

## **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:

H1: Hubungan antara gaya hidup dengan pembelian impulsif (*impulse Buying*).

H2: Hubungan antara tampilan visual (*visual merchandising*) dengan pembelian impulsif (*impulse buying*).

H3: Hubungan antara gaya hidup dan *visual merchandising* (tampilan visual) dengan *impulse buying* (pembelian impulsif).

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Tempat penelitian dilaksanakan di RW 005 Kelurahan Malaka Sari Kecamatan Duren Sawit di Jakarta. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan bahwa di tempat tersebut terdapat masalah mengenai promosi yang kurang baik, rendahnya gaya hidup dan tampilan visual yang kurang menarik. Selain itu, karena faktor keterjangkauan, yaitu kesediaan ketua Rukun Warga 005 Kelurahan Malaka Sari Kecamatan Duren Sawit 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 ini dilakukan selama 6 (bulan) terhitung pada bulan Desember 2017 sampai dengan Juni 2018. Waktu yang dipilih dan dianggap sebagai waktu yang tepat dan efektif untuk melakukan penelitian dikarenakan jadwal perkuliahan yang tidak terlalu 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”<sup>1</sup>. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti menggunakan metode korelasional adalah 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 of behavior*<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Bandung: Alfabera, 2014), h. 12

<sup>2</sup> *Ibid.*

Artinya, penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek, 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 yaitu antara variabel bebas (Gaya Hidup) yang diberi simbol  $X_1$  sebagai variabel yang mempengaruhi dengan variabel terikat (Pembelian Impulsif) diberi simbol Y dan variabel bebas (*Visual Merchandising*) yang diberi simbol  $X_2$  dengan variabel terikat (Pembelian Impulsif) diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

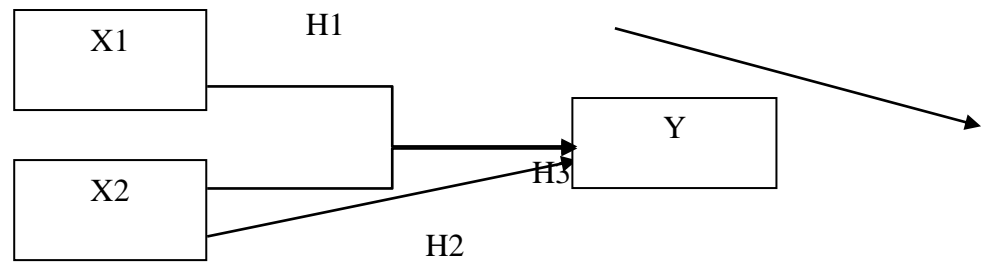
## 2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa:

- H1. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pola gaya hidup dengan pembelian impulsif (*impulse buying*).
- H2. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara tampilan visual (*visual merchandising*) dengan pembelian impulsif (*impulse buying*).
- H3. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara tampilan gaya hidup dan *visual merchandising* (tampilan visual) dengan *impulse buying* (pembelian impulsif)

Maka, hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan dalam korelasi sebagai berikut:

**Gambar III. 1. Konstelasi Hubungan Antar Variabel**  
**Sumber: Di Olah Peneliti**



Keterangan:

Variabel Bebas ( $X_1$ ) : Gaya Hidup

Variabel Bebas ( $X_2$ ) : *Visual Merchandising*

Variabel Terikat (Y) : Pembelian Impulsif

→ : Arah Hubungan

#### D. Populasi dan Sampel

Untuk mendapatkan data yang relevan dan *valid* mana diadakan penarikan sampel suatu populasi yang akan diteliti. Menurut Sugiyono, Populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”<sup>3</sup>.

Populasi dalam penelitian ini adalah warga RW 005 Kelurahan Malaka Sari Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur. Hal ini didapatkan setelah melakukan survei awal dengan wawancara dan observasi langsung pada warga,

<sup>3</sup> *Ibid*, h.119

di lingkungan rukun tersebut terdapat masalah pembelian impulsif (*impulse buying*) di *Carrefour Hypermart Plaza* Buaran.

Menurut Sugiyono, Sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”<sup>4</sup>. Pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive*.

Sugiyono mengatakan bahwa, “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”<sup>5</sup>.

Untuk penelitian ini, sampelnya adalah warga yang pernah melakukan pembelian impulsif di *Carrefour Hypermart Plaza* Buaran yang berjumlah 115 warga yang berasal dari warga RW 005 Kelurahan Malaka Sari kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini memiliki tiga variabel yaitu gaya hidup ( $X_1$ ), tampilan visual (*visual merchandising*) ( $X_2$ ), dan pembelian impulsif (*impulse buying*) ( $Y$ ). Adapun, instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

### **1. Pembelian Impulsif**

#### **a. Definisi Konseptual**

Pembelian impulsif adalah pembelian barang atau jasa yang dilakukan tanpa adanya perencanaan pada saat sebelum memasuki toko.

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, 120.

<sup>5</sup> *Ibid.*, 126.

## b. Definisi Operasional

Pembelian impulsif (*impulse buying*) terdiri dari tiga indikator, yaitu indikator pertama adalah tiba-tiba atau spontan, indikator kedua adalah tidak mempertimbangkan konsekuensi dan indikator ketiga adalah emosi.

## c. Kisi – Kisi Instrumen Pembelian Impulsif

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel pembelian impulsif yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel pembelian impulsif. Kisi-kisi ini disajikan 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	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Spontan	1, 2, 13, 14	7, 8, 19, 20	2, 13	1, 14	7, 8, 19, 20	1, 10	4, 5, 15, 16
Emosi	3, 4, 15, 16	9, 10, 21, 22	3	4, 15, 16	9, 10, 21, 22	2, 11, 12	6, 7, 17, 18
Tidak Mempertimbang- kan Konsekuensi	5, 6, 17, 18	11, 12, 23, 24	6	5, 17, 18	11, 12, 23, 24	3, 13, 14	8, 9, 19, 20

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 (*impulse buying*) 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 RW 005 Kelurahan Malaka Sari Kecamatan Duren Sawit 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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^6$$

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, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*.

Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 6 halaman 106) dari 24 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 20 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:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad ^7$$

Dimana:

- $r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen  
 $k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)  
 $\sum si^2$  = Jumlah varians skor butir  
 $st^2$  = Varian skor total

---

<sup>6</sup>Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 86.

<sup>7</sup>*Ibid.*, h. 89.



Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

$$\begin{aligned} S_i^2 &= \text{Simpangan baku} \\ n &= \text{Jumlah populasi} \\ \sum X_i^2 &= \text{Jumlah kuadrat data X} \\ \sum X_i &= \text{Jumlah data} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 0,86$ ,  $S_t^2 = 48,80$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,84097 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 108). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 20 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur pembelian impulsif.

## 2. Gaya Hidup

### a. Definisi Konseptual

Gaya hidup adalah bagaimana perilaku individu dalam menghabiskan waktu dan uangnya serta apa yang dilakukan pada saat waktu luang, bukan atas dasar kebutuhan namun dengan keinginan sendiri untuk bermewah-mewahan.

---

<sup>8</sup>Sudjana, *Metoda Statistika* (Bandung: PT. Tarsito, 2005), h. 94.

## b. Definisi Operasional

Gaya hidup dapat diukur dengan dua dimensi, yaitu dimensi pertama adalah sikap dengan indikator minat. Dimensi kedua yaitu demografis dengan indikator pertama usia, indikator kedua jenis kelamin dan indikator ketiga lokasi geografis.

## c. Kisi – Kisi Instrumen Gaya Hidup

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel gaya hidup yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel gaya hidup. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas.

**Tabel III. 3. Kisi - Kisi Instrumen Gaya Hidup**

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Sikap	Minat	1, 2, 3, 13, 14, 15	7, 8, 9, 19, 20, 21	20	1, 2, 3, 13, 14, 15	7, 8, 9, 19, 21	1, 2, 3, 11, 12, 13	6, 7, 8, 17, 18
Demografis	Usia	4, 16	10, 22		4, 16	10, 22	4, 14	9, 19
	Jenis Kelamin	5, 17	11, 23	5	17	11, 23	15	10, 20
	Lokasi Geografis	6, 18	12, 24	12, 24	6, 18		5, 16	

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 Gaya Hidup**

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 Gaya Hidup**

Proses pengembangan instrumen pada gaya hidup dimulai dengan menyusun instrumen berbentuk skala *likert* yang mengacu pada indikator-indikator variabel gaya hidup seperti dilihat pada tabel III.4 yang disebut sebagai konsep instrument untuk mengukur variabel gaya hidup.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator telah mengukur dimensi, indikator, dan sub indikator dari variabel gaya hidup. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah berikutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang warga di RW 005 Kelurahan Malaka Sari Kecamatan Duren Sawit di Jakarta di luar sampel yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Populasi validitas dilakukan dengan menganalisis data instrumen uji coba validitas butir dengan menggunakan rumus koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 9$$

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, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*.

Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 12 halaman 115) dari 24 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 20 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:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 10$$

Dimana:

$r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen  
 $k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)  
 $\sum si^2$  = Jumlah varians skor butir  
 $st^2$  = Varian skor total

---

<sup>9</sup>Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*

<sup>10</sup>*Ibid.*, h. 89.

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n} \quad ^{11}$$

Dimana:

$$\begin{aligned} S_i^2 &= \text{Simpangan baku} \\ n &= \text{Jumlah populasi} \\ \sum X_i^2 &= \text{Jumlah kuadrat data X} \\ \sum X_i &= \text{Jumlah data} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 1,11$   $S_t^2 = 93,51$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,941 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 halaman 117). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 20 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur gaya hidup.

### 3. *Visual Merchandising*

#### a. Definisi Konseptual

Tampilan Visual (*Visual Merchandising*) adalah cara mengkomunikasikan produk yang dijual kepada konsumen dan aktifitas presentasi yang menarik sehingga dapat terjadi pembelian produk.

#### b. Definisi Operasional

Berdasarkan penjelasan berikut *visual merchandising* dapat diukur dari tiga indikator. Indikator pertama adalah fitur produk dengan sub indikator penempatan produk. Indikator kedua adalah pencahayaan.

---

<sup>11</sup>Sudjana, *loc. cit.*

Indikator ketiga adalah cara-cara yang menarik perhatian dengan sub indikator pertama diskon, sub indikator kedua potongan harga.

**c. Kisi – Kisi Instrumen *Visual Merchandising***

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel *visual merchandising* yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel *visual merchandising*. Kisi-kisi ini disajikan 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 *Visual Merchandising***

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Fitur Produk	Penempatan produk	1, 2, 13, 14	7, 8, 19, 20	7, 8	1, 2, 13, 14	19, 20	1, 2, 10, 11	15, 16
Pencahayaan	-	3, 15	9, 21		3, 15	19, 21	3, 12	7, 17
Cara cara yang menarik perhatian	Diskon	4, 5, 16	10, 11, 22	11, 16	4, 5	10, 22	4, 5,	8, 18
	Potongan Harga	6, 17, 18	12, 23, 24		6, 17, 18	12, 23, 24	6, 13, 14	9, 19, 20

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 *Visual Merchandising***

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 *Visual Merchandising***

Proses pengembangan instrumen tampilan visual (*visual merchandising*) dimulai dengan menyusun instrumen berbentuk skala likert yang mengacu pada indikator-indikator variabel tampilan visual (*visual merchandising*) seperti terlihat pada tabel III.6 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel tampilan visual.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator-indikator dari variabel tampilan visual (*visual merchandising*) sebagaimana tercantum pada tabel III. 6. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah berikutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang warga di RW 005 Kelurahan Malaka Sari Kecamatan Duren Sawit di Jakarta di luar sampel yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data instrumen uji coba validitas butir dengan menggunakan rumus koefisien antara butir dengan skor total instrumen.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 12$$

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, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*.

Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 18 halaman 124) dari 24 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 20 pernyataan.

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

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right] \quad 13$$

<sup>12</sup>Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*



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 itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n} \quad ^{14}$$

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  $S_i^2 = 0,92$ ,  $S_t^2 = 92,16$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,931 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 20 halaman 126). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 20 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur *visual merchandising*.

## F. Teknik Analisis Data

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Persyaratan Analisis

#### a. Uji Normalitas

---

<sup>13</sup>*Ibid.*, h. 89.

<sup>14</sup>Sudjana, *loc. cit.*

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal<sup>15</sup>. Untuk mendeteksi apakah model yang peneliti gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu, dengan menggunakan uji statistic (Uji *Kolmogorov Smirnov*).

Hipotesis penelitiannya adalah:

1.  $H_0$  : data berdistribusi normal
2.  $H_a$  : data tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian dengan uji statistik Kolmogorov Smirnov, yaitu:

1. Jika signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima artinya data berdistribusi normal.
2. Jika signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak artinya data tidak berdistribusikan normal.

#### **b. Uji Linieritas**

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”<sup>16</sup>.

Hipotesis penelitiannya adalah:

---

<sup>15</sup>Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda dengan SPSS* (Semarang: Semarang University Press, 2012), h. 35.

<sup>16</sup>Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian* (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015), h. 180.

1.  $H_0$  : artinya data tidak linier
2.  $H_a$  : artinya data linier

Sedangkan 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 Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel *independent* terhadap satu variabel *dependent*. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX_1 + bX_2^{17}$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = variabel terikat (pembelian impulsif)

$X_1$  = variabel bebas pertama (gaya hidup)

$X_2$  = variabel bebas kedua (*visual merchandising*)

$a$  = konstanta (nilai  $Y$  apabila  $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$ )

$b_1$  = koefisien regresi variabel bebas pertama (gaya hidup)

$b_2$  = koefisien regresi variabel bebas kedua (*visual merchandising*)

## 3. Uji Hipotesis

### a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik  $F$  pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel *independent* atau bebas yang dimasukkan dalam model

---

<sup>17</sup>Dyah Nirmala Arum Janie, *op.cit.*, h. 13.

mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependent*<sup>18</sup>.

Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel *dependent* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel *dependent*, atau:

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_n = 0$$

Hipotesis alternatifnya ( $H_a$ ) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_1 \neq b_2 = \dots \neq b_n \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

1.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai probabilitas sig. < 0,05
2.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai probabilitas sig. > 0,05

---

<sup>18</sup>Santoso, *Statistika Hospitalis* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), h. 106.

## b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/*independent* secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependent*<sup>19</sup>.

Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak di uji adalah apakah suatu parameter ( $b_i$ ) dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel *independent* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap *dependent*, atau:

$$H_0 : b_i = 0$$

Hipotesis alternatifnya ( $H_a$ ) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_i \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

1.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai probabilitas sig.  $< 0,05$
2.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai probabilitas sig.  $> 0,05$

## 4. Analisis Korelasi Ganda

Analisis korelasi ganda dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel *independent* ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) terhadap variabel

---

<sup>19</sup>Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu – Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 335.

*dependent* secara simultan. Analisis korelasi ganda ini dilakukan dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics* versi 24.

## **5. Perhitungan Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan ukuran untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependent* dalam suatu persamaan regresi. Perhitungan koefisien determinasi dilakukan dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics* versi 24.