

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Riset ini dikategorikan sebagai riset kuantitatif, riset kuantitatif merupakan riset yang mengikutsertakan pengukuran level sebuah karakteristik khusus. Riset ini meliputi segala macam riset yang didasarkan pada rekapitulasi persentase, perhitungan statistik dan rata-rata kuadrat (Sekaran, 2014). Bila dilihat dari tehnik mendapatkannya, data yang dipergunakan pada riset ini yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya (Sekaran, 2014). Riset ini memakai data yang didapatkan dari responden riset yang merupakan konsumen Transmart Carrefour Maguwo Yogyakarta.

B. Responden dan Objek Penelitian

Populasi merujuk terhadap semua orang, peristiwa, atau perihal yang berhubungan dengan keinginan yang hendak dilaksanakan pada riset (Sekaran, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di Yogyakarta. Responden adalah satu anggota dari sampel, sebagaimana elemen adalah satu anggota dari populasi (Sekaran, 2014). Responden penelitian ini adalah masyarakat Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian tidak terencana di Transmart Carrefour Maguwo Yogyakarta. Menurut studi pendahuluan, penelitian ini dilakukan di dalam area ritel modern yang berada di Yogyakarta, yaitu Transmart Carrefour Maguwo Yogyakarta. Alasan pemilihan tempat ini karena tempat tersebut paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Yogyakarta.

C. Metode Penentuan Sampel

Sampel berasal dari populasi yang ditentukan khusus (Sekaran, 2014). Riset yang dilakukan memakai tehnik *non-probabilty sampling* dengan memakai *purposive sampling*, ini

bermaksud bahwa penulis membatasi sendiri sampel yang hendak dipilih disebabkan beberapa pertimbangan khusus.

Berlandaskan teknik determinasi tersebut, sehingga ciri-ciri penentuan sampel pada riset ini yaitu:

1. Minimal usia responden yaitu 17 tahun.
2. Responden Pernah berbelanja secara impulsif setidaknya sekali yang dipicu oleh promosi penjualan di Transmart Carrefour Maguwo Yogyakarta.

Keputusan pilihan sampel merujuk pada Hair *et al.*, (2010) yang menjadi rujukan pemilihan kuantitas sampel yaitu berkisar 100-200 responden. Oleh karena dasar sumber tersebut, peneliti menggunakan sampel yang berjumlah 160 sampel.

D. Metode Pengumpulan Data

Riset ini dikategorikan sebagai riset kausal yang merupakan riset pembuktian korelasi sebab akibat antara variabel penelitian. Macam riset ini memakai survei hubungan sebab akibat. Alat yang dipakai yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan serangkaian pernyataan atau pertanyaan tertulis yang sudah diformulasikan dan nantinya diisi atau dijawab oleh sampel terpilih. Pada umumnya pilihan yang diartikan dengan jelas (Sekaran, 2014). Kuesioner disebarkan di kota Yogyakarta.

E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Pengertian operasional bermaksud agar menghilangkan kesalah pahaman dan disimilaritas arti yang berhubungan dengan variabel pada riset (Sekaran, 2014). Penggunaan variabel eksogen, variabel endogen dan variabel *intervening*.

1. Variabel Eksogen

Variabel eksogen adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, dapat mempengaruhi secara positif atau negatif (Sekaran, 2014). Dalam penelitian ini yang termasuk dalam variabel bebas adalah sebagai berikut:

- a. suasana toko merupakan suasana yang ditimbulkan oleh sebuah toko. Variabel suasana toko memiliki lima indikator sebagai tolak ukur yang mana indikator ini merujuk pada riset Graa *et al.*, (2014).
- b. Promosi penjualan merupakan rentetan aktivitas dan usaha yang dilaksanakan oleh toko atau perusahaan demi menambah laba dengan cara memasarkan penawaran yang menarik agar mampu menciptakan sikap positif pada suatu barang. Variabel promosi penjualan dapat terukur melalui lima indikator Kotler dan Keller (2016).

2. Variabel mediasi

Variabel mediasi merupakan variabel yang berada diantara variabel eksogen dan variabel endogen, ini menyebabkan variabel endogen tidak langsung berdampak pada variabel eksogen. Variabel *intervening* yaitu variabel yang menyatakan antara waktu variabel endogen mulai memberikan dampak pada variabel eksogen dan durasi dampak variabel endogen terasa terhadap variabel eksogen (Sekaran, 2014). Pada riset ini emosi positif adalah variabel *intervening*.

Emosi positif yaitu Perasaan senang yang dirasakan oleh konsumen dan mampu memotivasi konsumen dalam spontanitas pengambilan keputusan berbelanja sebuah barang di Transmart Carrefour Maguwo Yogyakarta. Emosi positif bisa terukur menggunakan lima indikator yang diacu dari Mehrabian dan Russel (1974) dan Gogoi (2017).

3. Variabel endogen

Variabel endogen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Sekaran, 2014). Penelitian ini yang termasuk variabel terikat adalah pembelian tidak

terencana. Pembelian tidak terencana adalah keputusan pembelian yang dilakukan secara spontan dan tidak direncanakan sebelumnya di Transmart Carrefour Maguwo Yogyakarta. Variabel pembelian tidak terencana dapat diukur dengan menggunakan lima indikator yang dirujuk dari Sari (2014).

Seluruh variabel pada riset ini memakai skala *Likert* dalam upaya mengelompokkan variabel yang nantinya diukur dalam riset. Skala *Likert* dirancang demi mengevaluasi tingkat kesetujuan atau ketidak setujuan sampel terpilih dalam skala 5 titik (Sekaran, 2014). Skala *Likert* bisa dipakai dalam pengukuran sikap, persepsi perihal fenomena yang berlaku di masyarakat. Rangkuman deskripsi operasional serta pengukuran variabel yang dipakai pada riset ini ada di Tabel 3.1:

Tabel 3.1.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Suasana Toko (X1)	Suasana yang ditimbulkan oleh toko (Kotler & Keller, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemandangan toko yang menarik 2. Musik yang diputar menambah kenyamanan berbelanja 3. Aroma toko menimbulkan gairah berbelanja 4. Pengaturan lampu dan tata ruang toko menarik.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
		Graa et, al. (2014)
Promosi Penjualan (X2)	Dorongan singkat yang diciptakan oleh perusahaan demi menstimulasi keinginan konsumen agar melakukan pembelian suatu produk (Kotler & Keller, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Toko sering memberikan potongan harga. 2. Toko sering memberikan kupon dan <i>voucher</i> belanja. 3. Promosi yang dilakukan menarik. 4. Toko sering memberikan program <i>buy one get one free</i>. 5. Program bagi konsumen yang sering berbelanja dapat menguntungkan konsumen. <p>Kotler dan Keller (2016)</p>
Emosi Positif (Z)	Perasaan nyaman dan senang yang dirasakan oleh konsumen (Park <i>et al</i> , 2006)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen merasa senang saat berbelanja. 2. Konsumen sangat bersemangat saat berbelanja. 3. Konsumen merasa bahagia saat berbelanja. 4. Konsumen merasa nyaman saat berbelanja. 5. Konsumen merasa ingin

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
		tahu. Model Mehrabian dan Russel (1974), Gogoi (2017)
Pembelian Tidak Terencana (Y)	Pembelian secara spontan tanpa melalui pertimbangan yang rumit dan panjang (Graa <i>et al</i> , 2014)	1. Konsumen sering berbelanja tanpa ada rencana sebelumnya. 2. Konsumen sering berbelanja secara spontan. 3. Konsumen cenderung membeli produk lain diluar. 4. Konsumen membeli produk yang tidak dibutuhkan. 5. Konsumen mengabaikan konsekuensi dari pembelian. Sari (2014)

Tabel 3.1 menyatakan intisari deskripsi opearsonal dan pengukuran variabel yang dipakai pada riset ini. Riset ini mempunya variabel bebas suasana toko dan promosi penjualan, emosi positif sebagai variabel *intervening*, dan pembelian tidak terencana sebagai variabel terikat.

F. Pengujian Kualitas Instrumen

Alat riset yang baik hendaknya memiliki validitas dan reliabilitas sebagai ketentuan krusial. Validitas dipakai untuk mengevaluasi tingkat baik sebuah alat yang digunakan untuk mengukur, disisi lain reliabilitas merupakan lata yang dipakai untuk mengevaluasi tingkat konsistensi instumen (Sekaran, 2014).

1. Uji validitas

Uji validitas memastikan pengukuran memasukkan soal-soal pertanyaan yang layakserta mewakili pada gejala yang hendak diukur (Sekaran, 2014). Jenis validitas pada riset ini adalah validitas konstruk. Alat dikategorikan valid jika mempunyai nilai *factor loading* $\geq 0,50$ (Hair, et al., 2010).

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sebuah instrumen dalam rangka mengukur sebuah kuesioner yang merupakan adalah suatu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan parameter dari sebuah konstruk (Sekaran, 2014). Sebuah instrumen bisa dinyatakanhandal apabila jika hasil yang didapatkancenderung stabil. Standar alat pengujian dinyatakan reliabel yaitu $\geq 0,60$ pada *cut off value* dari *Contruct Relabilty (CR)* untuk melihat data reliabel atau tidak (Hair, et al., 2010).

G. Metode Analisis Data

Structural Equation Modeling (SEM)

Penggunaan analisis data pada riset ini yaitu berupa SEM (*Structural Equation Modeling*), yang aplikasikan dengan program IBM SPSS AMOS 21. Strategi analisis data memakai proses pemodelan dan analisis persamaan struktural yang mempunyai 7 langkah Ghozali, et al.,(2010) yang tertera dibawah ini:

1. Langkah 1: Improvisasi Model Bersumberkan Teori

Proses awal dalam model SEM adalah improvisasi model riset yang bersumberkan pada rancangan telaah data yang memiliki legitimasi. Korelasi antara variabel terhadap model yaitu berasal dari teori. Model umumnya ada tiga yaitu variabel eksogen, variabel endogen dan variabel *intervening*.

2. Langkah 2 dan 3: Mendesain Diagram Jalur dan Persamaan Struktural

Proses nomor dua yaitu mendesain korelasi sebab akibat melalui diagram jalur serta menata persamaan struktural. Terdapat dua hal yang harus dilaksanakan adalah menata model struktural melalui metode mengkorelasikan antara konstruk laten antara variabel bebas dan variabel terikat menata *Measurement model* yaitu mengkorelasikan konstruk laten variabel bebas atau variabel terikat pada variabel indikator. Proses nomor tiga yaitu mentransformasikan diagram jalur ke dalam persamaan, baik persamaan struktural maupun persamaan model pengukuran.

3. Langkah 4: Pemilihan variasi *Input Matrik* dan Estimasi Model yang Dianjurkan

Dalam proses ini, SEM memakai data input saja yang berupa kovarian atau matrik korelasi. Data untuk observasi dapat dimasukkan dalam AMOS, tetapi program AMOS akan merubah dahulu data mentah menjadi matrik kovarian atau matrik korelasi. Teknik estimasi dilakukan dengan dua jenis, yaitu *Estimate Measurement Model* digunakan untuk menguji *undimensionalitas* dari konstruk-konstruk eksogen dan endogen dengan menggunakan teknik *Confirmatory Factor Analysis* dan tahap estimasi *Structural Equation Model* dilakukan melalui *full model* untuk melihat kesesuaian model dan hubungan kausalitas yang dibangun dalam model ini. Jenis yang kedua yaitu *Maximum Likelihood Estimate* (MLE), estimasi model tersebut menggunakan sampel minimal 100-

200 untuk hasil *goodness-of-fit* yang baik. *Maximum Likelihood Estimate* (ML) dapat dipenuhi dengan asumsi sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel besar
- b. Normalitas data.
- c. *Outliers*.

4. Langkah 5: Menilai Identifikasi Model Struktural

Langkah kelima adalah mengidentifikasi model dan melihat hasil identifikasi yang tidak logis (*meaningless*) atau tidak. Jika terdapat *meaningless*, maka model penelitian terdapat masalah (*problem*) identifikasi, masalah identifikasi adalah ketidakmampuan *proposed* model menghasilkan *unique estimate*. Beberapa cara untuk melihat ada tidaknya masalah identifikasi, salah satunya adalah dengan melihat hasil estimasi. Analisis SEM hanya dapat dilakukan apabila hasil identifikasi model menunjukkan bahwa model termasuk dalam kategori *over-identified*. Identifikasi ini dilakukan dengan melihat nilai *degrees of freedom*.

5. Langkah 6: Menilai Kriteria *Goodness-of-Fit*

Pada langkah ini dilakukan evaluasi terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap berbagai kriteria *Goodness-of-Fit*, urutannya adalah:

Beberapa indeks kesesuaian dan *cut-off* untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak adalah:

- a. *Likelihood Ratio Chi square statistic* (χ^2)

Ukuran fundamental dari *overall fit* adalah *likelihood ratio chi square* (χ^2).

Nilai *chi square* yang tinggi relatif terhadap *degree of freedom* menunjukkan bahwa matrik kovarian atau korelasi yang diobservasi dengan yang diprediksi berbeda secara nyata ini menghasilkan probabilitas (p) lebih kecil dari tingkat signifikansi (q). Sebaliknya nilai *chi square* yang kecil akan menghasilkan nilai probabilitas (p) yang

lebih besar dari tingkat signifikansi (α) dan ini menunjukkan bahwa *input* matrik kovarian antara prediksi dengan observasi sesungguhnya tidak berbeda secara signifikan. Dalam hal ini peneliti harus mencari nilai *chi square* yang tidak signifikan karena mengharapkan bahwa model yang diusulkan cocok atau *fit* dengan data observasi. Program IBM SPSS AMOS akan memberikan nilai *chi square* dengan perintah `\cmin` dan nilai probabilitas dengan perintah `\p` serta besarnya *degree of freedom* dengan perintah `\df`. *Significaned Probability*: untuk menguji tingkat signifikan model.

b. *The Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

RMSEA merupakan suatu indeks yang digunakan untuk mengkompensasi *chi-square* dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA antara 0,05 sampai 0,08 merupakan ukuran yang dapat diterima. Hasil uji empiris RMSEA cocok untuk menguji model strategi dengan jumlah sampel besar. Program AMOS akan memberikan RMSEA dengan perintah `\rmsea`.

c. *Goodness of Fit Index (GFI)*

GFI merupakan ukuran *non-statistical* yang mempunyai rentang nilai antara 0 sampai dengan 1. Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah “*better fit*”. Nilai GFI tinggi menunjukkan fit yang lebih baik dan berapa nilai GFI yang dapat diterima sebagai nilai yang layak belum ada standarnya, tetapi banyak peneliti menganjurkan nilai-nilai diatas 90% sebagai ukuran *Good Fit*. Program AMOS akan memberikan nilai GFI dengan perintah `\gfi`.

d. *Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)*

AGFI merupakan pengembangan dari GFI yang disesuaikan dengan *ratio degree of freedom* untuk *proposed model* dengan *degree of freedom* untuk *null*

model. Nilai yang direkomendasikan adalah sama atau $\geq 0,90$. Program AMOS akan memberikan nilai AGFI dengan perintah `\agfi`.

e. Nilai *chi square* dibagi dengan *degree of freedom* (CMIN/DF)

CMIN/DF merupakan *statistic chisquare* X^2 dibagi *degree of freedom* sehingga disebut *X2 relative*. Byrne (2001) mengusulkan nilai *ratio* ini $\leq 2,00$ merupakan ukuran *Fit*. Program AMOS akan memberikan nilai CMIN/DF dengan perintah `\cmindf`.

f. *Tucker Lewis Index* (TLI)

TLI merupakan *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *baseline model*. Ukuran ini menggabungkan ukuran *persimary* kedalam indek komposisi antara *proposed model* dan *null model* dan nilai TLI berkisar dari 0 sampai 1,0. Nilai TLI yang direkomendasikan adalah sama atau $\geq 0,90$. Program AMOS akan memberikan nilai TLI dengan perintah `\tli`.

g. *Comparative Fit Index* (CFI)

Comparative Fit Index (CFI) besar indeks tidak dipengaruhi ukuran sampel karena sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan model. Indeks sangat dianjurkan, begitu pula TLI, karena indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi kerumitan model nilai CFI yang berkisar antara 0-1. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan tingkat kesesuaian yang lebih baik.

h. *Measurement Model Fit*.

Setelah keseluruhan *model fit* dievaluasi, maka langkah berikutnya adalah pengukuran setiap konstruk untuk menilai uni dimensionalitas dan reliabilitas dari konstruk. *Uni dimensiolitas* adalah asumsi yang melandasi perhitungan realibilitas

dan ditunjukkan ketika indikator suatu konstruk memiliki *acceptable fit* satu *single factor (one dimensional) model*. Penggunaan ukuran *Cronbach Alpha* tidak menjamin *uni dimensionalitas* tetapi mengasumsikan adanya *uni dimensiolitas*. Peneliti harus melakukan uji *dimensionalitas* untuk semua *multiple* indikator konstruk sebelum menilai reliabilitasnya. Pendekatan untuk menilai *measurement model* adalah untuk mengukur *composite reliability* dan *variance extracted* untuk setiap konstruk. Reliabilitas adalah ukuran *internal consistency indicator* suatu konstruk. *Internal reliability* yang tinggi memberikan keyakinan bahwa indikator individu semua konsisten dengan pengukurannya. Tingkat reliabilitas $\geq 0,60$ dapat diterima untuk penelitian yang masih bersifat eksploratori. Reliabilitas tidak menjamin adanya validitas. Validitas adalah ukuran sampai sejauh mana suatu indikator secara akurat mengukur apa yang hendak ingin diukur. Ukuran reliabilitas yang lain adalah *variance extracted* sebagai pelengkap *variance extracted* $\geq 0,50$.

6. Langkah 7: Interpretasi dan Estimasi Hipotesis

Pada tahap selanjutnya model diinterpretasikan dan diestimasi. Setelah model diestimasi, residual kovariansnya haruslah kecil atau mendekati nol dan distribusi kovarians residual harus bersifat simetrik. Batas keamanan untuk jumlah residual yang dihasilkan oleh model adalah 1%. Nilai *residual value* yang lebih besar atau sama dengan 2,58 diinterpretasikan sebagai signifikan secara statis pada tingkat 1% dan residual yang signifikan ini menunjukkan adanya *prediction error* yang substansial untuk dipasang indikator.