

## **BAB III**

### **PROSEDUR PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2019:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif berupa survey. Menurut Sugiyono (2019:16) Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan Menurut Creswell (2017:13) “Penelitian kuantitatif memiliki ciri khusus yang utama diantaranya yaitu mendeskripsikan masalah penelitian melalui deskripsi tren atau kebutuhan akan suatu penjelasan hubungan antar variabel”. Jadi penelitian kuantitatif dimulai dengan mengenali akar penyebab dari suatu permasalahan yang timbul, lalu mencari kaitan antara berbagai variabel yang ada. Dengan demikian, tujuan akhirnya adalah memberikan jawaban yang optimal terhadap permasalahan yang sedang diteliti.

Penggunaan survey dalam penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data dari lingkungan yang alami. Meskipun demikian, peneliti memanfaatkan berbagai metode pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisioner, test, wawancara terstruktur (Sugiyono, 2019:15).

#### **3.1 Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2020 : 59) menjelaskan mengenai pengertian dari variabel yaitu : “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrumen penelitian. Setelah itu penulis akan melanjutkan analisis untuk mencari pengaruh suatu variabel dengan variabel lain. Variabel dalam penelitian ini adalah potongan harga dan gratis ongkos kirim sebagai variabel bebas dan pembelian impulsif sebagai variabel terikat

**Tabel 3. 1**  
**Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Konsep Teoritis</b>	<b>Konsep Empiris</b>	<b>Konsep Analitis</b>	<b>Skala</b>
Potongan Harga	Menurut Kotler (2003:299), potongan harga merupakan penghematan yang ditawarkan pada konsumen dari harga normal akan suatu produk, yang tertera di label atau kemasan produk tersebut.	<p>Potongan Harga diukur menggunakan angket/kuisiioneryang dibagikan kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwang tahun ajaran 2020 s.d 2022 Sutisna (Suhriyanto, Arifin, &amp; Slamet, 2018, p. 59) “ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel discount yang terdiri dari tiga indikator, yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendorong pembelian dalam jumlah yang besar. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan gairah untuk berbelanja</li> <li>• Pembelian dalam jumlah besar</li> </ul> </li> <li>2. Mendorong agar pembelian dapat dilakukan dengan tunai atau waktu yang lebih pendek. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mendorong pembelian tanpa berpikir Panjang</li> <li>• Mendorong pembelian diwaktu tertentu</li> </ul> </li> <li>3. Mengikat pelanggan untuk tidak pindah ke perusahaan lain <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjadi pelanggan tetap</li> <li>• Jenis produk yang mendapat diskon</li> </ul> </li> </ol>	Data diperoleh dari pengisian angket dengan menggunakan skala <i>likert</i> yang diberikan kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwang tahun ajaran 2020 s.d 2022 dengan kategori, sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sangat Tinggi</li> <li>2. Tinggi</li> <li>3. Cukup</li> <li>4. Rendah</li> <li>5. Sangat Rendah</li> </ol>	Ordinal

<p>Gratis Ongkos Kirim</p>	<p>Menurut Ibnu (2021), gratis ongkos kirim merupakan biaya pengiriman gratis, seperti kita ketahui bersama, penjual pada umumnya memberikan biaya pengiriman saat mengirimkan produk kepada pembeli.</p>	<p>Gratis Ongkos Kirim diukur menggunakan kuisioneryang dibagikan kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwang tahun ajaran 2020 s.d 2022 . Menurut Novita Sari (Ritonga &amp; Risal, 2023, p. 77) Indikator-indikator gratis ongkos kirim terdiri atas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perhatian <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki perhatian pada program gratis ongkos kirim</li> <li>• Memprioritaskan produk dengan gratis ongkos kirim saat ingin berbelanja</li> </ul> </li> <li>2. Ketertarikan <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tertarik dengan program gratis ongkos kirim yang ditawarkan</li> <li>• Gratis ongkos kirim memiliki daya Tarik tersendiri</li> </ul> </li> <li>3. Keinginan <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingin memiliki produk pada program gratis ongkos kirim yang ditawarkan</li> <li>• Membeli produk yang disukai saat memiliki voucher gratis ongkos kirim</li> </ul> </li> <li>4. Tindakan <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membeli produk yang ingin ditawarkan</li> <li>• Membeli produk</li> </ul> </li> </ol>	<p>Data diperoleh dari pengisian angket dengan menggunakan skala <i>likert</i> yang diberikan kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwang tahun ajaran 2020 s.d 2022 dengan kategori, sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sangat Tinggi</li> <li>2. Tinggi</li> <li>3. Cukup</li> <li>4. Rendah</li> <li>5. Sangat Rendah</li> </ol>	<p>Ordinal</p>
----------------------------	---	---	--	----------------

		untuk memenuhi syarat minimum transaksi		
Pembelian Impulsif (Y)	Engel dan Blackwell (dalam Dira, 2013:187) mendefinisikan pembelian impulsif ( <i>impulsive buying</i> ) ini sebagai suatu tindakan pembelian yang dibuat tanpa direncanakan sebelumnya atau keputusan pembelian dilakukan pada saat berada didalam toko.	<p>Pembelian Impulsif diukur menggunakan angket/kuisisioneryang dibagikan kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwang tahun ajaran 2020 s.d 2022. Bayley dan Nancarrow (Yistiani, Yasa, &amp; Suasana, 2012, p. 140) mengelompokkan pembelian impulsif menjadi empat indikator:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian spontan <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keinginan seketika</li> <li>• Hasrat diri</li> <li>• Spontan</li> </ul> </li> <li>2. Pembelian tanpa berpikir akibat <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketidakmampuan menolak</li> <li>• Tidak memikirkan konsekuensi setelah pembelian</li> </ul> </li> <li>3. Pembelian terburu-buru <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mempertimbangkan manfaat</li> <li>• Tidak mempertimbangkan keputusan</li> </ul> </li> <li>4. Pembelian dipengaruhi keadaan emosional <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mempertimbangkan emosi yang mendominasi pembelian</li> <li>• Atribut produk</li> </ul> </li> </ol>	Data diperoleh dari pengisian angket dengan menggunakan skala <i>likert</i> yang diberikan kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwang tahun ajaran 2020 s.d 2022 dengan kategori, sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sangat Tinggi</li> <li>2. Tinggi</li> <li>3. Cukup</li> <li>4. Rendah</li> <li>5. Sangat Rendah</li> </ol>	Ordinal

### 3.2 Desain Penelitian

Menurut Nasution (2012:23) “Desain penelitian merupakan rencana tentang cara mengumpulkan dan menganalisis data agar dapat dilaksanakan secara ekonomis serta serasi dengan tujuan penelitian itu”.

Dalam penelitian ini desain penelitian yang digunakan adalah desain Survey Eksplanatory untuk menyelidiki nilai-nilai dari dua atau lebih variabel yang berkorelasi dan menguji atau menentukan hubungan yang ada diantara mereka dalam lingkungan tertentu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh variabel bebas yaitu potongan harga dan gratis ongkos kirim terhadap variabel terikat yaitu perilaku pembelian impulsif.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi menurut sugiyono (2020:126) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa aktif Jurusan Pendidikan Ekonomi.

**Tabel 3. 2**  
**Populasi Penelitian**

No.	Angkatan	Jumlah
1.	2016	15
2.	2017	27
3.	2018	44
4.	2019	105
5.	2020	114
6.	2021	106
7.	2022	116
	<b>Total</b>	<b>527</b>

#### 3.4.1 Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Dalam penelitian ini teknik yang akan digunakan yaitu Teknik *Probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2019:129). Jenis yang digunakan yaitu *proportionate stratified random sampling*, Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proposional. (Sugiyono, 2019:130)

Arikunto (2013:174) menyatakan sampel adalah sebagian atau wakil untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel, yang dimaksud dengan menggeneralisasikan adalah mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi. Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus Slovin yang dikemukakan oleh Sugiyono (2020:137) dengan tingkat kepercayaan 95% dengan nilai  $e=5\%$ .

Populasi yang teridentifikasi pada penelitian ini adalah jumlah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi Tahun Ajaran 2016 s.d 2022 dengan jumlah 527 mahasiswa dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 5% (0,05) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 95%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$N = \frac{527}{1+(527 \cdot 0,05^2)}$$

$$N = \frac{336}{1 + (527 \cdot 0,0025)}$$

$$N = \frac{527}{1 + 1,3}$$

$$N = \frac{527}{2,3} = 229,13$$

(Dibulatkan 229)

Jadi diketahui dari perhitungan untuk ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 230 mahasiswa.

**Tabel 3. 3**  
**Distribusi Sampel**

No.	Angkatan	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel	
1.	2016	15	$\frac{15}{527} \times 229 = 6,5$	7
2.	2017	27	$\frac{27}{527} \times 229 = 11,7$	12
3.	2018	44	$\frac{44}{527} \times 229 = 19,1$	19
4.	2019	105	$\frac{105}{527} \times 229 = 45,6$	46
5.	2020	114	$\frac{114}{527} \times 229 = 49,5$	50
6.	2021	106	$\frac{106}{527} \times 229 = 46$	46
7.	2022	116	$\frac{116}{527} \times 229 = 50,4$	50
	<b>Total Populasi</b>	<b>336</b>	<b>Total Sampel</b>	<b>230</b>

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Terdapat beberapa teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Teknik pengumpulan data yang ada di dalam pengumpulan data ini didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2020:296) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data untuk diteliti lebih lanjut. Menurut Sugiyono (2020:194) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah Kuesioner. Kuesioner akan diberikan kepada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi Tahun Ajaran 2020 s.d 2022. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan penelitian. Penyebaran kuesioner dapat melalui secara digital dengan menyebarkan angket secara langsung kepada responden atau melalui Google Form yang disertai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan. Menurut Sugiyono (2020:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, diberikan satu persatu kepada responden yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

### **3.5 Instrumen Penelitian**

Menurut Suharsimi Arikunto (2014:203) “Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah”.

#### **3.6.1 Uji Instrumen Penelitian**

##### **3.6.1.1 Uji Validitas**

Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2020:175) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada



objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor total nya. Peneliti dalam mencari nilai korelasi akan menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi pearson product moment dengan rumus menurut Sugiyono (2020:246) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi product moment

$n$  = Jumlah responden dalam uji instrument

$\sum x_i$  = Jumlah hasil pengamatan variabel x

$\sum y_i$  = Jumlah hasil pengamatan variabel y

$\sum x_i y_i$  = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel x dan variabel y

$\sum x_i^2$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor x

$\sum y_i^2$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor y

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
2. Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ , maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Sugiyono (2020:180) menyatakan bahwa syarat minimum untuk suatu butir instrumen atau pernyataan dianggap valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (Statiscal Product

dan Service Solution). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul item Total Statistic. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai corrected item-Total Correlation masing-masing butir pertanyaan.

### 3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006). Adapun pengambilan keputusan untuk pengujian reliabilitas yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0,70

Dengan dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Suatu konstruk/ variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,70
2. Suatu konstruk/ variabel dikatakan tidak reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha < 0,70

Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut :

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

Keterangan:

$r_{11}$	: reliabilitas instrumen
$k$	: banyaknya butir pernyataan
$\sum \sigma_b^2$	: jumlah varians butir
$\sigma_t^2$	: varians total

Jika nilai alpha > 0.7 artinya reliabilitas mencukupi (sufficient reliability) sementara jika alpha > 0.80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakan sebagai berikut: Jika alpha > 0.90 maka reliabilitas sempurna.

Jika alpha antara 0.70 – 0.90 maka reliabilitas tinggi. Jika alpha 0.50 – 0.70 maka reliabilitas moderat. Jika alpha < 0.50 maka reliabilitas rendah. Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

**Tabel 3. 4**  
**Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variable</b>	<b>Koefisien Cronbach's Alpha</b>	<b>Tingkat Reliabilitas</b>
Potongan Harga	0,832	Tinggi
Gratis Ongkos Kirim	0,914	Tinggi
Pembelian Impulsif	0,865	Tinggi

### 3.6.2 Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen adalah indikator yang dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Untuk bisa menetapkan indikator-indikator dari setiap variabel yang diteliti, maka diperlukan wawasan yang luas mendalam tentang variabel yang diteliti, dan teori-teori yang mendukungnya. Kisi-kisi instrumen dari penelitian ini adalah produk, harga, tempat, dan promosi.

Berikut ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data:

**Tabel 3. 5**  
**Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

<b>Variable</b>	<b>No</b>	<b>Indikator</b>	<b>Kisi-kisi Instrumen</b>	<b>No. Item</b>	<b>Jumlah</b>
Potongan Harga (X1)	1	Mendorong pembelian dalam jumlah yang besar.	a. Meningkatkan gairah untuk berbelanja	1-3	3
			b. Pembelian dalam jumlah besar	4-6	3
	2	Mendorong agar pembelian dapat dilakukan dengan tunai atau waktu yang lebih pendek.	a. Mendorong pembelian tanpa berpikir panjang	7-8	2
			b. Mendorong pembelian diwaktu tertentu	9-11	3
	3	Mengikat pelanggan untuk tidak pindah ke perusahaan lain.	a. Menjadi pelanggan tetap	12	1
			b. Jenis produk yang mendapat diskon	13	1
Gratis Ongkos Kirim (X2)	1	Perhatian	a. Memiliki perhatian pada program gratis ongkir	1-3	3

Variable	No	Indikator	Kisi-kisi Instrumen	No. Item	Jumlah
	2	Ketertarikan	b. Memprioritaskan produk dengan gratis ongkos kirim saat ingin berbelanja	4-5	2
			a. Tertarik dengan program gratis ongkir yang ditawarkan	6-7	2
			b. Gratis ongkos kirim memiliki daya tarik tersendiri	8-10	3
	3	Keinginan	a. Ingin memiliki produk pada program gratis ongkir yang ditawarkan	11-12	2
			b. Membeli produk yang disukai saat memiliki voucher gratis ongkos kirim.	13-15	3
	4	Tindakan	a. Membeli produk yang ditawarkan pada program gratis ongkir	16-18	3
			b. Membeli Produk untuk memenuhi syarat minimum transaksi	19-21	3
	Pembelian Impulsif (Y)	1	Pembelian spontan	a. Keinginan seketika	1-2
b. Hasrat diri				3	1
c. Spontan				4	1
2		Pembelian tanpa	a. Ketidakmampuan menolak	5	1

Variable	No	Indikator	Kisi-kisi Instrumen	No. Item	Jumlah
		berpikir akibat	b. Tidak memikirkan Konsekuensi setelah pembelian	6	1
	3	Pembelian terburu-buru	a. Tidak mempertimbangkan manfaat	7	1
			b. Tidak mempertimbangkan keputusan	8-9	2
	4	Pembelian dipengaruhi keadaan emosiona	a. Tidak mempertimbangan emosi yang mendominasi pembelian	10-11	2
			b. Atribut produk	12	1
<b>Total</b>					<b>46</b>

### 3.6.3 Teknik Pengambilan Data

#### 3.6.3.1 Penskoran Angket/Kuisisioner

Dalam penelitian ini, penulis memanfaatkan kuisisioner/survey. Respons cara lain berdasarkan setiap titik masalah menggunakan alat, yaitu skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2020:146) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala likert, variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variable, indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk membuat instrument penelitian. Setiap item dari kuisisioner tersebut memiliki 5 jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda-beda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan dan mendukung pertanyaan skor tersebut berguna untuk mengetahui alternatif jawaban yang dipilih oleh responden. Untuk keperluan analisis kuantitatif, jawabannya sanggup menandai yang sebagai berikut:

**Tabel 3. 6**  
**Skala Likert**

Pernyataan Positif		Pernyataan Negatif	
Alternatif Jawaban	Skor	Alternatif Jawaban	Skor
SS (Sangat Setuju)	5	SS (Sangat Setuju)	1
S (Setuju)	4	S (Setuju)	2
KS (Kurang Setuju)	3	KS (Kurang Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2	TS (Tidak Setuju)	4
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	STS (Sangat Tidak Setuju)	5

*Sumber: Sugiyono (2013:93)*

### 3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2014:203) “Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diola”.

#### 3.6.1 Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2020:213) menyatakan bahwa Analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubah nya nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan variabel potongan harga ( $X_1$ ), gratis ongkos kirim ( $X_2$ ), dan pembelian impulsif ( $Y$ ). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel dependen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus menurut Sugiyono (2020:258) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

### 3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukannya sebuah analisis, terlebih dahulu dilakukan beberapa uji asumsi yang akan mendasari asumsi utama dari analisis regresi linier. Uji asumsi klasik adalah uji prasyarat yang digunakan untuk uji regresi dengan metode estimasi ordinal least squares (OLS). Uji asumsi klasik yang hasilnya memenuhi asumsi maka akan memberikan hasil best learn unbiased estimator (BLUE). Sebaliknya, apabila uji asumsi tidak memenuhi kriteria asumsi, maka model regresi yang diuji akan memberikan makna bias dan menjadi sulit untuk diinterpretasikan. Uji asumsi klasik meliputi beberapa uji sebagai berikut:

#### 3.6.1.1 Uji Normalitas

Ghozali (2018:161) menyatakan bahwa uji normalitas merupakan pengujian dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini dalam menguji normalitas data peneliti menggunakan uji Kolmogorov – Smirnov dengan nilai signifikansi 0,05. Adapun pengujian Kolmogorov – Smirnov dilakukan dengan membuat hipotesis. Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut :

1. Jika signifikan  $> \alpha$  (0,05) maka dapat dinyatakan  $H_0$  diterima yang berarti data residual terdistribusi normal.
2. Jika signifikan  $< \alpha$  (0,05) maka dapat dinyatakan  $H_0$  ditolak yang berarti data residual tidak terdistribusi normal.

#### 3.6.1.2 Uji Linieritas

Menurut Ghozali (2018 : 167) menyatakan bahwa “uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak”. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik.

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi pearson atau regresi linear. Pengujian pada SPSS versi 25 sebagai berikut :



1. Jika nilai (Deviation for Linearty) signifikansi  $> 0,05$ ; maka dapat disimpulkan dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear
2. Jika nilai (Deviation for Linearty) signifikansi  $< 0,05$ ; maka dapat disimpulkan dua variabel dikatakan tidak mempunyai hubungan yang linear (Priyatno, 2017 : 95-96).

### **3.6.1.3 Uji Multikolinearitas**

Ghozali (2018:107) menjelaskan bahwa pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik semestinya tidak akan terjadi kolerasi diantara variabel independen. Dalam mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilakukan dengan cara memperhatikan angka Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance. Tolerance bertujuan untuk mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independent lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah maka sama dengan nilai VIF tinggi karena  $VIF = 1/Tolerance$ . Adapun nilai cut off yang biasanya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah sebagai berikut :

1. Jika tolerance  $< 0,10$  dan  $VIF \geq 10$  maka terjadi multikolinieritas.
2. Jika tolerance  $> 0,10$  dan  $VIF \leq 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.

### **3.6.1.4 Uji Heteroskedastisitas**

Ghozali (2018:137) menjelaskan bahwa uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi dapat dinyatakan homoskedastisitas jika varian residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, sebaliknya model regresi dinyatakan heteroskedastisitas jika varian dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan lain berbeda. Jadi model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau dengan kata lain terjadinya model regresi homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas mempunyai kriteria pengujiannya sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan (Sig.)  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

2. Jika nilai signifikan (Sig.)  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

### 3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh potongan harga ( $X_1$ ), gratis ongkos kirim ( $X_2$ ), terhadap pembelian impulsif ( $Y$ ), secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ).

#### 3.6.3.1 Uji Parsial (t)

Pengujian hipotesis parsial digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat menjabarkan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### 3.6.3.2 Uji Simultan (F)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu potongan harga dan gratis ongkos kirim sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah pembelian impulsif. Hipotesis yang akan dikemukakan oleh peneliti pada halaman selanjutnya adalah dapat menjabarkan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_a$  diterima (signifikan).
2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel} \rightarrow H_0$  diterima dan sebaliknya  $H_a$  ditolak (tidak signifikan).

### 3.6.4 Uji Koefisien Determinasi (*R*)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh potongan harga (*X*<sub>1</sub>), gratis ongkos kirim (*X*<sub>2</sub>), terhadap pembelian impulsif (*Y*). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus. Analisis koefisien determinasi simultan Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel potongan harga (*X*<sub>1</sub>), dan gratis ongkos kirim (*X*<sub>2</sub>), terhadap variabel (*Y*) yaitu pembelian impulsif atau perhitungan koefisien determinasi secara simultan yang dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

$R^2$  = Koefesien korelasi berganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika Kd mendekati (0), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan lemah.
- b. Jika Kd mendekati (1), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

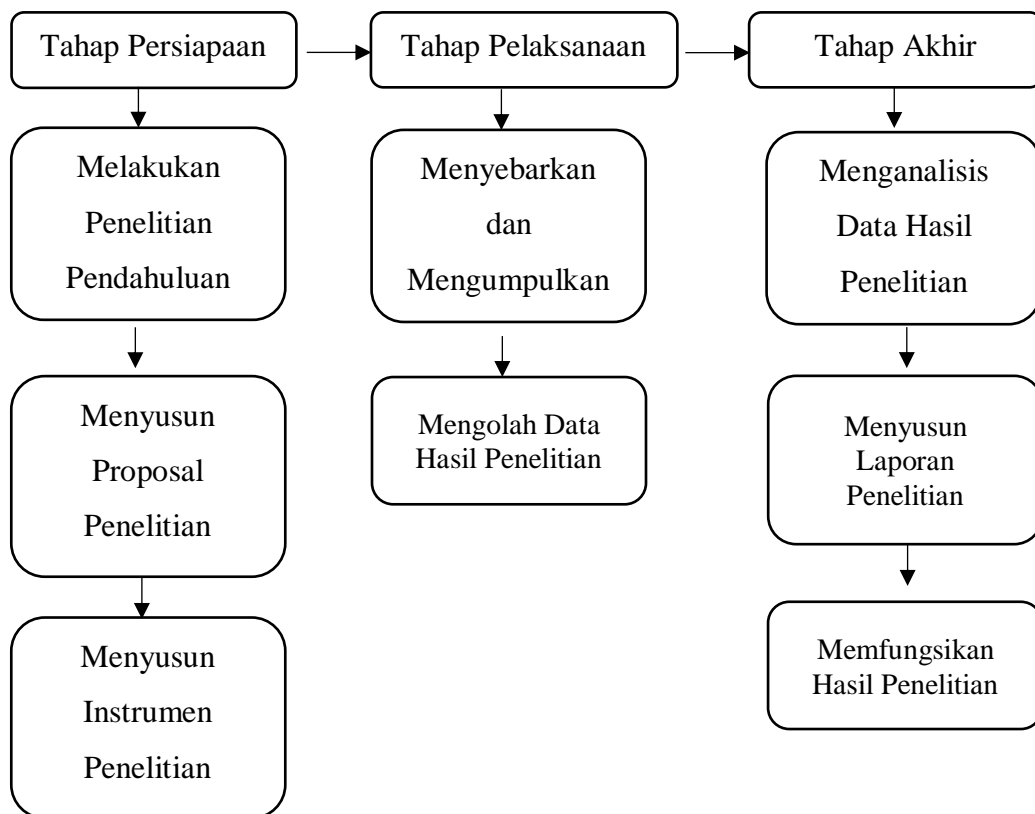
### 3.7 Langkah-langkah Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahapan kegiatan, yaitu:

1. Tahap Persiapan
  - a. Melakukan penelitian pendahuluan
  - b. Menyusun proposal penelitian
  - c. Menyusun instrumen penelitian
2. Tahap Pelaksanaan
  - a. Menyebarkan dan Mengumpulkan Angket
  - b. Mengolah Data Hasil Penelitian

## 2. Pelaporan Data

- a. Menganalisis Data Hasil Penelitian
- b. Menyusun Laporan Penelitian
- c. Memfungsikan Hasil Penelitian



**Gambar 3. 1**  
**Langkah-langkah Penelitian**

### 3.8 Tempat dan Waktu Penelitian

#### 3.9.1 Tempat Penelitian

Dalam mendapatkan data yang diperlukan untuk penelitian ini, penulis melakukan penelitian kepada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi Angkatan 2016 s.d 2022

#### 3.9.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan kurang lebih selama 7 bulan, terhitung dari bulan Januari 2023 sampai dengan Juli 2023. Mulai dari tahap persiapan hingga tahap akhir pembuatan tugas akhir.

Tabel 3. 7

Jadwal Kegiatan Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	<b>Tahap Persiapan</b>																												
	Melakukan penelitian pendahuluan	■	■	■	■																								
	Menyusun proposal penelitian					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■									
	Menyusun instrumen penelitian																				■	■							
2.	<b>Tahap Pelaksanaan</b>																												
	Menyebarkan dan Mengumpulkan Angket																					■							
	Mengolah Data Hasil Penelitian																					■	■						
3.	<b>Tahap Akhir</b>																												
	Menganalisis Data Hasil Penelitian																										■		
	Menyusun Laporan Penelitian																										■	■	
	Memfungsikan Hasil Penelitian																												■