

3. Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*)

Pembelian impulsif adalah pembelian yang tidak direncanakan, dimana karakteristiknya adalah pengambilan keputusannya dilakukan dalam waktu yang relatif cepat dan adanya keinginan untuk memiliki secara cepat tanpa memikirkan konsekuensi yang diterimanya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori Rook dan Fisher dimana pembelian tidak terencana atau *impulse buying* memiliki empat karakteristik yaitu spontanitas; kekuatan, kompulsi, intensitas; kegairahan dan stimuli; dan ketidakpedulian akan akibat. Adapun indikator yang digunakan adalah:

- a. Spontanitas
- b. Kekuatan, kompulsi, intensitas
- c. Kegairahan dan stimuli
- d. Ketidakpedulian akan akibat

Pengukuran nilai setiap indikator-indikator dari variabel-variabel yang diteliti diukur dengan menggunakan skala likert 1-5 poin skala dengan drajat persetujuan dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini digunakan rentang penelitian 1 sampai 5 dengan skor, 1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3= Cukup Setuju (CS), 4 = Setuju (S), sampai 5= Sangat setuju (SS). Skor terendah menunjukkan persepsi negatif konsumen sedangkan skor tertinggi menunjukkan persepsi positif konsumen terhadap variabel-variabel yang diteliti. Dan untuk produk *fashion* Elzatta dalam penelitian ini adalah produk-produk *fashion* muslim.

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach. Nilai cronbach alpha $> 0,6$ menunjukkan bahwa kuisisioner untuk mengukur suatu variabel tersebut adalah reliabel. Sebaliknya, nilai cronbach alpha < 0.6 menunjukkan bahwa kuisisioner untuk mengukur variabel tidak reliabel. Uji reliabilitas dari instrumen penelitian ini menggunakan tingkat signifikan (α) = 5%.

G. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu bersumber dari data kuesioner dan wawancara. Data primer diperoleh secara langsung dari responden yaitu konsumen Elzatta dengan mengisi lembar kuesioner dan dari hasil wawancara dengan karyawan Elzatta tentang jumlah konsumen dan profil Elzatta di Ruko Sentra Tropodo. Sedangkan data sekunder bersumber dari data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur-literatur buku dan jurnal-jurnal penelitian. Adapun sumber data sekunder antara lain:

1. Buku *Statistika Deskriptif untuk Penelitian* karya Sofyan Siregar.
2. Buku Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Moderen di Indonesia karya Christina Whidya Utami.
3. Skripsi karya Brian Permana Putra dengan judul “Analisis Pengaruh Promosi, Emosi Positif Dan Store Environment Terhadap Perilaku

distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Maka, dasar pengambilan keputusan adalah jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Pada uji Kolmogorov Smirnov apabila signifikansi $> 5\%$ maka berarti data terdistribusi secara normal. Sebaliknya apabila signifikansi $< 5\%$ maka berarti data tidak terdistribusi secara normal.

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas (*independent*) yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.

Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi salah satunya adalah dengan melihat nilai tolerance dan lawannya, dan Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini

homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini dideteksi dengan menggunakan grafik scatterplot. Pendeteksian mengenai ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual yang telah di-*studentized*. Adapun dasar analisisnya adalah sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam pengujian heteroskedastisitas selain menggunakan grafik scatterplot juga digunakan uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas yaitu jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

2. Tabulasi jawaban responden

Tabulasi data merupakan proses pengolahan data yang dilakukan dengan cara memasukkan data ke dalam tabel. Atau dapat dikatakan bahwa tabulasi data adalah penyajian data dalam bentuk tabel atau daftar untuk memudahkan dalam pengamatan dan evaluasi. Hasil tabulasi data ini dapat menjadi gambaran tentang hasil penelitian, karena data-data yang diperoleh dari lapangan telah tersusun dan terangkum dalam tabel-tabel yang mudah dipahami maknanya. Selanjutnya peneliti memberi penjelasan atau keterangan dengan menggunakan kalimat atas data-data tersaji yang telah diperoleh. Jenis tabel yang umumnya dibuat dalam tabulasi data adalah tabel frekuensi dan tabel silang.

3. Analisis Regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan alat analisis untuk menganalisis dan mengetahui tingkat signifikan dan variabel mana yang sangat berpengaruh terhadap variabel terikat, dalam penelitian ini yaitu variabel pembelian impulsif. Dengan metode ini dapat diketahui besarnya hubungan antara X_1 dengan Y ; X_2 dengan Y ; dan untuk mencari besarnya X_1 dan X_2 terhadap Y secara bersama-sama.

Korelasi berganda merupakan alat ukur untuk mengetahui pertautan antara variabel terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X) secara serempak dengan menggunakan perhitungan melalui program SPSS. Adapun perhitungan menggunakan rumus regresi berganda adalah sebagai berikut:

