

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek dan Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pelanggan empat minimarket Indomaret *Hybrid* di Kota Semarang yang melakukan pembelian impulsif. Peneliti mengambil lokasi penelitian pada empat minimarket Indomaret *Hybrid* di Kota Semarang yaitu:

1. Indomaret Pamularsih, Jalan Raya Pamularsih 32, Barusari, Semarang Barat, Kota Semarang Jawa Tengah.
2. Indomaret Ngesrep 1, Jalan Ngesrep Timur V No.6, Sumurboto, Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah.
3. Indomaret Sultan Agung, Jalan Sultan Agung No. 96, Candisari, Kota Semarang, Jawa Tengah.
4. Indomaret Pandanaran, Jalan Pandanaran, Randusari, Semarang Selatan, Kota Semarang, Jawa Tengah.

#### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,

2010:115). Populasi dalam penelitian ini yakni para pengunjung yang sedang berbelanja pada Indomaret *Hybrid*.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010:116). Sampel ditentukan dengan metode Nonprobability sampling dengan teknik *purposive sampling* merupakan metode pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010:122). Adapun Kriteria responden yang diambil sebagai sampel adalah pelanggan yang berbelanja Indomaret *Hybrid* yang tidak merencanakan dari awal keputusan belanjanya atau terpengaruh oleh promosi penjualan dan suasana toko yang ada, sebelum ditetapkan sebagai sampel peneliti akan mengamati terlebih dahulu apakah responden melakukan pembelian impulsif karena di pengaruhi beberapa faktor diatas. Dari kelompok masyarakat yang menjadi pelanggan, profil pelanggan yang dipilih sebagai responden adalah masyarakat yang berumur minimal 18 tahun.

Roscoe (1982:253) dalam (Sugiyono, 2010:129) memberikan saran tentang ukuran sampel yang layak dalam penelitian 30 sampai dengan 500. Peneliti mengambil sampel minimum sebanyak 30 responden untuk setiap lokasi penelitian, terdapat empat lokasi penelitian sehingga total responden adalah 120.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1 Jenis dan Sumber Data**

Data dalam penelitian ini berupa data primer yaitu data mentah diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan yang mewakili jumlah populasi yang ada dan waktu pengambilan sampel. Data tersebut diukur

untuk mengetahui respon dari responden mengenai pengaruh dari promosi penjualan seperti harga diskon, paket bonus, pajangan dalam toko dan susana toko terhadap perilaku pembelian impulsif pada konsumen empat minimarket Indomaret *Hybrid*. Sumber data dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian impulsif yang bersedia melakukan pengisian kuesioner yang telah diberikan.

### **3.3.2 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2010: 199). Kuesioner akan berisi peranyaan tertutup. Responden memberikan pendapatnya dengan memberi jawaban dengan cara memberi tanda tertentu pada alternatif jawaban yang telah disediakan.

Skala pengukuran instrumen adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini indikator-indikator diukur dengan menggunakan skala Likert yang mempunyai lima tingkat preferensi yang masing-masing memiliki skor antara 1 sampai 5 (Sugiyono, 2010:132) dengan ketentuan sebagai berikut: Skor 5 jika sangat setuju (SS), Skor 4 jika setuju (S), Skor 3 jika Netral (N), Skor 2 jika tidak setuju (TS), Skor 1 jika sangat tidak setuju (STS).

Analisis ini bertujuan untuk meninjau jawaban dari responden terhadap masing-masing pertanyaan yang menjadi instrumen penelitian ini. Dalam hal ini

dikemukakan mengenai deskripsi jawaban responden terhadap variabel-variabel yang diteliti, sehingga akan dapat diketahui intensitas kondisi masing-masing variabel.

Untuk mengetahui frekuensi intensitas kondisi masing-masing variabel dapat diketahui dengan perkalian antara skor tertinggi dalam setiap variabel dengan jumlah item pertanyaan yang ada setiap variabel yang kemudian dibagi dengan 5 yaitu sangat baik, baik, sedang, tidak baik dan sangat tidak baik.

$$RS = \frac{m - n}{k} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Keterangan :

- RS = rentang skala
- m = skor maksimal
- n = skor minimal
- k = jumlah kategori

Kategori jawaban responden dapat dijelaskan sebagai berikut

- 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju
- 1,81 – 2,60 = Tidak Setuju
- 2,61 – 3,40 = Netral
- 3,41 – 4,20 = Setuju
- 4,21 – 5,00 = Sangat Setuju

Berdasarkan kategori tersebut selanjutnya dapat digunakan untuk menentukan jumlah responden yang memiliki kategori-kategori tersebut.

### 3.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.3.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu hasil penelitian. Suatu hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antar data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2010:172). Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 19.0 for windows*.

Alat mengukur validitas adalah dengan melihat hasil uji pada tabel *Item - Total Statistics* bagian *Corrected Item - Total Correlation*, tingkat Validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel.

Suatu indikator dikatakan valid, apabila  $n = 120$  dan  $\alpha = 0,05$ . Maka  $r$  tabel = 0,178 dengan ketentuan (Ghozali, 2011):

- a. Hasil  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,178) = valid
- b. Hasil  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (0,178) = tidak valid

Berdasarkan Tabel 3.1 diketahui bahwa diketahui variabel suasana toko indikator 4 item pertanyaan tidak valid. Hal tersebut terjadi karena tidak memenuhi kriteria  $r$  hitung  $>$  dari  $t$  tabel, sehingga dilakukan pengujian ulang.

**Tabel 3.1**  
**Hasil Pengujian Validitas 1**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator Variabel</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Potongan Harga	Indikator 1	0,529	0,178	Valid
	Indikator 2	0,484	0,178	Valid
	Indikator 3	0,462	0,178	Valid
	Indikator 4	0,357	0,178	Valid
Paket Bonus	Indikator 1	0,599	0,178	Valid
	Indikator 2	0,641	0,178	Valid
	Indikator 3	0,452	0,178	Valid
Pajangan Dalam Toko	Indikator 1	0,503	0,178	Valid
	Indikator 2	0,528	0,178	Valid
	Indikator 3	0,346	0,178	Valid
	Indikator 4	0,349	0,178	Valid
Suasana Toko	Indikator 1	0,362	0,178	Valid
	Indikator 2	0,549	0,178	Valid
	Indikator 3	0,434	0,178	Valid
	Indikator 4	0,176	0,178	Tidak Valid
Pembelian Impulsif	Indikator 1	0,433	0,178	Valid
	Indikator 2	0,500	0,178	Valid
	Indikator 3	0,325	0,178	Valid
	Indikator 4	0,395	0,178	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

**Tabel 3.2**  
**Hasil Pengujian Validitas 2**

Variabel	Indikator Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Potongan Harga	Indikator 1	0,529	0,178	Valid
	Indikator 2	0,484	0,178	Valid
	Indikator 3	0,462	0,178	Valid
	Indikator 4	0,357	0,178	Valid
Paket Bonus	Indikator 1	0,599	0,178	Valid
	Indikator 2	0,641	0,178	Valid
	Indikator 3	0,452	0,178	Valid
Pajangan Dalam Toko	Indikator 1	0,503	0,178	Valid
	Indikator 2	0,528	0,178	Valid
	Indikator 3	0,346	0,178	Valid
	Indikator 4	0,349	0,178	Valid
Suasana Toko	Indikator 1	0,492	0,178	Valid
	Indikator 2	0,529	0,178	Valid
	Indikator 3	0,417	0,178	Valid
	Indikator 4	-	-	
Pembelian Impulsif	Indikator 1	0,433	0,178	Valid
	Indikator 2	0,500	0,178	Valid
	Indikator 3	0,325	0,178	Valid
	Indikator 4	0,395	0,178	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan Tabel 3.2 diketahui bahwa semua indikator dinyatakan valid setelah dilakukan pengujian ulang pada indikator variabel suasana toko, pengujian ulang juga meningkatkan nilai *Alpha Cronbach* dimana pada pengujian pertama nilai *Cronbach's Alpha* dibawah 0,60 atau dapat dilihat pada tabel *Item–Total Statistics* pada bagian *Cronbach's Alpha if item Deleted* (Ghozali, 2011).

### 3.3.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel tersebut. Suatu indikator dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011: 47). Suatu instrument dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan sebenarnya. Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen sudah baik. Uji reliabilitas dengan menggunakan *SPSS19.0 for windows*, suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Sugiyono, 2010).

Alat mengukur reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*, suatu variabel dikatakan reliabel apabila :

- a. Hasil  $\alpha > 0.60$  = reliabel
- b. Hasil  $\alpha < 0.60$  = tidak reliabel

**Tabel 3.3**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas 1**

No	Variabel / Indikator	Alpha	Keterangan
1	Potongan harga	0,672	Reliabel
2	Paket Bonus	0,732	Reliabel
3	Pajangan dalam toko	0,647	Reliabel
4	Suasana toko	0,593	Tidak Reliabel
5	Pembelian impulsif	0,632	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

**Tabel 3.4**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas 2**

No	Variabel / Indikator	Alpha	Keterangan
1	Potongan harga	0,672	Reliabel
2	Paket Bonus	0,732	Reliabel
3	Pajangan dalam toko	0,647	Reliabel
4	Suasana toko	0,667	Reliabel
5	Pembelian impulsif	0,632	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel 3.3 menunjukkan hasil uji reliabilitas bahwa salah satu variabel yaitu suasana toko mempunyai *Cronbach Alpha* lebih kecil dari 0,60, *Cronbach Alpha* variabel suasana toko  $< 0,60$  dikarenakan pada pengujian pertama terdapat satu indikator variabel suasana toko yang tidak valid. Setelah dilakukan pengujian ulang didapatkan hasil nilai *Cronbach Alpha* naik sebesar 0,667 dapat dikatakan variabel suasana toko reliabel untuk dilakukan pengujian hipotesis.

Berdasarkan tabel 3.4 menunjukkan semua variabel dinyatakan reliabel setelah dilakukan penghilangan salah satu indikator suasana toko, sehingga kesemua variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ , dikatakan reliabel untuk dilakukan pengujian hipotesis.

### **3.4 Tehnik Analisi Data**

#### **3.4.1 Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah muncul

sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan untuk umum (Sugiyono, 2010:206).

Analisis profil konsumen berupa tabel yang berisi mengenai jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, status pernikahan, penghasilan perbulan, kepemilikan *official account* dan kepemilikan kartu berlangganan Indomaret. Kemudian akan analisis tabulasi silang (*Crosstabulation*) usia dengan jenis kelamin, pekerjaan dengan jenis kelamin, penghasilan perbulan dengan jenis kelamin.

Sedangkan untuk analisis perilaku pembelian impulsif berisi tabel jenis produk impulsif yang dibeli, tabulasi silang jenis kelamin dengan produk impulsif. Juga dilakukan tabulasi silang antara total skor potongan harga, paket bonus, pajangan dalam toko dan suasana toko dengan total skor pembelian impulsif.

Stastistik deskriptif yang terakhir akan disajikan data tentang hasil tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan kuesioner yang telah diberikan oleh peneliti beserta dengan analisis deskriptifnya.

#### **3.4.2 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik adalah pengujian asumsi-asumsi statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan untuk penelitian ini, pengujian asums klasik dimaksudkan untuk memastikan bahwa dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat autokorelasi, multikolineritas, heteroskendestisitas dan untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal (Ghozali, 2011:103). Tapi dalam

penelitian ini tidak menggunakan uji autokorelasi karena uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) sedangkan dalam penelitian ini hanya menggunakan data dalam satu waktu saja.

#### **3.4.2.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011:160). Jika variabel residual memiliki distribusi tidak normal, maka hasil uji akan bias. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*.

Cara mendeteksi kecenderungan distribusi data dengan cara ini dilakukan dengan melihat hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* yang dilakukan terhadap variabel independen dan dependen. Suatu data dikatakan memiliki distribusi normal jika memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$ .

#### **3.4.2.2 Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2011:105). Model regresi dikatakan baik jika variabel-variabel independennya tidak saling berkorelasi. Pengujian multikolinearitas terdapat data yang akan diuji dilakukan dengan menggunakan alat analisa korelasi. Deteksi ada tidaknya multikolinearitas yaitu:

- a. Nilai *R square* ( $R^2$ ) yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, tetapi secara individual tidak terikat.

- b. Menganalisis matrik variabel-variabel independen, jika antara variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi ( $> 0,09$ ) maka merupakan indikasi adanya multikolinieritas.
- c. Melihat tolerance dan *variance inflation factor* (VIF), suatu model regresi yang bebas dari masalah multikolinieritas apabila mempunyai nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF lebih dari 10 (Ghazali, 2011:107).

#### 3.4.2.3 Uji Heteroskedestisitas

Uji heteroskedestisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedestisitas dan jika berbeda disebut Heterokedestisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heterokedestisitas atau disebut Homokedestisitas. Cara mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedestisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara lain prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZEPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di-*studentized*. (Ghazali, 2011:139).

Dasar analisis:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedestisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedestisitas.

### 3.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

### 3.4.4 Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan variabel terikat, apabila dua atau lebih variabel bebas sebagai faktor prediktor dimanipulasi (Sugiyono, 2010:277). Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (potongan harga, paket bonus, pajangan dalam toko dan suasana toko) terhadap variabel dependen (pembelian impulsif) (Ghozali, 2011:95).

Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Dimana :

**Y** = Pembelian Impulsif

**A** = Konstanta Regresi

**$\beta$  1-4** = Koefisien Regresi

**X1-4** = Potongan harga, Paket bonus, Pajangan dalam toko dan Suasana toko

**e** = Variasi Pengganggu (error)

#### 3.4.4.1 Uji signifikansi Parameter Individual (Uji t Parsial)

Uji statistic t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh atu variabel penjelas (independen) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011:98). Hasil uji secara parsial (uji t) dapat di lihat pada tabel coefficients pada kolom sig (significance).

Hipotesis:

1) H01:  $\beta_1 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif potongan harga terhadap pembelian impulsif.

Ha1:  $\beta_1 \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh positif potongan harga terhadap pembelian impulsif.

2) H02:  $\beta_2 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif paket bonus terhadap pembelian impulsif.

Ha2:  $\beta_2 \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh positif paket bonus terhadap pembelian impulsif.

3) H03:  $\beta_3 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif pajangan dalam toko terhadap pembelian impulsif.

Ha3:  $\beta_3 \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh positif pajangan dalam toko terhadap pembelian impulsif.

4) H03:  $\beta_3 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif suasana toko terhadap pembelian impulsif.

Ha4:  $\beta_4 \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh positif suasana toko terhadap pembelian impulsif.

Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

Dengan membandingkan t hitung dengan tabel.

- a. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, dan  $H_a$  diterima,  $\alpha = 5\%$  atau signifikansi  $t \text{ hitung} \geq \alpha 0,05$ .
- b. Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima, dan  $H_a$  ditolak,  $\alpha = 5\%$  atau signifikansi  $t \text{ hitung} \geq \alpha 0,05$

#### 3.4.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas (potongan harga, paket bonus, pajangan dalam toko dan suasana toko) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (pembelian impulsif) (Ghozali, 2011:98).

Hipotesis:

- 1)  $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 = 0$  artinya adalah potongan harga, paket bonus, pajangan dalam toko dan suasana toko secara simultan tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif.
- 2)  $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \geq 0$  artinya adalah potongan harga, paket bonus, pajangan dalam toko dan suasana toko secara simultan berpengaruh terhadap pembelian impulsif.

Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

Dengan membandingkan  $t \text{ hitung}$  dengan tabel.

- a. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, dan  $H_a$  diterima,  $\alpha = 5\%$  atau signifikansi  $t \text{ hitung} \geq \alpha 0,05$ .
- b. Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima, dan  $H_a$  ditolak,  $\alpha = 5\%$  atau signifikansi  $t \text{ hitung} \geq \alpha 0,05$ .

### 3.4.4.3 Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dinyatakan dalam prosentase yang nilainya berkisar antara  $0 < R^2 < 1$ . Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghazali, 2011:97).

