

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

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

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Negeri Jakarta. Peneliti memiliki alasan melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta banyak memiliki masalah ketika berbelanja di Matahari *Department Store* Arion Mall mengenai atmosfer toko yang kurang menarik dan tidak nyaman sehingga mereka tidak belanja hedonis di toko tersebut.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan selama 6 (enam) bulan, yaitu dimulai dari bulan Februari 2019 sampai bulan Juli 2019. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat dalam jangka waktu tersebut dan dirasa cukup untuk peneliti mendapatkan data guna menunjang kebutuhan penelitian.

## B. Metode Penelitian

### 1. Metode

Sugiyono (2014: 3) menyatakan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional, untuk mengetahui tingkat hubungan antar variabel yang sedang diteliti yaitu variabel bebas dengan variabel terikat.

Neuman W Lawrence dalam buku Sugiyono (2014: 12) mengatakan bahwa penelitian *survey* adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian *survey*, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian *survey* berkenaan dengan pernyataan 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, seberapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara dua variabel bebas yaitu atmosfer toko yang diberi simbol  $X_1$ , belanja hedonis yang diberi simbol  $X_2$ , serta variabel terikat adalah pembelian impulsif dengan simbol  $Y$  sebagai variabel yang dipengaruhi.

## 2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

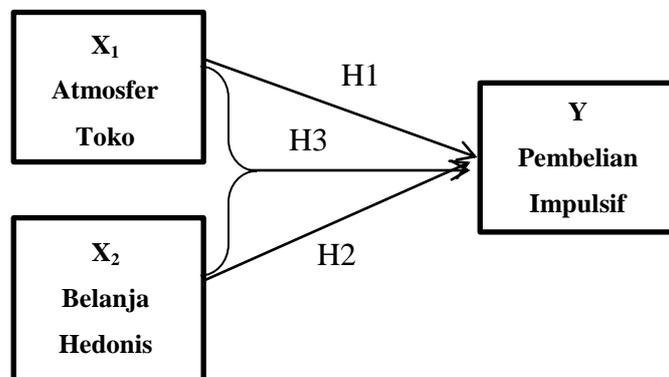
Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa:

- Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara atmosfer toko dengan pembelian impulsif.
- Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara belanja hedonis dengan pembelian impulsif.
- Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara atmosfer toko dan belanja hedonis dengan pembelian impulsif

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

**Gambar III. 1.**

**Konstelasi  $X_1$  dan  $X_2$  (Atmosfer Toko dan Belanja Hedonis) dengan Y (Pembelian Impulsif)**



Sumber: Data diolah oleh peneliti

Keterangan:

Variabel Bebas ( $X_1$ ) : Atmosfer Toko

Variabel Bebas ( $X_2$ ) : Belanja Hedonis

Variabel Terikat (Y) : Pembelian Impulsif

—————> : Arah Hubungan

### **C. Populasi dan Sampling**

Sugiyono (2014: 115) menyatakan Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan *survey* awal melalui penyebaran kuesioner *online* diketahui bahwa banyak mahasiswa yang melakukan pembelian impulsif di Matahari *Department Store* Arion Mall.

Sedangkan sampel menurut Sugiyono (2014: 118) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*. Sugiyono (2014: 120) mengatakan bahwa, *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Dalam penelitian ini, yang menjadi sampel adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah mengunjungi dan melakukan pembelian impulsif di Matahari *Department Store* Arion Mall dengan jumlah responden 145 mahasiswa.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti tiga variabel, yaitu Atmosfer Toko (Variabel  $X_1$ ), Belanja Hedonis (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 merupakan pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya dan terjadi secara spontan.

#### **b. Definisi Operasional**

Pembelian impulsif memiliki 5 (lima) indikator, yaitu indikator pertama adalah keinginan untuk membeli secara spontan. Indikator kedua adalah disequilibrium psikologi, dengan satu sub indikator yaitu pembelian tak terkendali secara sementara. Indikator ketiga, adalah awal dari konflik dan perjuangan, dengan satu sub indikator yaitu pembelian langsung. Indikator yang keempat adalah kurangnya penilaian secara objektif. Dan, indikator yang terakhir adalah kurangnya memperhatikan konsekuensi.

#### **c. Kisi-kisi Instrumen Pembelian Impulsif**

Kisi-kisi instrumen yang akan dijelaskan pada bagian ini adalah 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 coba reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.1.

**Tabel III. 1.**

**Kisi-kisi Instrumen Pembelian Impulsif**

<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>Butir Uji Coba</b>	<i>Drop</i>	<b>No. Butir Valid</b>	<b>No. Butir Final</b>
Keinginan untuk membeli secara spontan		1, 6		1, 6	1, 6
Disekuilibrium psikologis	Pembelian tidak terkendali secara sementara	2		2	2
Awal dari konflik dan perjuangan	Pembelian langsung	3, 7		3, 7	3, 7
Kurangnya penilaian secara objektif		4, 8		4, 8	4, 8
Kurangnya memperhatikan konsekuensi		5		5	5

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**

<b>No.</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Item Positif</b>	<b>Item Negatif</b>
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 model skala Likert yang mengacu pada indikator-indikator variabel pembelian impulsif yang terlihat pada tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel pembelian impulsif.

Tahap berikutnya 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 selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data instrumen uji coba tersebut, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir dengan skor total instrumen. Menurut Djaali dan Pudji Muljono (2008: 86) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

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 122) dari 8 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 0 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 8 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. Menurut Djaali dan Pudji Muljono (2008: 89) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

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

Dimana:

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

Sudjana (2013: 94) menyatakan bahwa varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

- $Si^2$  = Simpangan baku  
 $n$  = Jumlah populasi  
 $\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X  
 $\sum Xi$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $Si^2 = 1,02$ ,  $St^2 = 23,78$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,903 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 7 halaman 123). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 8 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur pembelian impulsif.

## **2. Atmosfer Toko (Variabel X<sub>1</sub>)**

### **a. Definisi Konseptual**

Atmosfer toko merupakan keadaan toko yang didesain semenarik mungkin untuk merancang respon konsumen dan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

### **b. Definisi Operasional**

Atmosfer toko memiliki 4 (empat) dimensi, dimensi pertama adalah tampak depan toko dengan indikator pertama adalah logo toko, dan indikator kedua adalah pintu masuk. Dimensi yang kedua adalah bagian dalam toko dengan enam indikator, yaitu pencahayaan, aroma dan suara, suhu toko, lebar ruangan, personil toko dan kebersihan toko. Dimensi ketiga adalah tata letak toko dengan indikator tampilan pengelompokkan produk. Dan dimensi yang terakhir adalah penampilan interior dengan indikator pertama adalah pengaturan tema dan informasi produk tertera jelas.

### **Kisi-kisi Instrumen Atmosfer Toko**

Kisi-kisi instrumen yang akan dijelaskan pada bagian ini adalah kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel atmosfer toko yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel atmosfer toko. Kisi-kisi ini dijelaskan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji

validitas dan uji coba reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.3.

**Tabel III. 3.**

**Kisi-kisi Instrumen Atmosfer Toko**

<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Butir Uji Coba</b>	<i>Drop</i>	<b>No. Butir Valid</b>	<b>No. Butir Final</b>
Tampak depan toko	Logo Toko	1, 12		1, 12	1, 12
	Pintu Masuk	2, 13		2, 13	2, 13
Bagian dalam toko	Pencahayaan	3		3	3
	Aroma dan Suara	4, 14		4, 14	4, 14
	Suhu Toko	5		5	5
	Lebar Ruangan	6, 15		6, 15	6, 15
	Personil Toko Ramah	7		7	7
	Kebersihan Toko Baik	8		8	8
Tata letak toko	Pengelompokkan Produk	9		9	9
Penampilan interior	Pengaturan Tema	10		10	10
	Informasi Produk Tertera Jelas	11		11	11

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 Atmosfer Toko**

<b>No.</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Item Positif</b>	<b>Item Negatif</b>
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

**c. Validasi Instrumen Atmosfer Toko**

Proses pengembangan instrumen atmosfer toko dimulai dengan penyusunan instrumen model skala Likert yang mengacu pada indikator-indikator variabel atmosfer toko yang terlihat pada tabel III.3. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel atmosfer toko.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel atmosfer toko sebagaimana tercantum pada tabel III.3. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data instrumen uji coba tersebut, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir dengan skor total instrumen. Menurut Djaali dan Pudji Muljono (2008: 86) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

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 11 halaman 130) dari 15 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 0 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 15 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. Menurut Djaali dan Pudji Muljono (2008: 89) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

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

Dimana:

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

Sudjana (2013: 94) menyatakan bahwa varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

$Si^2$  = Simpangan baku  
 $n$  = Jumlah populasi  
 $\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X  
 $\sum Xi$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $Si^2 = 0,53$ ,  $St^2 = 59,81$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,886 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 12 halaman 131). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 15 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur atmosfer toko.

### 3. Belanja Hedonis ( $X_2$ )

#### a. Definisi Konseptual

Belanja hedonis adalah kegiatan berbelanja hasil dari pandangan subyektif untuk mencari kesenangan semata.

### b. Definisi Operasional

Belanja hedonis memiliki 3 (tiga) indikator, yaitu indikator pertama adalah kesenangan Indikator kedua adalah simbolis. Dan, indikator terakhir adalah emosi.

### c. Kisi-kisi Instrumen Belanja Hedonis

Kisi-kisi instrumen yang akan dijelaskan pada bagian ini adalah kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel belanja hedonis yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel belanja hedonis. Kisi-kisi ini dijelaskan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji coba reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.5.

**Tabel III. 5.**

**Kisi-kisi Instrumen Belanja Hedonis**

<b>Indikator</b>	<b>Butir Uji Coba</b>	<b>Drop</b>	<b>No. Butir Valid</b>	<b>No. Butir Final</b>
Kesenangan	1, 4, 7, 9	9	1, 4, 7	1, 4, 7
Simbolis	2, 5		2, 5	2, 5
Emosi	3, 6, 8		3, 6, 8	3, 6, 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. 6.**  
**Skala Penilaian Instrumen Belanja Hedonis**

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 Belanja Hedonis**

Proses pengembangan instrumen belanja hedonis dimulai dengan penyusunan instrumen model skala Likert yang mengacu pada indikator-indikator variabel belanja hedonis yang terlihat pada tabel III.5. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel belanja hedonis.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel belanja hedonis sebagaimana tercantum pada tabel III.5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data instrumen uji coba tersebut, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir dengan skor total instrumen. Menurut Djaali dan Pudji Muljono (2008: 86) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

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 16 halaman 137 ) dari 9 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 1 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 8 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. Menurut Djaali dan Pudji Muljono (2008: 89) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

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

Dimana:

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

Sudjana (2013:94) menyatakan bahwa varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

- $Si^2$  = Simpangan baku
- $n$  = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $Si^2 = 1,18$ ,  $St^2 = 23,26$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,927 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 17 halaman 138). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 8 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur belanja hedonis.

## E. Teknik Analisis Data

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

## 1. Uji Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas

Menurut Duwi Priyatno (2012:60) uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi dengan normal atau tidak. Untuk mendeteksi apakah model yang peneliti gunakan memiliki distribusi yang normal atau tidak yaitu dengan menggunakan Uji *Kolmogorov Smirnov* dan *Normal Probability Plot*.

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 linear atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Menurut Kadir dan Djaali (2015:180), “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”.

Hipotesis penelitiannya adalah:

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 dimasukkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (*explanatory*) terhadap satu variabel dependen. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

- $\hat{Y}$  = variabel terikat (pembelian impulsif)
- $X_1$  = variabel bebas pertama (atmosfer toko)
- $X_2$  = variabel bebas kedua (belanja hedonis)
- $a$  = konstanta (nilai Y apabila  $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$ )
- $b_1$  = koefisien regresi variabel bebas pertama,  $X_1$  (atmosfer toko)
- $b_2$  = koefisien regresi variabel bebas kedua,  $X_2$  (belanja hedonis)

### 3. Uji Hipotesis

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

Menurut Ghozali (2016: 96) Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen).

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

### b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2016: 97) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter ( $b_i$ ) dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap dependen, atau:

$$H_0 : b_i = 0$$

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

$$H_a : b_i \neq 0$$

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

Menurut Sugiyono (2017: 231) analisis korelasi ganda dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel *independent* ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) terhadap variabel *dependent* secara bersamaan/simultan.

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

## **5. Perhitungan Koefisien Determinasi**

Menurut Sugiyono (2017: 231) koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan ukuran untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Untuk melakukan perhitungan koefisien determinasi, dilakukan dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics* versi 24.