BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif, yaitu dengan menitikberatkan pada pengujian hipotesis, data yang digunakan harus terukur dan akan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan.[1] Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena pendekatan kuantitatif lebih mengarahkan masalah menjadi suatu hubungan kausalitas, sehingga hubungan antar variabel dapat dijelaskan.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kausal, yakni selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (mempertanyakan sebab-akibat).[2] Sedangkan metode yang digunakan adalah metode survey, yaitu metode pengumpulan data dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data utama yang disebarkan peneliti.[3]

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada 14 Desember 2015 hingga 27 Desember 2015 pada pelanggan toko Rabbani Pucang Surabaya. Lokasi penelitian

---

[1] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Media Group, 2009), 25.

[2] Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis,* (Jakarta: PT Indeks, 2009), 11.

[3] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D,* Cet. Ke-11, (Bandung: Alfabeta, 2010), 11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berada di jalan Pucang Anom No. 33 Surabaya. Waktu penelitian pada jam 11.00 – 17.00 WIB dalam setiap harinya dengan pertimbangan rentang jam tersebut waktu dimana konsumen banyak yang datang dan membeli produk Rabbani. Alasan pemilihan tempat Rabbani Pucang Anom karena salah satu outlet Rabbani terbesar di Surabaya dan produknya lengkap dengan banyak pilihan produk *fashion* berkualitas terutama pakaian atau busana muslim/muslimah dengan harga terjangkau dimana terdapat dua lantai yakni lantai satu untuk busana muslimah dan lantai dua untuk busana muslim.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[4] Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang terlibat secara langsung dan pernah melakukan pembelian produk *fashion* di toko Rabbani Pucang Surabaya.

Sedangkan sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil berdasarkan teknik tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.[5] Dengan kata lain bahwa sampel adalah bagian dari populasi. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *non probability sampling* yakni dengan teknik *accidental sampling* atau *convinience sampling*, yaitu teknik penarikan sampel dari populasi berdasarkan apa adanya, dengan

---

[4] Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 61.

[5] Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metode Penelitian Ekonomi Islam,* (Jakarta: Gramata Publishing, 2013), 113.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

alasan untuk kemudahan mendapatkan data, dengan tanpa memperhitungkan derajat kerepresentativitasnya.[6] Alasan penggunaan teknik *accidental sampling* atau *convinience sampling* ini karena populasinya adalah individu-individu yang sukar ditemui dengan alasan sibuk, tidak mau diganggu, tidak bersedia menjadi responden, atau alasan lainnya.[7] Oleh karena itu, dalam penelitian ini siapa saja yang ditemui oleh peneliti dan masuk dalam kategori populasi akan dijadikan sebagai sampel atau responden.

Sedangakan dalam penentuan jumlah sampel yang populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui (*infinite population*) dimana pada penelitian ini adalah pelanggan toko Rabbani yang datangnya tidak pasti sehingga jumlahnya pun tidak diketahui, maka menurut Rao Purba dapat menggunakan rumus:[8]

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95% = 1,96

Moe = *Margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 10%

---

[6] Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian,* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), 140.

[7] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif...,* 126.

[8] Marhadi, Lilis Sulistyowati, dan Aida Nursanti, "Analisis Pengaruh Kreativitas Iklan, Daya Tarik Iklan dan Kredibilitas *Endorser* Terhadap *Brand Attitude* Pada Produk Handphone Android di Kota Pekanbaru", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 22, No. 1 (Maret, 2014), 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Maka dari perhitungan rumus di atas diperoleh:

$$n = \frac{1{,}96^2}{4(0{,}1)^2} = 96 \text{ (Dibulatkan menjadi 100)}$$

Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 96 namun untuk memudahkan maka dipilih 100 responden.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.[9] Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independen (variabel bebas), yaitu variabel yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat.[10] Variabel independen disimbolkan dengan "X". Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen, yaitu:
   a. *Shopping Lifestyle* (X_1)
   b. *Fashion Involvement* (X_2)
2. Variabel dependen (variabel terikat), yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen atau variabel bebas.[11] Variabel dependen disimbolkan dengan "Y". Dalam penelitian ini yag menjadi variabel dependen (variabel terikat) adalah *impulse buying behaviour*.

---

[9] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis,* (Bandung: Alfabeta, 2010), 58.
[10] Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Erlangga, 2009), 79.
[11] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Definisi Operasional

Berdasarkan judul "Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying Behaviour* pada Pelanggan Toko Rabbani Pucang Surabaya", maka terdapat beberapa istilah yang perlu dijelaskan yakni:

1. *Shopping Lifestyle* adalah pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang dalam mengahabiskan waktu dan uang atau dengan kata lain gaya hidup berbelanja konsumen pada kategori *fashion* seperti pakaian (busana). Indikator *shopping lifestyle* yang digunakan dalam penelitian ini adalah:[12]
   a. Setiap tawaran iklan mengenai produk *fashion*, saya cenderung menanggapi untuk membelinya.
   b. Saya cenderung membeli pakaian model terbaru ketika saya melihatnya.
   c. Saya cenderung berbelanja *fashion* merek terkenal
   d. Saya yakin bahwa merek produk *fashion* terkenal yang saya beli terbaik dalam hal kualitas.
   e. Saya sering membeli berbagai merek *fashion* yang berbeda daripada merek yang biasa saya beli.
   f. Saya yakin ada *fashion* merek lain yang sama kualitasnya seperti yang saya beli.

[12] Edwin Japarianto dan Sugiono Sugiharto, "Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat High Income Surabaya*"; Jurnal Manajemen Pemasaran*, No. 1 (April, 2011), 35.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. *Fashion involvement* adalah keterlibatan konsumen terhadap suatu produk *fashion* yaitu pakaian (busana) yang didorong oleh kebutuhan dan ketertarikan terhadap produk tersebut atau dengan kata lain ketertarikan perhatian pelanggan pada produk *fashion*. Indikator *fashion involvement* yang digunakan dalam penelitian ini melalui pernyataan berikut:[13]
   a. Saya mempunyai satu atau lebih pakaian dengan model yang terbaru (*trend*).
   b. *Fashion* adalah satu hal penting yang mendukung aktifitas saya.
   c. Saya lebih suka apabila model pakaian yang saya gunakan berbeda dengan yang lain.
   d. Pakaian yang saya miliki menunjukkan karakteristik saya.
   e. Saya dapat mengetahui banyak tentang seseorang dari pakaian yang digunakan.
   f. Ketika saya memakai pakaian favorit saya, orang lain akan melihat ke arah saya.
   g. Saya cenderung untuk mencoba produk *fashion* terlebih dahulu sebelum membelinya.
   h. Saya cenderung lebih mengetahui adanya *fashion* terbaru dibandingkan dengan orang lain.
3. *Impulse buying behaviour* adalah pembelian tanpa rencana dimana konsumen dalam pengambilan keputusan dilakukan di dalam toko dengan waktu yang relatif cepat dan adanya keinginan untuk memiliki secara

[13] Ibid., 35.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cepat. Indikator *impulse buying behaviour* dalam penelitian ini melalui pernyataan berikut:[14]

a. Bila ada tawaran khusus, saya cenderung berbelanja banyak.
b. Saya cenderung membeli pakaian model terbaru walaupun mungkin tidak sesuai dengan saya.
c. Saat berbelanja produk *fashion*, saya cenderung berbelanja tanpa berpikir panjang dulu sebelumnya.
d. Setelah memasuki *shopping center*, saya segera memasuki sebuah toko *fashion* untuk membeli sesuatu.
e. Saya cenderung terobsesi untuk membelanjakan uang yang saya bawa sebagian atau seluruhnya untuk produk *fashion*.
f. Saya cenderung membeli produk *fashion* meskipun saya tidak begitu membutuhkannya.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika dapat menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.[15]

Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 atau 5%, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Akan tetapi jika melakukan

[14] Ibid., 36.
[15] Sugiyono, *Metode Penelitian...*, 172.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penilaian langsung terhadap koefisien korelasi, bisa digunakan batas nilai minimal korelasi 0,30.[16]

Pada penelitian ini, teknik pengujian yang digunakan adalah korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Dalam teknik analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total.

Rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas menggunakan teknik korelasi *product moment* adalah:[17]

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2[n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

n = Jumlah responden

X = Skor variable (jawaban responden)

Y = Skor total dari variabel (jawaban responden)

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:[18]

a. Jika r hitung ≥ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

---

[16] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*..., 126.

[17] Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), 48.

[18] Dwi Priyantno, *Mandiri Belajar SPSS,* (Yogyakarta: MediaKom, 2008), 18.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Jika r hitung < r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Berikut adalah hasil uji validitas dari masing-masing variabel dari kuesioner yang telah peneliti sebar kepada 100 responden dengan taraf signifikansi 5% sehingga didapat r tabel sebesar 0,195, kemudian diolah dengan menggunakan *software* komputer yaitu *IBM SPSS Statistic 20* :

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas *Shopping Lifestyle*

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,628	0,195	Valid
2	0,710	0,195	Valid
3	0,655	0,195	Valid
4	0,745	0,195	Valid
5	0,641	0,195	Valid
6	0,516	0,195	Valid

Berdasarkan tabel 3.1 dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan berisi 6 item dari variabel *shopping lifestyle* memiliki nilai r hitung > r tabel yakni sebesar 0,195, sehingga dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas *Fashion Involvement*

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,592	0,195	Valid
2	0,689	0,195	Valid
3	0,712	0,195	Valid
4	0,529	0,195	Valid
5	0,674	0,195	Valid
6	0,570	0,195	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7	0,256	0,195	Valid
8	0,672	0,195	Valid

Berdasarkan tabel 3.2 dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan berisi 8 item dari variabel *fashion involvement* memiliki nilai r hitung > r tabel yakni sebesar 0,195, sehingga dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas *Impulse Buying Behaviour*

Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,623	0,195	Valid
2	0,730	0,195	Valid
3	0,721	0,195	Valid
4	0,757	0,195	Valid
5	0,778	0,195	Valid
6	0,726	0,195	Valid

Berdasarkan tabel 3.3 dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan berisi 6 item dari variabel *impulse buying behaviour* memiliki nilai r hitung > r tabel yakni sebesar 0,195, sehingga dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.[19] Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis *Cronbach Apha*.

[19] Ibid., 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Uma Sekaran, pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:[20]

a. *Cronbach Alpha* 0,6 = reliabilitas kurang baik

b. *Cronbach Alpha* 0,6 – 0,79 = reliabilitas dapat diterima

c. *Cronbach Alpha* 0,8 = reliabilitas baik

Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari masing-masing variabel dari kuesioner yang telah peneliti sebar kepada 100 responden (r tabel=0,195), kemudian diolah dengan menggunakan *software* komputer yaitu *IBM SPSS Statistic 20*:

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

No	Variabel	Nilai *Cronbach Alpha*	Keterangan
1	*Shopping Lifestyle*	0,726	*reliabel*
2	*Fashion Involvement*	0,738	*reliabel*
3	*Impulse Buying Behaviour*	0,816	*reliabel*

Dari tabel 3.4 dapat diambil kesimpulan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari semua variabel menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,60. Hal tersebut berarti ketiga variabel tersebut adalah reliabel dengan tingkat reliabilitas dapat diterima untuk variabel *shopping lifestyle* dan *fashion involvement,* sedangkan *impulse buying behaviour* dengan tingkat reliabilitas baik.

[20] Ibid., 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Berdasarkan sifatnya, data dibedakan menjadi dua yaitu data kualitatif dan kuantitatif, berikut penjelasannya:

a. Data Kualitatif

Data kualitatif dalam penelitian ini meliputi sejarah berdirinya Rabbani, visi dan misi, serta produk yang disediakan.

b. Data Kuantitatif

Yaitu data yang berupa angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui peneliti. Dalam penelitian ini, data kauntitatif berupa data yang diperoleh dari penyebaran hasil angket dan hasil wawancara dengan pelanggan.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

a. Sumber primer, adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.[21] Dalam penelitian ini data primer bersumber dari responden yaitu pelanggan Rabbani Pucang Surabaya.

[21] Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif:...*, 16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Sumber Sekunder, adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya.[22] Dalam penelitian ini, sumber data sekunder didapat dari buku literatur, jurnal, skripsi, dan internet.

H. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder, dimana langkah ini amat penting dalam penelitian karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.[23] Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara (*interview*)

   Wawancara yaitu metode pengumulan data dengan cara bertanya langsung kepada responden. Wawancara merupakan alat yang baik untuk meneliti pendapat, keyakinan, motivasi, perasaan, dan proyeksi seseorang terhadap masa depannya.[24] Dalam penelitian ini, peneliti bertanya langsung kepada responden di Rabbani Pucang Surabaya untuk memperkuat hasil analisis terkait dengan jawaban responden pada lembaran kuesioner.

2. Kuesioner

   Angket (kuesioner) adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya untuk dijawab oleh responden terpilih, dan merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti

---

[22] Ibid.
[23] Ibid., 17.
[24] Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metode Penelitian...*, 83.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian.[25] Selain untuk memperoleh data yang dibutuhkan juga untuk mengukur validitas dan reliabilitas datanya sehingga penelitian ini menghasilkan data yang valid dan reliabel. Dalam penelitian ini, untuk menilai jawaban responden peneliti menggunakan skala Likert dengan jawaban berikut:

Jawaban	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RR	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan dengan cara mencari referensi dari buku, jurnal ekonomi, artikel, penelitian terdahulu, maupun situs internet yang dapat mendukung penelitian.

I. Teknik Analisis Data

Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Dimana, analisis data kuantitatif adalah metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis data kuantitatif

[25] Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, 89.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis statistik. Pada penelitian ini, data akan diolah menggunakan *software* komputer yaitu *IBM SPSS Statistic 20*. Adapun alat analisis statistik yang digunakan yatu analisis regrei linier berganda.

Berikut teknik analisis data yang digunakan dalam penelitia ini:

1. Uji Asumsi Klasik
   a. Uji Normalitas

      Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak.[26] Normalitas data dapat dilihat dengan beberapa cara, diantaranya dengan melihat grafik normal probability plot atau dengan melakukan uji statistik non-parametrik kolmogorov-smirnov (K-S). Pengambian keputusan dalam uji normalitas menggunakan analisis grafik normal probability plot yaitu dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika data (titik) menyebar menjauh dari garis diagonal, maka tidak menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

[26] Dwi Priyantno, *Mandiri Belajar*..., 28.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kemudian jika menggunakan uji statistik non-parametrik kolmogorov-smirnov (K-S), data dapat dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansi¯5% (0,05). Sebaliknya, data dinyatakan tidak berdistribusi normal apabila signifikansi¯ 5% (0,05).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Syarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Salah satu metode pengujian yang dapat digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi. Menurut Santoso (2001), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5 (VIF5), maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.[27] Sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas jika nilai VIF lebih kecil dari 5 (VI¯F5).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.[28] Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut

[27] Ibid., 39.
[28] J.Supranto, *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi ke-7,* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), 276.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (*dependent*) dengan residualnya.

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 mengindikasi 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.

d. Uji Autokolerasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Artinya bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai dari variabel itu sendiri, baik nilai periode sebelumnya, atau nilai periode sesudahnya.[29] Syarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya autokorelasi.

[29] Purbayu Dwi Santosa dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: ANDI, 2005), 240.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Metode pengujian yang digunakan yang digunakan adalah dengan uji Durbin-watson (D-W) dengan ketentuan sebagai berikut:[30]

1) Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL) maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2) Jika d terletak antara dU dan (4-dU), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3) Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara (4-dU) dan (4-dL), maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Nilai dU dan dL dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan. Rumus Uji Durbin watson sebagai berikut:

$$d = \frac{\Sigma(e_n - e_{n-1})^2}{\Sigma {e_x}^2}$$

Keterangan:

d = nilai Durbin-Watson

e = residual

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh satu variabel terhadap variabel lain yang ada hubungannya. Penggunaan alat analisis ini mempunyai tujuan untuk memperkirakan

[30] Dwi Priyantno, *Mandiri Belajar*..., 48.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubugan kausal antara dua atau lebih variabel bebas.[31]

Rumus dari regresi linier berganda adalah:

$$Y' = a+b_1X_1+b_2X_2$$

Keterangan:

Y' = *impulse buying behaviour*

a = konstanta

b_1,b_2 = koefisien regresi

X_1 = *shopping lifestyle*

X_2 = *fashion involvement*

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Jika semakin besar, maka prosentase perubahan variabel independen (X) semakin tinggi dan begitu pula sebaliknya. Adapun rumusnya adalah:

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

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

r^2 = koefisien regresi berganda

[31] Bhuono Agung Nugroho, *Stategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS,* (Yogyakarta: CV Andi Offiset, 2005), 43.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Uji F ini digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana $F_{hitung} \bar{} F_{tabel}$, maka H_1 diterima atau secara simultan (bersama-sama) variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak. Sebaliknya apabila $F_{hitung} \bar{} F_{tabel}$, maka H_0 diterima atau secara simultan (bersama-sama) variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.[32] Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan *probability* sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

1) Jika signifikansi > α (0,05), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2) Jika signifikansi < α (0,05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b. Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap dependen yang lain konstan. Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai T_{tabel}

[32] Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif:...*, 409.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

denga nilai T_{hitung}.[33] Apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen. $T_{hitung} > T_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan menerima H_1, jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan menolak H_1.[34]

Uji T juga bisa dilihat pada tingkat signifikansinya, yaitu:

1) Jika tingkat signifikansi < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
2) Jika tingkat signifikansi > 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

[33] Nawari, *Analisis Regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS,* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), 25.

[34] Asep Saefuddin. Dkk, *Statistik Dasar,* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010), 87.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id