r_{xy} \sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan:

T_{hitung} = Skor signifikan koefisien korelasi

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

n = banyaknya sampel/data

⁶⁵ *Ibid.*, h. 241.

⁶⁶ Bambang Soepomo, *Statistik Terapan : Dalam Penelitian Ilmu – Ilmu Sosial & Pendidikan*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2000), h. 134.

⁶⁷ Sugiyono, *op.cit*, h. 243.

Selanjutnya Sugiyono menambahkan, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ Ho diterima
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ Ho ditolak ⁶⁸.

4. Perhitungan Koefisien Determinasi

Perhitungan koefisien determinasi (penentu) yaitu untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan kemampuan variabel X (X_1, X_2, \dots, X_k), yang merupakan variabel bebas, menerangkan atau menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi, semakin baik kemampuan variabel X menerangkan atau menjelaskan variabel Y. Rumus koefisien determinasi adalah:

$$KD = r_{xy}^2 \text{ }^{69}$$

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

⁶⁸ *Ibid.*

⁶⁹ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung : Alfabeta, 2007), h. 231.