

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara penulis langsung ke lapangan untuk memperoleh data dan informasi yang berkenaan dengan permasalahan yang akan diteliti (Supardi, 2005, hal. 34).

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan variabel citra toko, potongan harga, pajangan produk, motivasi belanja. Pendekatan penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sitoyo, 2015, hal. 27). Dalam penelitian kuantitatif, analisis data yang dilakukan secara kronologis setelah data selesai dikumpulkan semua dan biasanya diolah dan dianalisis dengan secara *computerized* berdasarkan metode analisis data yang telah ditetapkan dalam desain penelitian (Sitoyo, 2015, hal. 110).

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Livi Cosmetic Banjarmasin yang beralamat di Jl. Sultan Adam No. 04, Banjarmasin Utara, Telepon 08978715000, akun Instagram @livi.beautyhouse. Adapun pemilihan lokasi ini adalah karena Livi Cosmetic

memiliki kelengkapan produk yang dijual baik itu produk lokal maupun non lokal seperti *make-up*, *skincare*, dan lain-lain. Livi Cosmetic memiliki citra toko dan *marketing* yang cukup baik, sehingga masyarakat Banjarmasin banyak yang minat beli di Livi Cosmetic.

### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan sebagai informan, yang artinya orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi tempat penelitian (Moleong, 2010, hal. 132). Pada penelitian ini subjeknya ialah orang-orang yang berbelanja di Livi Cosmetic.

Objek penelitian merupakan sasaran dari penelitian, berupa orang, lembaga, perusahaan dan lain-lain. Objek dari penelitian ini adalah tanggapan responden mengenai variabel yang diteliti yaitu: citra toko, potongan harga, pajangan produk, dan motivasi belanja.

### **D. Populasi dan Sampel**

Menurut (Sugiyono, 2013, hal. 389) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan populasi masyarakat kota Banjarmasin yang pernah belanja di Livi Cosmetic dimana jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Oleh karena itu untuk penelitian ini dilakukan pengambilan sampel.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut (Yusuf, 2014, hal. 150). Metode yang digunakan peneliti adalah metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode *non probability sampling* merupakan teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sitoyo, 2015). *Purposive sampling* dilakukan untuk mengambil sampel dari populasi berdasarkan kriteria tertentu. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi, peneliti menggunakan rumus Lemeshow yang mana rumus tersebut menggunakan standar tingkat kesalahan 10%. Peneliti menggunakan tingkat kesalahan 10% dengan alasan untuk meminimalisir jumlah responden. Adapun syarat orang yang dapat dijadikan sumber data adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat kota Banjarmasin.
2. Perempuan usia 17-40 Tahun.
3. Konsumen pernah membeli di Livi Cosmetic Banjarmasin.

Rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{\alpha^2}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah Sampel

$z$  = Skor  $z$  pada kepercayaan 90% = 1,65

$p$  = Maksimal estimasi = 50%

$d$  = Alpha (0,1) = 10%

Melalui rumus diatas , maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{\alpha^2}$$

$$n = \frac{1,65^2 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{(2,7225) (0,25)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,680625}{0,01}$$

$$n = 68,0625$$

Berdasarkan rumus tersebut maka  $n$  yang didapatkan adalah  $68,0625 = 68$  orang, sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 68 orang.

## **E. Data dan Sumber Data**

### **1. Data**

#### **a. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang didapatkan dari Livi Cosmetic baik itu berupa data maupun informasi lainnya .

#### **b. Data Primer**

Data primer adalah data hasil jawaban responden tentang pengaruh dari variabel citra toko, potongan harga, pajangan produk dan motivasi belanja terhadap pembelian tidak terencana.

## **2. Sumber Data**

Sumber data adalah pencatatan sumber data melalui wawancara atau pengamatan merupakan hasil gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya (Moleong L. J., 2001, hal. 112).

### **a. Responden**

Responden adalah pihak-pihak yang dijadikan sampel dalam penelitian yaitu konsumen Livi Cosmetic Banjarmasin.

### **b. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah arsip-arsip yang memuat data-data atau informasi yang mendukung dalam penelitian ini.

## **F. Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Kuesioner**

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner ini ditujukan kepada konsumen Livi Cosmetic Banjarmasin.

### **2. Dokumentasi**

Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan arsip-arsip atau dokumen dari hasil penelitian di lapangan.

### G. Desain Pengukuran dan Instrumen Kuesioner

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun instrumen penelitian yang akan dijadikan pertanyaan dalam kuesioner. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013, hal. 132). Adapun pedoman untuk skor skala *Likert* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Cukup /Netral	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2013, hal. 132). Instrumen kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur tanggapan konsumen terhadap *impulse buying* di Livi Cosmetic Banjarmasin. Kuesioner pada penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yang mana responden hanya memberikan jawaban centang pada kolom yang sesuai dengan jawaban responden yang telah disediakan oleh peneliti. Adapun kisi-kisi instrumen kuesioner dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Indikator Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pemikiran</b>
<i>Store Atmosphere (X<sub>1</sub>)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Store Front</i></li> <li>2. <i>Marquee</i></li> <li>3. <i>Store Entrances</i></li> <li>4. <i>Parking</i></li> <li>5. <i>Color and Lighting</i></li> <li>6. <i>Personnal</i></li> <li>7. <i>Prices</i></li> <li>8. <i>Cash Register</i></li> <li>9. <i>Cleanliness</i></li> </ol>	Skala <i>Likert</i>
<i>Price Discount (X<sub>2</sub>)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan Pembelian</li> <li>2. Mengikat Konsumen</li> <li>3. Efektifitas Konsumen</li> <li>4. Hemat</li> </ol>	Kuantitas Skala <i>Likert</i>
<i>Display Product (X<sub>3</sub>)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah Dilihat</li> <li>2. Mudah Dijangkau</li> <li>3. Kerapihan Penataan Produk</li> <li>4. Terlihat Menarik</li> </ol>	Skala <i>Likert</i>
<i>Hedonic Shopping Motives (X<sub>4</sub>)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Adventure Shopping</i></li> <li>2. <i>Grafication Shopping</i></li> <li>3. <i>Idea Shopping</i></li> <li>4. <i>Role Shopping</i></li> <li>5. <i>Value Shopping</i></li> </ol>	Skala <i>Likert</i>
<i>Impulse Buying (Y)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian Dipengaruhi Penawaran Menarik</li> <li>2. Pembelian Tanpa Berpikir Akibat</li> <li>3. Pembelian Dengan Spontan</li> <li>4. Pembelian Yang Dipengaruhi Oleh Keadaan Emosi</li> </ol>	Skala <i>Likert</i>

## H. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara variabel *independen* (X) dengan variabel *dependen* (Y), analisis ini bertujuan untuk

mengetahui hubungan antara kedua variabel X dan Y apakah mempunyai pengaruh positif maupun negatif.

## 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### a. Uji Validitas Kuesioner

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Jadi, validitas adalah seberapa jauh alat dapat mengukur hal atau subjek yang ingin diukur (Sugiyono, 2012, hal. 195). Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan dalam daftar pertanyaan.

Kriteria pengujian jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,1 maka alat ukur tersebut valid. Begitu pula sebaliknya, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka alat ukur tersebut tidak valid. Peneliti dalam uji validitas menggunakan metode komputersasi SPSS 22.

### b. Uji Reabilitas Kuesioner

Reliabilitas adalah ketelitian dan ketepatan teknik pengukuran. Rumus reliabilitas ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan dalam penelitian. Untuk menguji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena data yang diukur berupa data dengan skala *Likert*.

Kriteria pengujian jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,1, maka alat ukur tersebut reliabel. Begitu pula sebaliknya, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka alat ukur tersebut tidak reliabel. Dalam uji reabilitas peneliti juga menggunakan SPSS 22.



## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi antara variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel *independen*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2013, hal. 105). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dilakukan dengan cara: melihat nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ), rasio t yang tidak signifikan dan koefisien korelasi antar variabel *independen*.

### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terjadi korelasi antar kesalahan pengganggu pada satu periode dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Untuk mendeteksinya dapat dilakukan uji Durbin-Watson (D-W). Penentuan pengambilan keputusan autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $D-W > dU$ , maka tidak ada autokorelasi
- 2) Jika  $D-W < dL$ , maka terjadi autokorelasi

3) Jika  $dL < D-W < dU$ , maka tidak dapat dideteksi

d. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2013, hal. 139) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran.

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut (Sugiyono, 2012, hal. 210) bahwa penerapan analisis sederhana merupakan analisis regresi linier digunakan peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya), jadi analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Regresi Linier Berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut (Sujarweni, 2015, hal. 160):

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

### Keterangan

$Y$  = Variabel *dependen* yaitu *impulse buying*

$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi  $X_1$

$b_2$  = Koefisien regresi  $X_2$

$b_3$  = Koefisien regresi  $X_3$

$b_4$  = Koefisien regresi  $X_4$

$X_1$  = Variabel *independen* yaitu citra toko

$X_2$  = Variabel *independen* yaitu potongan harga

$X_3$  = Variabel *independen* yaitu pajangan produk

$X_4$  = variabel *independen* yaitu motivasi belanja

$e$  = Erorterm

#### a. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Fungsi dari uji  $R^2$  yaitu untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Uji  $R^2$  dinyatakan dalam presentase yang nilainya berkisaran antara  $0 < R^2 < 1$ . Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut.

- 1) Jika nilai  $R^2$  mendekati 0 menunjukkan pengaruh yang semakin kecil.
- 2) Jika nilai  $R^2$  mendekati 1 menunjukkan pengaruh yang semakin kuat.

#### b. Uji simultan (Uji F)

Fungsi uji F yaitu untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimaksudkan dalam persamaan regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2012, hal. 34). Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut :

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan dk pembilang k dan dk penyebut n- k-1 dan  $\alpha = 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan jika sebaliknya maka  $H_0$  diterima.
- 2) Jika  $sig. < 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan jika sebaliknya maka  $H_0$  diterima.

c. Uji Hipotesis (Uji T)

Digunakan untuk menguji apakah pertanyaan hipotesis benar. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel terikat.

Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut (Sugiyono, 2012, hal. 34):

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan dk = n-2 dan  $\alpha = 0,1$ , maka  $H_0$  ditolak dan jika sebaliknya maka  $H_0$  diterima.
- 2) Jika  $sig. < 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan jika sebaliknya maka  $H_0$  diterima.