

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik dan benar, maka dibutuhkan metodologi penelitian yang jelas dan relevan dengan penelitian ini serta diperlukan suatu analisis data yang bisa digunakan serta dengan populasi dan sampel yang tepat, sehingga bisa menyelesaikan permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Maka dari itu, pada bab ini akan dijelaskan terkait tentang objek penelitian, metode penelitian, operasionalisasi variabel, populasi, sampel yang digunakan serta analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban dan solusi dari permasalahan yang terjadi. Objek dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2012, hlm. 59). Pada penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah keterlibatan fesyen dan emosi positif.

Selanjutnya variabel bebas (*independent*) tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat. Variabel terikat (*dependent*) disebut variabel *output*, variabel kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012, hlm. 59). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *impulse buying behavior*. Adapun yang dijadikan responden adalah anggota *Hijabers Community* Bandung.

1.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian

Terdapat metode penelitian serta desain penelitian yang telah dikaji dari berbagai sumber dan kemudian digunakan dalam penelitian ini. Metode dan

desain penelitian ini harus berkaitan erat, sehingga beberapa hal yang diperlukan dalam penelitian ini bisa tersusun rapi dan sesuai dengan tujuan dari penelitian ini.

3.2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif dan metode verifikatif. Hal ini dikarenakan sesuai tujuan dari penelitian ini, yakni untuk mendeskripsikan sesuatu, kondisi, dan peristiwa pada masa sekarang serta untuk meyelidiki suatu fakta-fakta ataupun gejala-gejala yang terjadi dalam suatu daerah tertentu. Maka dari itu, metode tersebut digunakan oleh penulis dalam penelitian ini.

Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari metode penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2011, hlm. 54). Melalui metode deskriptif ini, maka akan diperoleh penjelasan.

Metode penelitian verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran hipotesis yang dicocokkan melalui pengumpulan data di lapangan guna memprediksi dan menjelaskan hubungan variabel satu dengan yang lain (Arikunto, 2010). Melalui metode verifikatif ini, maka akan diuji mengenai seberapa besar pengaruh keterlibatan fesyen dan emosi positif terhadap *impulse buying behavior*.

3.2.2 Desain Penelitian

Menurut Nazir (2011, hlm. 86), “desain dari penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.”

Maka dari itu, desain penelitian yang akan dibuat mencakup uraian penjelasan pada operasionalisasi variabel, instrumen penelitian, populasi dan sampel yang diambil, teknik uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data serta rancangan uji hipotesis.

Desain yang digunakan dalam penelitian ini yaitu desain penelitian kausal yang menjelaskan bahwa seberapa besar pengaruh variabel independen (variabel yang mempengaruhi) terhadap variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) karena hubungan antara variabel yang diteliti lebih bersifat “sebab akibat”.

3.3 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 38), “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 kemudian ditarik kesimpulannya.”

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 (dua), yakni variabel bebas atau variabel independen dan variabel terikat atau variabel dependen. Sugiyono (2014, hlm. 39) mengemukakan bahwa, “variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbul dari variabel dependen (terikat), sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) variabel, yakni: Keterlibatan Fesyen (X_1), Emosi Positif (X_2). Sedangkan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah *Impulse Buying Behavior*.

Untuk keperluan pengujian, variabel-variabel independen dan variabel dependen yang sudah dijelaskan sebelumnya perlu dijabarkan ke dalam operasionalisasi variabel yang bersangkutan agar dapat diuraikan dan dianalisis. Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Keterlibatan Fesyen (X_1)	Tren	- Tingkat ketertarikan terhadap produk fesyen model terbaru - Tingkat ketertarikan terhadap variasi berbagai model produk fesyen	Interval
	Fesyen hal yang	- Tingkat kepentingan	Interval

	penting	produk fesyen	
	Berbeda dari yang lain	- Tingkat daya tarik model fesyen	Interval

Lanjutan Tabel 3.1

		- Tingkat keunikan model fesyen	
	Menunjukkan Karakteristik	- Tingkat kecenderungan produk fesyen dalam menunjukkan karakteristik	Interval
	Persepsi orang lain	- Tingkat persepsi tentang seseorang dilihat dari fesyen yang digunakan	Interval
	Mencoba terlebih dahulu	- Tingkat kecenderungan untuk mencoba terlebih dahulu produk fesyen	Interval
	Pengetahuan tentang <i>fashion</i> terbaru	- Tingkat pengetahuan tentang fesyen terbaru	Interval
Emosi Positif (X₂)	Rasa Senang	- Tingkat suasana hati yang dipertimbangkan ketika berbelanja - Tingkat perasaan konsumen ketika berbelanja	Interval
	Rasa Puas	- Tingkat rasa puas ketika berbelanja	Interval
Impulse Buying Behavior (Y)	<i>Unplanned</i>	- Tingkat pembelian produk tidak sesuai dengan rencana	Interval
	<i>Stimulated</i>	- Tingkat pembelian produk karena ada tawaran khusus	Interval
	<i>Spontaneous</i>	- Tingkat keinginan atau hasrat untuk membeli produk secara tiba-tiba	Interval

3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam bagian ini, akan menjelaskan mengenai hal-hal yang mencakup instrument dari penelitian, seperti sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini, serta teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berupa kuesioner.

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 137), sumber data terdiri dari 2, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain, atau lewat dokumen.

Dalam penelitian ini, terdapat sumber data primer yakni berupa data yang didapatkan langsung dari responden melalui kuesioner yang akan disebar. Sedangkan data sekunder ditunjukkan dalam tabel 3.2 berikut ini.

Tabel 3. 2
Jenis dan Sumber Data

No	Data	Sumber Data	Jenis Data
1	Perolehan PDB Indonesia 2015	https://tempo.co	Sekunder
2	Sub-sektor Industri Kreatif Indonesia	https://agribisnis.co.id	Sekunder
3	Tren fesyen Indonesia	http://microsite.detik.com	Sekunder
4	Perkembangan Hijabers Indonesia	http://wawancara.news.viva.co.id	Sekunder
5	Penelitian <i>impulse buying behavior</i>	http://web.inilah.com	Sekunder
6	Penelitian <i>impulse buying</i> di Indonesia	https://acnielsen	Sekunder
7	Pengertian <i>impulse buying behavior</i>	http://internationalconference.com.my	Sekunder
8	Profil Komunitas Hijabers Bandung	Hijabers <i>Community</i>	Primer
9	Kuesioner tentang keterlibatan fesyen	Kuesioner	Primer
10	Kuesioner tentang	Kuesioner	Primer

	emosi positif		
11	Kuesioner tentang <i>impulse buying behavior</i>	Kuesioner	Primer

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2016

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode mengumpulkan data dengan masalah yang ingin dipecahkan. Data yang dikumpulkan harus cukup valid untuk digunakan. Validasi data dapat ditingkatkan jika alat pengukur serta kualitas dari pengambil datanya sendiri cukup valid. (Nazir, 2011, hlm. 174)

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 137), bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pernyataan/pertanyaan tertutup atau terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. (Sugiyono, 2014, hlm. 142)

Setiap indikator dalam kuesioner penelitian ini diukur dengan menggunakan skala ordinal. Skala yang digunakan untuk pengukuran adalah skala Semantic dengan rentang jawaban 1 s/d 7.

2. Penelitian Kepustakaan

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan referensi dari buku-buku, jurnal, *internet*, yang memiliki hubungan yang relevan dengan masalah yang akan dipecahkan.

3. Observasi

Merupakan teknik yang dilakukan penulis untuk mengumpulkan data secara langsung dengan mengadakan observasi lapangan yang relevan dengan permasalahan penelitian.

4. Wawancara

Teknik pengumpulan data lainnya yang dapat dilakukan secara langsung dengan mengadakan tanya jawab kepada narasumber yang terkait dengan penelitian melalui pertanyaan-pertanyaan sesuai kebutuhan penelitian.

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Dalam bagian ini, akan dijelaskan mengenai seberapa luas populasi yang akan diteliti, sampel yang akan diambil atau dibutuhkan serta teknik penarikan sampel yang bisa digunakan dalam melakukan penelitian ini.

3.5.1 Populasi

Menurut Nazir (2011, hlm. 273), kumpulan dari unit-unit elemen disebut populasi. Populasi adalah kumpulan dari ukuran-ukuran tentang sesuatu yang ingin kita buat referensi. Populasi ini berkenaan dengan data, bukan dengan orangnya ataupun bendanya dalam suatu wilayah tertentu. Misalnya dalam luas sawah tertentu, jumlah mahasiswa dalam daerah tertentu, berat kerbau, dan sebagainya. Dari pengertian tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah anggota Hijabers Community Bandung yang berjumlah 567.

3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang diambil pun harus betul-betul representatif (mewakili).

Dalam penelitian ini, tidak mungkin semua populasi dapat diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Dengan demikian, peneliti diperkenankan mengambil sebagian objek populasi yang ditentukan, dengan catatan pada bagian yang diambil tersebut mewakili bagian lain yang tidak diteliti. Dalam rangka mempermudah melakukan penelitian yang diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar seperti populasi anggota Hijabers Community Bandung, dalam artian sampel tersebut harus mewakili dari populasi tersebut.

Dalam menentukan jumlah sampel, digunakan pengambilan sampel dengan menggunakan teknik rumus slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

1 : Konstanta

e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{567}{1 + 567 (0.1)^2} = 85$$

Jumlah responden yang dihasilkan sebanyak 85 orang, namun peneliti akan menyebarkan kepada 90 responden karena meminimalisir kemungkinan terjadinya eror atau data yang tidak valid dalam pengisian kuisioner.

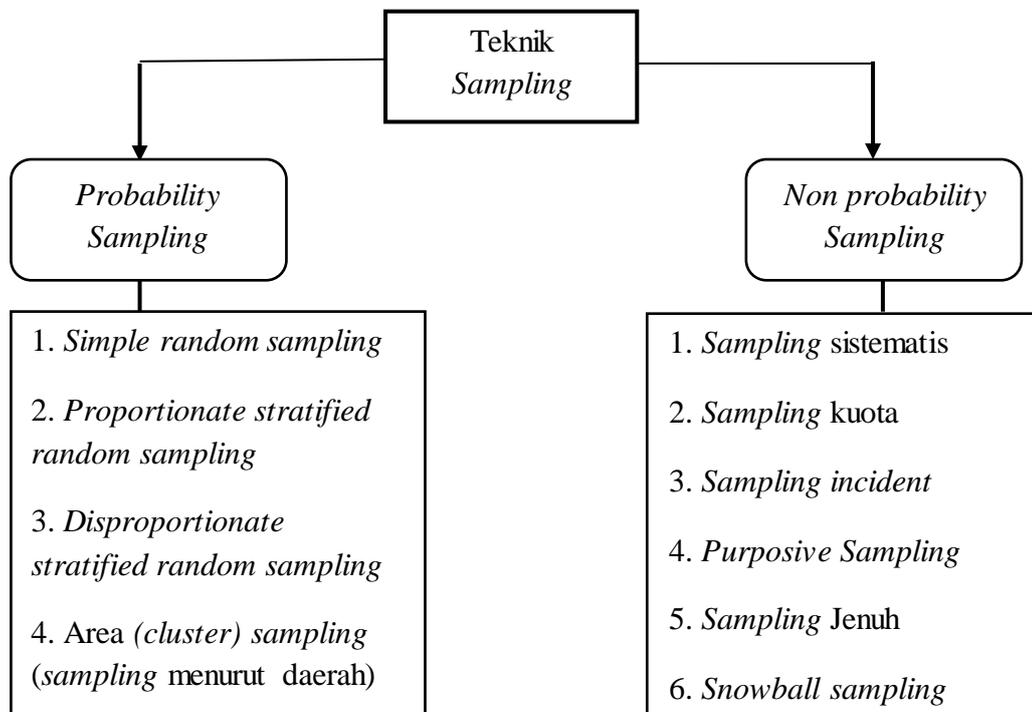
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel

Survei sampel adalah suatu prosedur dimana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi. (Nazir, 2011, hlm. 271)

Terdapat beberapa teknik dalam penarikan sampel menurut Sugiyono (2014, hlm. 81), yakni dalam skema yang ditunjukkan dalam gambar 3.1. Berdasarkan skema tersebut, dalam penelitian ini akan menggunakan teknik penarikan sampel dalam *non probability sampling*, yakni teknik *purposive sampling*.

Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *purposive sampling* adalah penentuan anggota sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2014, hlm. 85)

Pertimbangan yang digunakan untuk menjadi sampel dalam penelitian ini adalah subjek yang memiliki pekerjaan, yakni sudah mempunyai penghasilan



Gambar 3.1
Teknik Penarikan Sampel

Sumber: Sugiyono (2014)

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Sebelum kuesioner dibagikan kepada responden, kuesioner diuji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu agar instrumen yang digunakan benar-benar telah memenuhi syarat sebagai alat pengukur data.

3.6.1 Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. (Sugiyono 2013, hlm. 121)

Berdasarkan definisi diatas, maka validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat test (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur.

Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam kuesioner. Validitas suatu data tercapai jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diungkapkan. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Untuk mempercepat dan mempermudah penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer dengan menggunakan bantuan *software SPSS 20 for windows* dengan teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi pearson *product moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien validitas item yang dicari

x : Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

y : Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

$\sum x$: Jumlah skor dalam distribusi x

$\sum y$: Jumlah skor dalam distribusi y

$\sum x_i^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi x

$\sum y_i^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi y

n : Jumlah responden

Keputusan pengujian validitas item responden adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Untuk menguji validitas item instrumen maka penulis melakukan uji validitas dengan menggunakan bantuan SPSS 20.0 *for windows*. Teknik yang digunakan penulis dalam menghitung validitas yaitu teknik korelasi biasa, dimana korelasi antar skor divalidasi dengan skor tolak ukurnya berasal dari peserta yang sama.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas

No	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Keterlibatan Fesyen (X_1)				
1.	Tingkat ketertarikan terhadap produk fesyen model terbaru	0,888	0,374	Valid
2.	Tingkat ketertarikan terhadap variasi berbagai model produk fesyen	0,804	0,374	Valid
3.	Tingkat daya tarik model fesyen	0,894	0,374	Valid
4.	Tingkat keunikan model fesyen	0,779	0,374	Valid

5.	Tingkat kecenderungan produk fesyen dalam menunjukkan karakteristik	0,697	0,374	Valid
6.	Tingkat persepsi tentang- seseorang dilihat dari fesyen yang digunakan	0,700	0,374	Valid
7.	Tingkat kecenderungan untuk mencoba terlebih dahulu produk fesyen	0,706	0,374	Valid
8.	Tingkat pengetahuan tentang fesyen terbaru	0,620	0,374	Valid
9.	Tingkat kecenderungan produk fesyen dalam menunjukkan karakteristik	0,788	0,374	Valid
Emosi Positif				
10.	Tingkat suasana hati yang dipertimbangkan ketika berbelanja	0,516	0,374	Valid

Lanjutan Tabel 3.3

11.	Tingkat perasaan konsumen ketika berbelanja	0,834	0,374	Valid
12.	Tingkat rasa puas ketika berbelanja	0,893	0,374	Valid
Impulse Buying Behavior (Y)				
13.	Tingkat pembelian produk tidak sesuai dengan rencana	0,850	0,374	Valid
14.	Tingkat pembelian produk karena ada tawaran khusus	0,894	0,374	Valid
15.	Tingkat keinginan atau hasrat untuk membeli produk secara tiba-tiba	0,928	0,374	Valid

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2016

3.6.2 Uji Reliabilitas

Setelah menguji validitas kuesioner, maka langkah selanjutnya adalah uji reliabilitas untuk mengetahui apakah data yang sudah terkumpul tersebut menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, tingkat kestabilan atau konsisten dalam mengungkap gejala tertentu pada waktu yang berbeda. Instrumen yang realibel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono 2013:121).

Berdasarkan definisi diatas, maka reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistenan. Instrumen

yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dipercaya juga. Apabila data yang memang benar sesuai dengan kenyataan, maka berapa kalipun diambil tetap akan sama.

Setelah melakukan pengujian validitas, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrumen. Untuk mempercepat dan mempermudah penelitian ini pengujian reabilitas dilakukan dengan bantuan komputer dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 20 *for windows* dengan metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah dengan rumus alpha Croncbach yaitu:

$$C\sigma = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_t^2}\right)$$

(Arikunto 2010:239)

Keterangan:

$C\sigma$ = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

Untuk mencari tiap butir menggunakan rumus varians sebagai berikut:

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

σ_t^2 = Harga varians total

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor total

$(\sum X)^2 =$ Jumlah kuadrat dari jumlah skor total

n = Jumlah responden

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan atau pernyataan dinyatakan *reliable*.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan atau pernyataan dikatakan tidak *reliable*.

Perhitungan reabilitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 20.0 *for windows*. Pengujian reabilitas ini menggunakan rumus dan langkah yang sama, dengan hasil yang tercantum pada tabel 3.4 berikut:

Tabel 3. 4
Hasil Uji Reabilitas
Variabel X₁ (*Fashion Involvement*), Variabel X₂ (*Emosi Positif*), dan Variabel Y (*Impulse Buying*)

Variabel	Cronbach Alpha (r_{hitung})	Cronbach's Alpha Based on Standardized (r_{tabel})	Keterangan
Keterlibatan Fesyen	0,912	0,700	Reliabel
Emosi Positif	0,821	0,700	Reliabel
<i>Impulse Buying Behavior</i>	0,763	0,700	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2016 dengan IBM SPSS Statistics 20.0

Berdasarkan hasil uji reabilitas pada Tabel 3.5 maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel X dan Y adalah reliabel. Hal ini dikarenakan setiap variabel penelitian memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dapat dilanjutkan dan tidak ada sesuatu hal yang dapat menjadi kendala terjadinya kegagalan penelitian dikarenakan oleh instrument penelitian yang belum teruji tingkat kevalidan dan kereliabilitasnya.

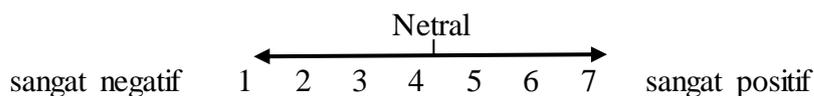
3.7 Rancangan Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang penting dalam metode ilmiah, karena dengan analisis, data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. (Nazir, 2011, hlm. 346)

Dalam memecahkan masalah dalam penelitian ini, diperlukan langkah-langkah yang harus dilakukan peneliti untuk mengolah data setelah data primer terkumpul, yakni sebagai berikut:

1. Pengeditan (*Editing*), merupakan proses pengecekan dan penyesuaian yang diperlukan terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan memproses data dengan teknik statistic, data penelitian yang dikumpulkan perlu di edit dari kemungkinan kekeliruan dalam pengisian kuesioner yang tidak lengkap atau tidak konsisten.
2. Pemberian Kode (*Coding*) yaitu, pembobotan dalam setiap item instrumen berdasarkan pada nilai positif dari yang tertinggi hingga yang terendah. Pemberian bobot dari setiap pertanyaan menggunakan skala interval dengan menggunakan *semantic defferensial* atau skala perbedaan semantik.

Semantic defferensial menurut Simamora (2004, hlm. 201) skala tersebut menunjukkan skala yang paling bertentangan. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 97) Data yang diperoleh adalah data interval, dan biasanya skala ini digunakan untuk mengukur sikap/karakteristik tertentu yang dimiliki oleh seseorang. Alasan skala *semantic defferensial* dikarenakan skala ini telah memenuhi syarat dari penggunaan analisis data regresi linier berganda yakni berupa data interval. Setiap item instrumen yang menggunakan skala *semantic defferensial* mempunyai gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif yang berupa angka-angka yang diberi nilai beruntut dari 7 – 1 sebagai berikut:



Gambar 3. 2

Skala Sematic Defferensial

Sumber: Bilson Simamora (2004, hlm. 202)

Adapun batas penelitiannya yaitu:

Tabel 3. 5
Tabel Batasan Penelitian

Skala	Keterangan
7	Sangat Positif
6	
5	
4	
3	
2	
1	Sangat Negatif

3. *Tabulating*

Tabulating hasil skoring akan dituangkan dalam bentuk tabel rekapitulasi sevara lengkap untuk seluruh item setiap variabel. Adapun tabel rekapitulasi adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 6
Tabel Rekapitulasi Pengolahan Data

Responden	Skor Item				
	1	2	3	4	N
1					
2					
3					
N					

Sumber : Arikunto, 2010, hlm. 278

Setelah langkah-langkah yang umum digunakan dalam melakukan sebuah penelitian telah ditentukan, lebih lanjut penulis harus melakukan rincian terhadap skema atau alur dalam menganalisis data yang telah didapatkan. Untuk melakukan analisis data yang tepat dalam sebuah penelitian perlu digunakan teknik analisis yang tepat sehingga, tujuan dari penelitian tersebut dapat dicapai. Berikut akan dipaparkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

3.7.1 Rancangan Analisis

Teknik analisis data sendiri merupakan suatu cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data dalam rangka pengujian hipotesis. Pada

penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data deskriptif dan teknik analisis data verifikatif, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

3.7.1.1 Analisis Deskriptif

Teknik analisis data deskriptif menurut Sugiyono (2012, hlm. 147) merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan.

Teknik analisis ini digunakan untuk menggambarkan skor serta kedudukan variabel X dan variabel Y. Berikut langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk menggambarkan skor serta kedudukan variabel X dan Y sebagai berikut:

- a. Menentukan jumlah skor kriterium (SK), dengan menggunakan rumus:

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan:

SK = Skor kriterium

ST = Skor tertinggi

JB = Jumlah bulir

JR = Jumlah responden

- b. Membandingkan jumlah skor hasil kuesioner dengan jumlah skor kriterium, untuk mencari jumlah skor hasil kuesioner digunakan rumus :

$$\sum x_i = x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n$$

Keterangan:

x_i = Jumlah skor hasil kuesioner variabel X atau Y

$x_1 + x_2$ = Jumlah skor kuesioner masing masing responden

- c. Membuat daerah kategori kontinum, dilakukan untuk melihat bagaimana gambaran tentang variabel secara keseluruhan dari responden maka peneliti membagi daerah kategori menjadi tiga tingkatan yaitu rendah, sedang dan tinggi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Kontinum tinggi, dihitung dengan rumus:

$$SK = ST \times JB \times JR$$

b) Kontinum sedang, dihitung dengan rumus:

$$SK = SS \times JB \times JR$$

c) Kontinum rendah, dihitung dengan rumus:

$$SK = SR \times JB \times JR$$

Keterangan:

ST = Skor tertinggi

SS = Skor sedang

SR = Skor terendah

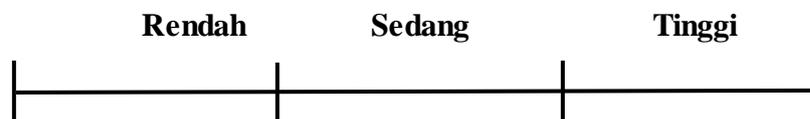
JB = Jumlah butir

JR = Jumlah responden

d. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan, dengan rumus :

$$R = \frac{\text{skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{3}$$

e. Menentukan garis kontinum dan daerah letak skor untuk setiap variabel, seperti gambar 3.2.



Sumber: Sugiyono, 2012, hlm. 147

Gambar 3.2

Garis Kontinum Variabel X dan Y

3.7.1.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk menguji nilai hipotesis satu variabel. Pada penelitian ini variabel yang akan diteliti terdiri dari lima variabel yaitu X_1 , X_2 , dan Y , sehingga teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis korelasi dan regresi linier berganda. Berikut langkah-langkah dalam melakukan analisis verifikatif.

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik atau uji residual adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda agar data yang dihasilkan dapat bermanfaat. Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini antara lain sebagai berikut.

1. Uji Normalitas Data

Analisis regresi berganda mensyaratkan bahwa populasi residual berdistribusi normal. Distribusi normal sendiri menurut Gudono (2015, hlm. 159) adalah distribusi yang bentuknya mengikuti fungsi Gauss, dalam arti berbentuk seperti lonceng (bel) dan simetris dengan rincian sebagai berikut:

- a) 68 % nilai *standardized residuals* terletak antara -1 dan +1
- b) 98% nilai *standardized residuals* terletak antara -2 dan +2
- c) 99% nilai *standardized residuals* terletak antara -3 dan +3

Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P-P Plot, uji Chi Square, skewnes dan Kurtosis atau uji *Kolmogorov-Smirnov*. Bila residual berdistribusi normal, maka sebarannya akan terlihat acak dan apabila digambarkan dalam uji normal P-P Plot akan terlihat titik-titik grafik plot tersebut relatif berhimpitan dengan sumbu diagonal. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan dengan uji normalitas dengan Kurtosis atau uji *Kolmogorov-Smirnov*.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan suatu uji untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu atau H_0 pengujian koefisien akan gagal menolak H_0 walaupun peran variabel tersebut penting

Uji multikolinearitas dapat diketahui jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,1, maka model dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas, jika nilai korelasi lebih dari 0,1 berarti terjadi korelasi yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi

multikolinearitas. Cara untuk menguji adanya multikolenieritas adalah dengan menghitung *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*.

Pada penelitian ini penulis melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dengan menggunakan program komputer *IBM SPSS for windows ver. 20*, jika nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi atau disebut juga korelasi serial, uji ini berguna untuk mengetahui apakah data dalam sebuah model regresi linear terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Jika terjadi korelasi, maka hal tersebut dinamakan adanya permasalahan autokorelasi. Namun, Korealsi serial tidak akan berakibat pada konsistensi koefisien regresi tetapi standar error yang diperoleh dari garis regresi (seolah-oleh) lebih rendah dari standar error yang sesungguhnya, akibatnya koefisien regresi menjadi lebih signifikan dari pada yang sesungguhnya (Gudono, 2015, hlm. 157).

Untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi maka menggunakan uji Durbin-Watson, berikut syarat terjadinya autokorelasi:

- Jika nilai DW dibawah 0 - 1,5 berarti ada autokorelasi positif.
- Jika nilai DW diantara 1,5 - 2,5 berarti tidak ada autokorelasi.
- Jika nilai DW dibawah 2,5 - 4 berarti ada autokorelasi negatif.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Konsekuensi dari adanya gejala heteroskedastis adalah penaksiran yang diperoleh tidak efisien, baik dalam sampel besar maupun kecil walaupun penaksiran yang diperoleh menggambarkan populasinya atau tidak.

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit (Gudono, 2015, hlm. 153).

b. Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah teknik untuk menentukan sampai sejauh mana hubungan antara dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y. Penentuan koefisien korelasi dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi Pearson menurut Sugiyono (2012, hlm. 183) dideskripsikan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{N\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{N\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Koefisien korelasi menunjukkan derajat korelasi antara variabel X dan variabel Y. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas: $-1 < r < +1$. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif atau korelasi langsung antara kedua variabel. Setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai-nilai Y, dan setiap penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan nilai-nilai Y.

- a) Jika nilai $r = +1$ atau mendekati $+1$, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan positif.
- b) Jika nilai $r = -1$ atau mendekati -1 , maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan negatif.
- c) Jika nilai $r = 0$ atau mendekati 0 , maka tidak ada korelasi antara kedua atau sangat lemah.

Untuk mendapatkan penjelasan terhadap koefisien korelasi yang diteliti, maka dapat berpedoman kepada tabel berikut:

Tabel 3. 7
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Klasifikasi
0,000 – 0,199	Sangat rendah

0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2012, hlm. 184)

c. Koefisien Determinasi

X dikatakan mempengaruhi Y jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan di Y. Artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun dan dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya. Untuk menghitung besarnya pengaruh variabel X terhadap naik turunnya nilai Y dapat dihitung dengan menggunakan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

Nilai koefisien determinasi ini memiliki asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$, nilai r^2 yang rendah menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas. Semakin besar atau mendekati 1 (satu), maka mengindikasikan variabel independen semakin mampu menjelaskan variabel dependennya.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Pada umumnya uji regresi bertujuan untuk menguji hubungan-hubungan ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Penelitian ini menggunakan jenis uji regresi berganda karena memiliki lebih dari satu variabel independen yang mempengaruhi variabel dependennya. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 192) mendeskripsikan regresi berganda dengan 3 sub variabel sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

- Y = variabel dependen (*impulse buying*)
X₁ = sub variabel independen (*fashion involvement*)
X₂ = sub variabel independen (emosi positif)
a = harga Y apabila X= 0 (harga konstan)
b₁, b₂ = koefisien regresi

Uji regresi ini dapat dilakukan jika telah memenuhi asumsi-asumsi yang berlaku dalam regresi berganda, asumsi tersebut antara lain sebagai berikut.

1. Terdapat hubungan yang linier (terdapat hubungan garis lurus antara variabel terikat dan sekelompok variabel bebas)
2. Variabel-variabel independennya tidak boleh berkorelasi. Pada umumnya jumlah variabel independen berkisar antara dua sampai empat variabel. Walaupun secara teoritis dapat digunakan banyak variabel bebas, namun penggunaan lebih dari tujuh variabel bebas dianggap tidak efektif.
3. Memenuhi asumsi klasik.

3.7.1.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis menurut Sugiyono, (2012, hlm. 184) adalah langkah terakhir dari analisis data dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan penerimaan atau penolakan dari hipotesis yaitu uji signifikan koefisien korelasi (uji t-statistik) untuk menguji hipotesis parsial yang tersirat dari hipotesis penelitian. Maka dalam penelitian ini akan dianalisis hubungan antara *fashion involvement* (X₁), emosi positif (X₂), yang pada akhirnya akan diambil kesimpulan penerimaan atau penolakan dari pada hipotesis yang telah dirumuskan.

Untuk mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing variabel X terhadap variabel Y secara parsial digunakan uji t. Uji hipotesis penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}, rumus t hitung dapat dilihat dalam persamaan berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-3}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Distribusi statistik dengan derajat kebebasan (dk) = n-3

r = Koefisien korelasi product moment

n = Banyaknya data/sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari dulu nilai dari t_{hitung} dan dibandingkan dengan nilai t_{tabel}, dengan taraf kesalahan $\alpha = 5\%$ atau sebesar $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta uji. Dapat disimpulkan bahwa kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- b. Jika $t_{hitung} \leq \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Pengujian secara simultan dengan uji F

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

R = koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_1 ditolak

Berdasarkan taraf signifikan 0,01 dengan derajat kebebasan (dk)=(n-k-1).

Maka dengan diketahuinya kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis tersebut, dapat dirumuskan secara statistik hipotesis yang dapat diuji dalam penelitian ini. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

- a. Hipotesis 1

Denada Zuraida, 2016

PENGARUH KETERLIBATAN FESYEN DAN EMOSI POSITIF TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOR (SURVEI HIJABERS COMMUNITY BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$H_0: r = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang positif antara variabel X_1 (*fashion involvement*) dan variabel Y (*impulse buying*)

$H_1: r \neq 0$, Terdapat pengaruh yang positif antara X_1 (*fashion involvement*) dan variabel Y (*impulse buying*)

b. Hipotesis 2

$H_0: r = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang positif antara variabel X_2 (emosi positif) dan variabel Y (*impulse buying*)

$H_1: r \neq 0$, Terdapat pengaruh yang positif antara X_2 (emosi positif) dan variabel Y (*impulse buying*)