

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu atribut dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015). Objek dari penelitian ini adalah Mirota Kampus cabang Godean Yogyakarta. Subjek penelitian adalah tempat dimana data untuk variabel peneliti diperoleh (Arikunto, 2010). Subjek pada penelitian ini adalah konsumen Mirota Kampus cabang Godean Yogyakarta.

B. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diambil dari pihak pertama, karena peneliti mendapatkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden (Sugiyono, 2015). Data primer diperoleh dari hasil pengisian kuisisioner yang dilakukan peneliti kepada konsumen Mirota Kampus cabang Godean Yogyakarta.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2015) *purposive sampling* adalah metode penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria yang diambil dari sampel adalah konsumen Mirota Kampus cabang Godean Yogyakarta pernah melakukan pembelian tanpa direncanakan.

Jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 115 responden. Jumlah tersebut didapat dari teknik ukuran sampel yang dijelaskan oleh Ferdinand (2006) yakni ukuran sampel penelitian menggunakan rasio 5 sampai 10 kali jumlah rasio indikator. Jumlah indikator pada penelitian ini sebanyak 23 indikator, maka jika rasio dikalikan 5 jumlah indikator akan diperoleh $5 \times 23 = 115$ responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2015) adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei menggunakan kuesioner. Penelitian dilakukan dengan metode survei dengan memberikan kuesioner kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali di Mirota Kampus cabang Godean Yogyakarta. Dengan mengajukan sejumlah daftar pertanyaan seputar topik penelitian dan secara langsung diberikan kepada responden dengan kriteria yang telah ditetapkan.

Pengambilan data peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data, dan skala yang digunakan adalah skala *likert* 5 poin dengan kriteria sebagai berikut :

- 5 : SS (Sangat Setuju)
- 4 : S (Setuju)
- 3 : N (Netral)
- 2 : TS (Tidak Setuju)

1 : STS (Sangat Tidak Setuju)

Menurut Sekaran (2006), skala *Likert* didesain untuk menguji sampai sejauh mana tingkat kekuatan responden dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju terhadap pernyataan tersebut dalam lima skala. Skala jawaban antara 1-5 adalah dengan interpretasi yakni, 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), 5 (sangat setuju).

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 2007). Sedangkan menurut Sugiyono (2015) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan di tarik kesimpulannya. Ada dua jenis variabel dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independen

Biasa juga disebut variabel stimulus karena variabel ini mempengaruhi variabel dependen baik secara positif maupun negatif. Variabel independen biasanya dilambangkan dengan huruf X. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Suasana Toko (X1), Promosi (X2), Pelayanan Pramuniaga (X3).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen juga biasa di sebut variabel terikat. Variabel dependen biasanya dilambangkan dengan huruf Y. Variabel dalam penelitian ini adalah Pembelian Impulsif (Y).

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Suasana Toko (X1)	Suasana toko yang baik akan menarik keinginan konsumen untuk mengetahui lebih dalam segala sesuatu yang ditawarkan oleh toko tersebut. Suasana toko dapat dibangun melalui pencahayaan, temperatur, musik, warna ruangan, layout, aroma, pengelompokan produk, penataan <i>display</i> produk yang baik untuk menarik pelanggan, karena hal tersebut dapat membantu konsumen dalam melakukan pembelian (Utami, 2008).	1. Pencahayaan 2. Musik 3. Sistem pengaturan udara 4. Warna ruangan 5. Layout 6. Aroma 7. Pengelompokan produk 8. Penataan <i>display</i> produk (Utami, 2008)
Promosi (X2)	Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya yang membujuk sasaran konsumennya agar membeli produknya (Kotler dan Keller, 2012).	1. Memberikan informasi akan produk baru 2. Member card 3. Informasi dari mulut ke mulut 4. Diskon 5. Potongan harga

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
		(Utami, 2008)
Pelayanan Pramuniaga (X3)	Kualitas pelayanan terdiri dari seluruh elemen pemberian layanan, baik berwujud maupun tidak berwujud, yang menciptakan nilai tersendiri bagi pelanggan (Lovelock, 2010).	1. Kerapian 2. Keandalan 3. Kesigapan/tanggap 4. Jaminan atau kepastian 5. Empati (Kotler dan Keller, 2012)
Pembelian Impulsif (Y)	Suatu tindakan pembelian yang dibuat tanpa direncanakan sebelumnya atau keputusan pembelian dilakukan pada saat konsumen berada didalam toko (Utami, 2008).	1. Spontanitas pembelian 2. Pembelian tanpa berpikir akibat 3. Pembelian dipengaruhi keadaan emosional 4. Pembelian tanpa direncanakan 5. Pembelian dipengaruhi penawaran menarik (Utami, 2008 dan Yistiani dkk, 2012)

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid apabila kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur/diuji oleh kuesioner tersebut. Pengukuran validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Pearson Corellation* yaitu dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor (Ghozali, 2011). Untuk menguji apakah

instrumen yang digunakan sah atau tidak dengan *Pearson Corellation* yakni dengan mengkorelasikan masing-masing nilai pada butir-butir pertanyaan dengan nilai total dari butir pertanyaan tersebut. Selanjutnya koefisien korelasi yang diperoleh r masih harus diuji signifikansinya dengan membandingkannya dengan tabel r . Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai $p < 0,05$. Menurut Sugiyono (2015) bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurannya. Reliabilitas berhubungan dengan akurasi (*accurtely*) dari pengukurannya. Suatu pengukuran dikatakan reliabel (dapat diandalkan) jika dapat dipercaya (Hartono, 2014). Pada pengujian reliabilitas ini, peneliti menggunakan metode statistik *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan sebesar $> 0,60$ dimana jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel $> 0,60$ maka butir pertanyaan yang diajukan dalam pengukuran instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang memadai dan sebaliknya. Apabila nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel $< 0,60$ maka reliabilitasnya kurang memadai (Sekaran, 2006).

G. Uji Analisis Data dan Hipotesis

1. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda (*multiple regression test*). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh dua independent variable (X) atau lebih terhadap dependent variable (Y) (Rahmwati, A dkk, 2012). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yakni atmosfer toko (X1), promosi (X2), pelayanan pramuniaga (X3) terhadap variabel terikat yakni pembelian impulsif (Y), dengan model regresi sebagai berikut:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y	:	Pembelian Impulsif
X1	:	Suasana Toko
X2	:	Promosi
X3	:	Pelayanan Pramuniaga
b1, b2, b3	:	koefisien regresi
e	:	kesalahan pengganggu (error)

2. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji signifikansi simultan (Uji F). Menurut Ghozali (2011) uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara

bersama-sama terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan beragam, tergantung pada keinginan peneliti itu sendiri, yaitu 0,01 (1%); 0,05 (5%) dan 0,10 (10%). Hasil pada uji F dapat dilihat dalam tabel ANOVA pada kolom sig. Sebagai contoh, apabila menggunakan nilai taraf signifikansi sebesar 5% (0,05) dan jika nilai probabilitas tersebut sebesar $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji hipotesis yang digunakan selanjutnya adalah uji signifikansi parsial (uji t). Menurut Ghozali (2011) uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam uji t, terdapat 2 kriteria hasil analisis, yakni:

1) Signifikan

Sebagai contoh, apabila taraf signifikansi yang digunakan sebesar 5% sedangkan nilai $p < \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel independen dan dependen.

2) Tidak signifikan

Sebagai contoh, apabila taraf signifikansi yang digunakan sebesar 5% sedangkan nilai $p > \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh

secara parsial antara variabel independen dan variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan rasio variabilitas nilai-nilai yang dibuat model dengan variabilitas data asli. R^2 juga diartikan sebagai proporsi variasi tanggapan yang diterangkan regresor (variabel bebas/X) dalam model (Rahmawati, A dkk 2017). Dalam penelitian ini regresor/variabel bebasnya adalah suasana toko, promosi dan pelayanan pramuniaga. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (Rahmawati A dkk 2017). Jika $R^2 = 1$ akan mempunyai arti bahwa model yang sesuai menerangkan semua variabilitas dalam variabel Y, sedangkan jika $R^2 = 0$ maka tidak ada hubungan antara regresor (X) dengan variabel Y. Sebagai contoh, misal $R^2 = 0,8$ mempunyai arti bahwa sebesar 80% variasi dari variabel Y (variabel tergantung/*response*) dapat diterangkan dengan variabel X (variabel bebas/*explanatory*); sedang sisanya 0,2 dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak diketahui atau variabilitas yang inheren (Rahmawati A dkk 2017). Hasil olahan data menggunakan bantuan program *SPSS for windows release 22.0*.