

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang akan mendeskripsikan kejadian yang terjadi saat ini secara sistematis dan faktual yang bertujuan untuk menyelesaikan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode survey. Penelitian sistem survei ini merupakan pengumpulan informasi untuk mengambil sampel melalui kuesioner atau wawancara secara langsung, yang nantinya dapat di uraikan dengan berbagai unsur dari masyarakat. Menurut Sugiyono (2016:8) Menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan menurut Arikunto (2010:3) Menyatakan bahwa Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian". Dalam metode deskriptif ini, tujuan yang hendak dicapai adalah menggambarkan atau mendeskripsikan fakta-fakta atau membuat kesimpulan atas fenomena yang diselidiki.

B. Tahapan Penelitian

1. Lokasi atau Objek Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian di Muhammadiyah Bisnis Center Kota Metro yang terletak di Soekarno Hatta Kecamatan Metro Barat, Kota Metro, Lampung.

2. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2016: 117). Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Muhammadiyah Bisnis Center Kota Metro. Berdasarkan data dari pihak Muhammadiyah Bisnis Center Kota Metro jumlahnya sangat berfluktuatif untuk setiap bulannya.

3. Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan yang disebut sampel (Sugiyono, 2010: 117). Pada penelitian ini jumlah sampel ditentukan dengan rumus sampel minimal sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : jumlah sampel

Z : Score pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka $Z = 1,96$

Moe : Margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 5%

Dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2} = \frac{(1,96)^2}{4(5\%)^2} = \frac{3,8416}{0,04} = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 96 \text{ responden}$$

Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan adanya konsumen yang datang pada saat dilakukan penelitian.

C. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2016: 124) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

- a. Definisi Konseptual: kualitas pelayanan merupakan setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang digunakan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
- b. Definisi Operasional: pelayanan merupakan setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang digunakan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat

kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan *indikator tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* yang diukur menggunakan instrument dengan skala Likert dan diberikan kepada konsumen Muhammadiyah Bisnis Center Kota Metro

2. *Visual display*

- a. Definisi Konseptual: usaha mendorong perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan membeli melalui daya tarik penglihatan langsung.
- b. Definisi Operasional: usaha mendorong perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan membeli melalui daya tarik penglihatan langsung yang terdiri atas interior display, eksterior display dan window display yang diukur menggunakan instrument dengan skala Likert dan diberikan kepada konsumen Muhammadiyah Bisnis Center Kota Metro

3. *Stimulus discount*

- a. Definisi Konseptual: bahwa *stimulus discount* merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai upaya untuk mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen atas produk yang ditawarkan.
- b. Definisi Operasional: bahwa *stimulus discount* merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai upaya untuk mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen atas produk yang ditawarkan dengan indikator menjaring mendorong pembelian, antisipasi pesaing, dan jumlah pembelian yang diukur menggunakan instrument dengan skala Likert dan diberikan kepada konsumen Muhammadiyah Bisnis Center Kota Metro

4. *Positive Emotion*

- a. Definisi Konseptual: *Positive Emotion* merupakan keadaan emosi yang membawa pengalaman emosional yang menyenangkan atau menggembirakan.
- b. Definisi Operasional: *Positive Emotion* merupakan keadaan emosi yang membawa pengalaman emosional yang menyenangkan atau menggembirakan dengan indikator perasaan puas, nyaman, tertarik dan

semangat yang diukur menggunakan instrument dengan skala Likert dan diberikan kepada konsumen Muhammadiyah Bisnis Center Kota Metro.

5. *Impulsif Buying*

- a. Definisi Konseptual: *impulsif buying* merupakan keputusan membeli barang secara spontan tanpa direncanakan sebelumnya.
- b. Definisi Operasional: *impulsif buying* merupakan keputusan membeli barang secara spontan tanpa direncanakan sebelumnya dengan indikator spontan, tanpa pertimbangan matang, pembelian dengan emosi dan keinginan yang tidak dapat ditolak yang diukur menggunakan instrument dengan skala Likert dan diberikan kepada konsumen Muhammadiyah Bisnis Center Kota Metro.

Untuk mengukur variabel-variabel, dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Penjabaran operasional variabel dalam penelitian ini secara singkat sebagai berikut:

Table 3. Kisi-Kisi Instrumen

No.	Variabel	Indikator	Item	Skala
1.	Kualitas Pelayanan (X_1)	a. Kemampuan memberikan layanan (<i>Tangibles</i>) b. Keandalan (<i>Reliability</i>) c. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>), d. Jaminan (<i>assurance</i>) e. Empati (<i>emphaty</i>)	1,2 3, 4 5, 6 7, 8 9, 10	Likert
2.	<i>Visual display</i> (X_2)	a. <i>interior display</i> b. <i>eksterior display</i> c. <i>window display</i>	1,2,3, 4,5, 6, 7,8,9,10	Likert
3.	<i>Stimulus discount</i> (X_3)	a. menjaring mendorong pembelian b. antisipasi pesaing, c. jumlah pembelian	1,2,3 4,5, 6 7,8,9,10	Likert
4.	Perilaku <i>impulsif buying</i> (Y)	a. spontan b. tanpa pertimbangan matang c. pembelian dengan emosi d. keinginan yang tidak dapat ditolak	1, 2,3 4,5 6,7 8,9,10	Likert
5	<i>Positive Emotion</i> (Z)	a. perasaan puas, b. nyaman, c. tertarik d. semangat	1, 2,3 4,5 6,7 8,9,10	

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjuk suatu cara sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan, dokumentasi dan sebagainya. Data adalah sesuatu yang belum memiliki arti bagi penerimanya dan masih membutuhkan adanya suatu pengolahan. Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Library Research*/Riset kepustakaan

Library Research dilakukan dengan metode dokumentasi yaitu penelitian dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data yang berasal dari literatur dan karya ilmiah yang berhubungan dengan topik penelitian ini

2. *Field Research*/Penelitian lapangan

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan dengan melakukan pengamatan dan pengumpulan data.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung kepala pemilik Muhammadiyah Bisnis Center Kota Metro

c. Angket

Metode angket adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang digunakan untuk memperoleh informasi sampel dalam arti laporan pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui mengenai topik penelitian

E. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015: 199). Peneliti membagikan kuisisioner kepada responden berupa pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertutup. Pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan dengan alternatif-alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, teknik yang dipakai dalam pengukuran kuisisioner menggunakan *agree-disagree scale*.

Tabel 4. Nilai dan Kategori Jawaban Kuisisioner

Jawaban	Kategori	Nilai	
		Positif	Negatif
a	Sangat Setuju (SS)	5	1
b	Setuju (S)	4	2
c	Cukup Setuju (CS)	3	3
d	Tidak Setuju (TS)	2	4
e	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Instrumen dalam penelitian ini akan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas:

a. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2013: 52) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidak suatu kuesioner. Validitas adalah suatu yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keabsahan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Untuk menentukan validitas dari suatu penelitian dapat menggunakan korelasi *product moment* (Sugiyono, 2018: 248).

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{|N \sum x^2 - (\sum x)^2| |N \sum y^2 - (\sum y)^2|}}$$

r_{xy} = korelasi product moment

n = jumlah sampel

x = skor pertanyaan

y = skor total

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan.

Sehingga jika dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n - k$ dan dengan $\alpha = 5\%$,

- a. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid
- b. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid

b. Uji Reabilitas

Menurut sugiyono (2016: 173) Instrumen yang reliabel adalah instrument apabila yang digunakan beberapa kali untuk mengatur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reabilitas merujuk pada satu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena intrumen tersebut sudah baik. Menurut Ghozali (2013: 47) Reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variable atau

konstruk. Uji reabilitas ini dapat digunakan melalui SPSS, reabilitas dianggap reliable jika nilai *Cronbach Alpha Coefficient* ≥ 06 (Sugiyono, 2016: 141)

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_b t^2} \right]$$

Dimana :

r_{11} = Reliabilitas instrument/ koefisien reliabilitas

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

$\sigma_b t^2$ = varians total.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang peneliti gunakan untuk memberikan jawaban pada setiap item jawaban yaitu dengan menggunakan skala Likert. Skala likert yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh penulis yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

1. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:160) uji normalitas bertujuan apakah modal regresi variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) memiliki kontribusi atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk melihat penyebaran data yang normal atau tidak karena data diperoleh langsung dari pihak pertama melalui kuisisioner. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis uji statistik dan grafik. Pengujian terhadap normalitas dapat dilakukan dengan *uji chi-square goodness of fit*.

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{O_i - E_i}{E_i}$$

(Sumber : Arikunto, 2010:239)

Keterangan :

O_i : Frekuensi observasi pada kelas atau interval i

E_i : Frekuensi yang diharapkan pada kelas i didasarkan pada distribusi hipotesis, yaitu distribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk apakah dua variable mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan pada taraf 0,05. Dua variable dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan (*Linearity*) kurang dari 0,05.

c. Uji Homogenitas

Menurut Sugiyono (2013: 276) berpendapat bahwa uji homogenitas digunakan untuk memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variasi sama. Untuk mengukur homogenitas varians dari dua kelompok data digunakan rumus uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{\text{Varian terbesar}}{\text{Varian terkecil}}$$

Taraf signifikan yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$. Uji homogenitas menggunakan SPSS dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka memiliki varian yang homogenitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis linier berganda digunakan apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel tersebut (Sugiyono 2016: 192). Model regresi merupakan suatu model matematis yang dapat digunakan untuk mengetahui pola pengaruh antara dua variabel atau lebih. Permasalahan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_3Z + Z$$

(Sugiyono, 2016: 192)

Keterangan :

Y = variable dependent (*impulsif buying*)

X₁ = variable independent (kualitas pelayanan)

X₂ = variable independent (*visual display*)

X_3 = variable independent (*stimulus dicount*)

z = variable moderasi (*positive emotion*)

e = error

b_1, b_2, b_n = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variable dependent atas variabel independen.

3. Pengujian Hipotesis Penelitian

a. Uji Parsial (uji t)

Uji t dilaksanakan untuk mengetahui variabel X yang mana berpengaruh terhadap variabel dependen Y (Sigit, 2010: 119). Uji t menguji signifikan pengaruh variabel bebas (x) secara parsial terhadap variabel terikat (y) yang dapat dihitung:

$$t_{hitung} = \frac{\beta_1}{S\beta_1}$$

Ket:

β : Koefisien regresi

$S\beta_1$: Simpanan baku (Sugiyono, 2016: 179)

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungan. Maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dengan atau juga bias memperhatikan signifikan t lebih kecil atau sama dengan 0,05 dan juga bias diukur dengan melihat nilai signifikan lebih besar dari 0,05 sehingga ditarik kesimpulan apakah hipotesis (H_0) atau hipotesis *alternative* (H_a) tersebut ditolak atau diterima.

- 1) $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima
- 2) $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternative (H_a) ditolak

b. Uji bersama-sama (Simultan)

Uji F dasarnya menunjukkan apakah semua variable yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable terikat (Sugiyono, 2016: 215). Dapat dinyatakan berpengaruh secara signifikan apabila nilai sig yang dihasilkan $\leq \alpha$ (0,05):

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{1 - R^2}{n - k - 1}}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

K = jumlah variabel independen

n = jumlah data

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} atau bias juga dengan memperhatikan signifikan F lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau signifikansi F besar dari 0,05. Kriteria untuk menerima dan penolakan suatu hipotesis adalah:

- 1) $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima
- 2) $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternative (H_a) ditolak

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2016: 257) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 sampai satu, dan jika nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati satu menunjukkan bahwa semakin baik atau tepat garis regresi yang diperoleh dan begitupun sebaliknya jika nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati nol, maka tidak tepat garis regresi yang diperoleh. Dengan menggunakan rumus:

$$KD : R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = koefisien determinasi

KR = koefisien korelasi

G. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya. Jika menguji hipotesis penelitian dengan perhitungan statistik, maka rumusan hipotesis tersebut perlu diubah ke dalam rumusan hipotesis penelitian hanya dituliskan

salah satu saja yaitu hipotesis alternative (Ha) atau hipotesis nol (Ho). Sedangkan dalam hipotesis statistic keduanya dipasangkan sehingga dapat diambil keputusan yang tegas yaitu menerima Ho berarti menolak Ha, begitu juga sebaliknya. Hipotesis statistik pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penguji pengaruh X_1 terhadap Y

Ho : $\beta_1 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap perilaku *impulsif buying*

Ha : $\beta_1 > 0$: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap *impulsif buying*

2. Pengujian pengaruh X_2 terhadap Y

Ho : $\beta_2 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh *visual display* terhadap *impulsif buying*

Ho : $\beta_2 > 0$: Terdapat pengaruh *visual display* terhadap *impulsif buying*

3. Pengujian pengaruh X_3 terhadap Y

Ho : $\beta_3 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh *stimulus discount* terhadap *impulsif buying*

Ho : $\beta_3 > 0$: Terdapat pengaruh *stimulus discount* terhadap *impulsif buying*

4. Pengujian pengaruh Z terhadap Y

Ho : $\beta_4 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh *positive emotion* terhadap *impulsive buying*

Ho : $\beta_4 > 0$: Terdapat pengaruh *positive emotion* terhadap *impulsive buying*

5. Pengujian pengaruh $X_1, X_2, X_3,$ terhadap Y

Ho : $\beta_1, \beta_2, \beta_3 \leq 0$: Tidak terdapat moderasi *positive emotion* terhadap pengaruh kualitas pelayanan, *visual display*, dan *stimulus discount* terhadap *impulsif buying*.

Ho : $\beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$: Terdapat moderasi *positive emotion* terhadap pengaruh kualitas pelayanan, *visual display*, dan *stimulus discount*, terhadap *impulsif buying*.