

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian korelasi dengan pendekatan kuantitatif yaitu karena pada penelitian ini menggunakan dua variabel atau lebih dan tujuannya untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Metode kuantitatif adalah jenis penelitian yang didasarkan pada hal-hal yang konkret, faktual, dan nyata. Pendekatan ini menggunakan data empiris untuk menyelidiki suatu populasi atau sampel khusus, dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui instrumen penelitian. Proses analisis data dalam penelitian kuantitatif bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan oleh peneliti.

B. Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan proses menguraikan variabel menjadi sejumlah variabel operasional atau variabel empiris (indikator, item) yang secara langsung merujuk pada aspek-aspek yang dapat diamati atau diukur. Adapun pengukuran secara operasional dari tiap-tiap variabel dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Variabel Independen

Variabel independen atau lebih sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel ini merujuk pada faktor yang memiliki pengaruh atau menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel dependen (terikat). Jenis

variabel ini biasanya disimbolkan dengan huruf X. Adapun variabel independen dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

a. Motivasi Belanja Hedonis (X_1)

Motivasi belanja hedonis adalah suatu bentuk dorongan atau keinginan yang dimiliki oleh seseorang ketika berbelanja dengan maksud untuk meraih kesenangan semata. Pada situasi tersebut seorang konsumen meyakini bahwa berbelanja adalah suatu aktivitas yang menarik berdasarkan pemikiran emosional pribadi mereka.⁶⁵

b. Gaya Hidup Berbelanja (X_2)

Gaya hidup berbelanja (*shopping lifestyle*) merupakan sebuah perilaku yang melekat pada seseorang dan menjadi suatu bentuk kebiasaan dimana hal tersebut juga mencerminkan status sosial dan cara seseorang untuk mengalokasikan waktu dan uangnya untuk berbelanja berbagai produk, layanan, teknologi, fashion, hiburan dan pendidikan.⁶⁶

c. Emosi Positif (X_3)

Emosi positif menurut Nurlinda dkk diartikan sebagai suatu kondisi pikiran maupun perasaan yang dapat mempengaruhi dan menentukan tingkat keputusan konsumen dalam mengambil keputusan pada saat berbelanja.⁶⁷ Pada kondisi tersebut emosi positif seorang konsumen pada saat berbelanja menggambarkan rasa antusias, dorongan maupun kegembiraan.

⁶⁵ Utami, "Manajemen Ritel_Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia."

⁶⁶ NA Syafitri, "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna ECommerce Shopee."

⁶⁷ NA Syafitri.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau yang sering disebut sebagai variabel terikat, adalah suatu variabel yang terpengaruh atau mengalami akibat sebagai hasil dari keberadaan variabel bebas. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan huruf Y. Adapun variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pembelian impulsif. Pembelian impulsif diartikan sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli secara spontan, reflek, tiba-tiba, dan otomatis.⁶⁸ Hal tersebut sering terjadi ketika seorang konsumen menemukan berbagai produk yang dirasa cukup menarik perhatian.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

No.	Variabel Penelitian	Indikator	Sumber
1.	Motivasi Belanja Hedonis (X ₁)	<ul style="list-style-type: none"> a. Belanja adalah hal yang menarik pengalaman. b. Belanja adalah alternatif untuk mengatasi kebosanan. c. Berbelanja selain untuk diri mereka sendiri. d. Berbelanja cenderung yang menawarkan diskon dan harga yang murah. e. Kepercayaan dalam berbelanja akan tercipta saat mereka menghabiskan waktu bersama dengan keluarga atau teman. f. Berbelanja untuk mengikuti tren model terbaru 	Utami (2017)
2.	Gaya Hidup Berbelanja (X ₂)	<ul style="list-style-type: none"> a. Menanggapi setiap tawaran iklan terkait suatu produk yang diinginkan b. Belanja model terbaru c. Belanja merek terkenal d. Belanja dengan kualitas produk terbaik e. Membeli produk dengan merek yang berbeda 	Japariato dan Sugiharto (2019)

⁶⁸ DW Rook, "Normative Influences on Impulsive Buying Behavior."

		f. Yakin ada dari merek lain dalam kategori produk yang sama seperti yang dibeli	
3.	Emosi Positif (X ₃)	a. Pleasure (Menggembirakan) b. Arousal (Menggairahkan) c. Dominan (Mendominasi)	Sudarsono (2017)
4.	Pembelian Impulsif (Y)	a. Pembelian spontan b. Pembelian tanpa berpikir akibat c. Pembelian terburu-buru d. Pembelian dipengaruhi oleh emosional	Bayley & Nancarrow dalam Dewi & Melly (2021)

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari dan dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulannya.⁶⁹ Adapun untuk populasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini ialah mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi angkatan 2020-2023. Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti, jumlah mahasiswa aktif yang terdaftar pada program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020-2023 berjumlah 590 mahasiswa.⁷⁰

2. Sampel

Sampel secara sederhana diartikan sebagai sebagian kecil dari keseluruhan populasi, mencakup sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Proses

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2019: hlm.130.

⁷⁰ SIMAK UNSIL, "Daftar Mahasiswa Terdaftar Tahun Akademik 20231," Universitas Siliwangi, 2023, <https://simak.unsil.ac.id/>.

pengambilan sampel ini harus dilakukan dengan teliti sehingga dapat secara akurat mewakili seluruh populasi. Maka dari itu, sampel merupakan suatu pengambilan sebagian populasi dengan menggunakan teknik tertentu.⁷¹ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁷² Adapun untuk metode yang digunakan yaitu *purposive sampling*.

Purposive sampling dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan tujuan atau pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan.⁷³ Pendekatan ini bertujuan untuk menentukan jumlah sampel yang akan menjadi fokus penelitian. Hal ini berarti responden yang dipilih dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria sampel sebagai berikut :

- 1) Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi angkatan 2020-2023
- 2) Melakukan pembelian barang secara impulsif di shopee

Dalam penelitian ini, jumlah populasi yang diketahui secara keseluruhan berjumlah 590 orang. Rumus Slovin digunakan jika dalam suatu penelitian diketahui ukuran populasinya. Maka dari itu, untuk menentukan dan mengetahui jumlah sampel yang diambil, peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan.⁷⁴ Adapun rumusnya yaitu :

⁷¹ Usman Husaini, *Pengantar Statistik* (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2006).

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2019: hlm. 136.

⁷³ Hikmawati, *Metodologi Penelitian* (PT Rajagrafindo Persada, 2020).

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2019: hlm.143.

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = presentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%.

Berdasarkan rumus pengambilan sampel diatas, maka diperoleh :

$$n = \frac{590}{1 + 590(0,1)^2} = \frac{590}{1 + (590 \times 0,01)} = \frac{590}{1 + 5,9} = 85,5 \text{ dibulatkan menjadi } 86.$$

Maka hasil dari perhitungan diatas dengan menggunakan rumus Slovin dinyatakan bahwa jumlah sampel sebanyak 86 mahasiswa. Maka dari itu, sampel tersebut merupakan sampel minimal, sehingga untuk meningkatkan keakuratan hasil penelitian, maka dibulatkan menjadi 100 mahasiswa yang akan digunakan untuk penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran angket atau kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada responden yaitu mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi melalui google formulir. Kuesioner dapat berupa pernyataan tertutup atau terbuka. Media dalam penyebaran kuesioener secara online yang diberikan kepada responden dengan menggunakan *google formulir*.⁷⁵ Selain kuesioner, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini juga

⁷⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif (Bandung: Alfabeta, 2019: hlm. 219).

menggunakan wawancara dan dokumen pendukung dalam pengumpulan data pada penelitian ini.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang mempermudah peneliti dalam proses pengumpulan dan pengolahan data.⁷⁶ Pada penelitian ini, instrumen yang digunakan yaitu berupa angket atau kuesioner yang bisa berupa pernyataan maupun pertanyaan yang nantinya akan diisi oleh responden sesuai dengan tanggapan dan penilaian mereka.

Dalam penyajian beberapa pertanyaan yang terkait dengan kuesioner, peneliti menggunakan pengukuran skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan juga mengenai pendapat seseorang terkait dengan fenomena sosial yang sedang terjadi.⁷⁷ Dengan menggunakan skala Likert, variabel yang akan diukur dan diuraikan menjadi indikator variabel.

Indikator tersebut kemudian digunakan sebagai dasar untuk menyusun item-item instrumen yang bisa berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam pengumpulan data nya, peneliti menggunakan metode pengumpulan data melalui penggunaan angket tertutup. Pada angket tersebut, terdapat opsi jawaban yang telah disiapkan oleh peneliti, yang harus dipilih oleh responden dalam bentuk pilihan ganda. Oleh karena itu, untuk memudahkan penyusunan instrumen, berikut ini peneliti sajikan terkait kisi-kisi angket atau kuesioner penelitian, yaitu :

⁷⁶ S Arikunto, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*, Edisi Revisi (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006).

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2019).

1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Tabel 3. 2 Kisi-kisi instrumen penelitian

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	No.Item
Motivasi Belanja Hedonis (X_1)	Belanja adalah hal yang menarik pengalaman.	a. Berbelanja dapat menciptakan kebahagiaan	1,2
		b. Berbelanja dapat menciptakan rasa kepuasan tersendiri terhadap produk yang dibeli	
	Belanja adalah alternatif untuk mengatasi kebosanan	a. Berbelanja ketika merasa bosan/penat	3,4
		b. Berbelanja untuk memperbaiki suasana hati yang buruk	
	Berbelanja selain untuk diri mereka sendiri	a. Berbelanja untuk memberikan hadiah (gift) untuk orang lain	5,6
		b. Berbelanja dapat menciptakan kebahagiaan saat membelikan sesuatu untuk orang lain	
	Berbelanja cenderung yang menawarkan diskon dan harga yang murah.	a. Berbelanja karena adanya diskon yang sedang ditawarkan	7,8
		b. Berbelanja cenderung mencari produk yang memiliki penawaran harga lebih murah daripada produk lain	
	Kepercayaan dalam berbelanja akan tercipta saat mereka menghabiskan waktu bersama dengan keluarga atau teman.	a. Berbelanja bersama teman atau keluarga akan menyenangkan	9,10
		b. Berbelanja sebagai sarana berkumpul dan menghabiskan waktu	

		bersama teman atau keluarga	
	Berbelanja untuk mengikuti tren model terbaru	a. Berbelanja suatu produk/barang cenderung yang sedang trend	11,12
		b. Munculnya rasa antusiasme terhadap produk terbaru	
Gaya Hidup Berbelanja (X_2)	Menanggapi setiap tawaran iklan terkait suatu produk yang diinginkan	a. Berbelanja karena tertarik terhadap tampilan suatu produk yang ditawarkan melalui iklan maupun live shopping terhadap produk yang diinginkan	13,14
		b. Berbelanja karena tertarik dengan diskon produk yang ditawarkan terkait produk yang diinginkan	
	Belanja model terbaru	a. Berbelanja untuk mendapatkan model yang terbaru dari suatu produk	15,16
		b. Selalu update mengenai tren model produk terbaru	
	Belanja dari merek terkenal	a. Berbelanja karena cenderung lebih suka menggunakan produk dari merek terkenal	17,18,19
		b. Lebih percaya pada produk dengan merek yang terkenal karna dapat dipastikan memiliki kualitas yang terbaik	
c. Berbelanja dari merek terkenal walau harganya mahal			

	Belanja dengan kualitas produk terbaik	a. Membeli produk dari merek terkenal karena sudah dapat dipastikan memiliki kualitas yang terbaik	20,21
		b. Melakukan pembelian produk dengan melihat berbagai ulasan positif dan terbaik terhadap kepastian kualitas produk nya	
	Membeli produk dengan merek yang berbeda	a. Ketika berbelanja cenderung membeli produk yang sama tetapi dari merek yang berbeda karena harga nya lebih murah	22,23
		b. Ketika berbelanja cenderung akan membeli produk dengan merek yang berbeda jika dirasa sudah bosan dengan merek produk yang sebelumnya	
	Yakin ada merek lain dalam kategori produk yang sama seperti yang dibeli	a. Ketika berbelanja cenderung akan membeli produk dari merek lain hanya karena penasaran	24,25
		b. Ketika berbelanja cenderung membeli produk dari merek lain walaupun harga nya lebih mahal	
Emosi Positif (X_3)	Pleasure (Menggembirakan)	a. Ketika berbelanja saya merasa bahagia b. Ketika berbelanja saya merasa senang c. Ketika berbelanja saya merasa bersemangat	26,27,28

	Arousal (Menggairahkan)	a. Ketika berbelanja saya merasa puas	29,30
		b. Timbulnya rasa ingin membeli yang tinggi saat mempunyai ketertarikan pada suatu produk	
	Dominan (Mendominasi)	a. Kebebasan dalam memilih	31,32
		b. Kebebasan memiliki privasi	
Pembelian Impulsif (Y)	Pembelian spontan	a. Membeli barang tanpa ada perencanaan sebelumnya	33,34
		b. Membeli barang karena tergiur melihat promo dan diskon yang sedang ditawarkan	
	Pembelian tanpa berpikir akibat	a. Membeli tanpa memikirkan manfaat dari barang tersebut	35,36
		b. Membeli walaupun sedang tidak dibutuhkan	
	Pembelian terburu-buru	a. Membeli produk/barang karena sedang ada diskon yang ditawarkan melalui live shopping	37,38,39
		b. Membeli produk/barang karena terlihat sangat menarik	
		c. Membeli produk/barang karena adanya bonus item dan promo yang ditawarkan	
	Pembelian dipengaruhi oleh emosional	a. Adanya perasaan senang dan puas setelah melakukan pembelian	40,41

		b. Saat melakukan pembelian seringkali sulit untuk mengendalikan diri dari keinginan untuk membeli produk saat ada penawaran yang menarik	
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Adapun untuk memudahkan responden untuk menjawab beberapa pertanyaan kuesioner yang terdapat di dalam penelitian ini berupa skala likert yang disajikan dalam tabel di bawah ini yaitu :

Tabel 3. 3 Scoring Jawaban Kuesioner

Skala	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas ditujukan untuk menilai sejauh mana keabsahan suatu pengujian atau instrumen penelitian dapat diukur. Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dengan data yang terjadi dilapangan pada objek yang diteliti.⁷⁸ Pada uji validitas, suatu pernyataan dianggap valid

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 2016.

jika korelasi mempunyai tingkat signifikan <0.05 dan apabila nilai r -hitung $> r$ tabel.

Pengujian validitas instrumen penelitian ini disebarkan kepada 30 orang responden diluar responden yang sesungguhnya yang dimaksudkan sebagai uji coba instrumen. Instrumen penelitian ini terdiri dari 38 pernyataan dengan rincian 12 item pernyataan variabel motivasi belanja hedonis (X_1), 13 item pernyataan variabel gaya hidup berbelanja (X_2), 7 item pernyataan variabel emosi positif (X_3) dan 9 item pernyataan variabel pembelian impulsif (Y). Selanjutnya, dalam pengujian validitas instrumen pada penelitian ini menggunakan IBM SPSS Statistics 26.

Tabel 3. 4 Hasil Perhitungan Validitas Variabel Motivasi Belanja Hedonis

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,622	0,361	Valid
2.	0,700	0,361	Valid
3.	0,651	0,361	Valid
4.	0,534	0,361	Valid
5.	0,547	0,361	Valid
6.	0,716	0,361	Valid
7.	0,603	0,361	Valid
8.	0,663	0,361	Valid
9.	0,590	0,361	Valid
10.	0,733	0,361	Valid
11.	0,709	0,361	Valid
12.	0,615	0,361	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 26 tahun 2023

Pada tabel 3.4 diatas merupakan hasil pengujian validitas variabel motivasi belanja hedonis sebanyak 12 item pernyataan. Hasil pengujian semua item pada variabel motivasi belanja hedonis dinyatakan valid. Hal tersebut dilihat dari nilai r_{hitung} disetiap item $> r_{tabel}$ yaitu 0,361.

Tabel 3. 5 Hasil Perhitungan Validitas Variabel Gaya Hidup Berbelanja

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
13.	0,643	0,361	Valid
14.	0,332	0,361	Tidak Valid
15.	0,625	0,361	Valid
16.	0,661	0,361	Valid
17.	0,536	0,361	Valid
18.	0,306	0,361	Tidak Valid
19.	0,650	0,361	Valid
20.	0,485	0,361	Tidak Valid
21.	0,614	0,361	Valid
22.	0,556	0,361	Valid
23.	0,388	0,361	Valid
24.	0,657	0,361	Valid
25.	0,683	0,361	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 26 tahun 2023

Pada tabel 3.5 diatas, merupakan pengujian validitas untuk variabel gaya hidup berbelanja sebanyak 13 item pernyataan. Hasil pengujian pada variabel gaya hidup berbelanja dinyatakan 10 item valid yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sedangkan 3 item nya dinyatakan tidak valid. Hal tersebut dilihat dari nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Tabel 3. 6 Hasil Perhitungan Validitas Variabel Emosi Positif

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
26.	0,685	0,361	Valid
27.	0,797	0,361	Valid
28.	0,700	0,361	Valid
29.	0,642	0,361	Valid
30.	0,861	0,361	Valid
31.	0,672	0,361	Valid
32.	0,656	0,361	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 26 tahun 2023

Selanjutnya, pada tabel 3.6 diatas merupakan hasil pengujian validitas variabel emosi positif sebanyak 7 item pernyataan. Hasil pengujian pada semua item pada variabel emosi positif dinyatakan valid. Hal tersebut dilihat dari nilai r_{hitung} disetiap item $> r_{tabel}$ yaitu 0,361.

Tabel 3. 7 Hasil Perhitungan Validitas Variabel Pembelian Impulsif

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
33.	0,608	0,361	Valid
34.	0,537	0,361	Valid
35.	0,631	0,361	Valid
36.	0,656	0,361	Valid
37.	0,613	0,361	Valid
38.	0,515	0,361	Valid
39.	0,541	0,361	Valid
40.	0,672	0,361	Valid
41.	0,706	0,361	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 26 tahun 2023

Pada tabel 3.7 diatas menunjukkan hasil pengujian validitas pada variabel Y yaitu pembelian impulsif sebanyak 9 item pernyataan. Hasil

pengujian pada semua item variabel pembelian impulsif dinyatakan valid. Hal tersebut dilihat dari nilai r_{hitung} disetiap item $> r_{tabel}$ yaitu 0,361.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang diperoleh peneliti, seperti data hasil penyebaran kuesioner terhadap responden. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.⁷⁹ Maka dari itu, semakin tinggi nilai reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil alat pengukuran tersebut.

Uji reliabilitas dilakukan melalui aplikasi IBM SPSS Statistics 26 dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha*. Tingkat/taraf signifikan yang digunakan bisa 0,5, 0,6, hingga 0,7 tergantung kebutuhan dalam penelitian. Adapun kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji reliabilitas yaitu⁸⁰ :

- 1) Nilai *Alpha* 0,00-0,20 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai *Alpha* 0,21-0,40 berarti agak reliabel
- 3) Nilai *Alpha* 0,41-0,60 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai *Alpha* 0,61-0,80 berarti reliabel
- 5) Nilai *Alpha* 0,81-1,00 berarti sangat reliabel

Untuk uji validitas dan reliabilitas instrumen yang peneliti lakukan dalam penelitian ini, di uji kepada 30 responden yang merupakan Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas

⁷⁹ Sugiyono.

⁸⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Belajar SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009).

Siliwangi. Adapun hasil uji reliabilitas pada setiap variabel disajikan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 3. 8 Hasil Perhitungan Reliabilitas Variabel Motivasi Belanja Hedonis

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,854	0,70	Reliabel
2.	0,850	0,70	Reliabel
3.	0,856	0,70	Reliabel
4.	0,861	0,70	Reliabel
5.	0,860	0,70	Reliabel
6.	0,848	0,70	Reliabel
7.	0,855	0,70	Reliabel
8.	0,851	0,70	Reliabel
9.	0,857	0,70	Reliabel
10.	0,848	0,70	Reliabel
11.	0,848	0,70	Reliabel
12.	0,855	0,70	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 26 tahun 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 3.8 diatas, diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel motivasi belanja hedonis memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 yang berarti nilai tersebut dinyatakan telah memenuhi persyaratan dari uji instrument, sehingga variabel motivasi belanja hedonis dikatakan reliabel dan dapat digunakan.

Tabel 3. 9 Hasil Perhitungan Reliabilitas Variabel Gaya Hidup Berbelanja

No.	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
13.	0,809	0,70	Reliabel
14.	0,816	0,70	Reliabel
15.	0,796	0,70	Reliabel
16.	0,805	0,70	Reliabel
17.	0,808	0,70	Reliabel
18.	0,818	0,70	Reliabel
19.	0,798	0,70	Reliabel
20.	0,810	0,70	Reliabel
21.	0,794	0,70	Reliabel
22.	0,812	0,70	Reliabel
23.	0,813	0,70	Reliabel
24.	0,810	0,70	Reliabel
25.	0,805	0,70	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 26 tahun 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 3.9 diatas, diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel gaya hidup berbelanja memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 yang berarti nilai tersebut dinyatakan telah memenuhi persyaratan dari uji instrument, sehingga variabel gaya hidup berbelanja dikatakan reliabel dan dapat digunakan.

Tabel 3. 10 Hasil Perhitungan Reliabilitas Variabel Emosi Positif

No.	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
26.	0,822	0,70	Reliabel
27.	0,798	0,70	Reliabel
28.	0,818	0,70	Reliabel
29.	0,829	0,70	Reliabel

30.	0,785	0,70	Reliabel
31.	0,825	0,70	Reliabel
32.	0,834	0,70	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 26 tahun 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 3.10 diatas, diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel motivasi emosi positif memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 yang berarti nilai tersebut dinyatakan telah memenuhi persyaratan dari uji instrument, sehingga variabel emosi positif dikatakan reliabel dan dapat digunakan.

Tabel 3. 11 Hasil Perhitungan Reliabilitas Variabel Pembelian Impulsif

No.	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
33.	0,759	0,70	Reliabel
34.	0,771	0,70	Reliabel
35.	0,765	0,70	Reliabel
36.	0,753	0,70	Reliabel
37.	0,766	0,70	Reliabel
38.	0,771	0,70	Reliabel
39.	0,771	0,70	Reliabel
40.	0,751	0,70	Reliabel
41.	0,743	0,70	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 26 tahun 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 3.11 diatas, diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel pembelian impulsif memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 yang berarti nilai tersebut dinyatakan telah memenuhi persyaratan dari uji instrumen, sehingga variabel pembelian impulsif dikatakan reliabel dan dapat digunakan.

Tabel 3. 12 Hasil Rekapitulasi Perhitungan Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai Cronbach's alpha	Ketetapan	Keterangan
1.	Motivasi Belanja Hedonis (X1)	0,864	0,7	Reliabel
2.	Gaya Hidup Berbelanja (X2)	0,820	0,7	Reliabel
3.	Emosi Positif (X3)	0,838	0,7	Reliabel
4.	Pembelian Impulsif (Y)	0,782	0,7	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 26 tahun 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan pada tiap-tiap variabel nya menghasilkan nilai *Cronbach's alpha* > 0,70 yang berarti nilai uji reliabilitas semua variabel lebih besar dari taraf signifikansi, yaitu 0,7 Dengan demikian, berdasarkan hasil uji reliabilitas semua item kuesioner pada variabel motivasi belanja hedonis (X₁), gaya hidup berbelanja (X₂), emosi positif (X₃) dan pembelian impulsif (Y) dinyatakan reliabel dan dapat digunakan.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan alat analisis data menggunakan SPSS (Statistical Package for the Social Science) versi 26. SPSS merupakan aplikasi ataupun program yang digunakan untuk menganalisa data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametik maupun non-parametik.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan suatu metode yang digunakan untuk mendeskripsikan serta memberikan gambaran tentang distribusi frekuensi suatu variabel penelitian. Analisis deskriptif merupakan metode analisis data penelitian yang bertujuan untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan sampel yang digunakan. Proses analisis deskriptif ini melibatkan pengujian hipotesis deskriptif, dengan tujuan menentukan apakah hasil penelitian dapat diberlakukan secara umum atau tidak. Sedangkan, statistik deskriptif memberikan gambaran data dengan mempertimbangkan rata-rata, deviasi standar, nilai minimum, nilai maksimum, dan penjelasan terkait dengan angka-angka tersebut.

2. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas diaplikasikan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan analisis grafik dan uji statistik non-parametrik *One Sample Kolmogorov-Smirnov*.⁸¹ Implikasi dari terdistribusi normal ialah data akan mengikuti bentuk distribusi normal di mana data memfokus pada nilai median dan rata-rata. Adapun tolak ukur penerimaan jika nilai probabilitas (sig.) > taraf nyata 5% maka distribusi data normal, jika nilai probabilitas (sig.) < taraf nyata 5% maka distribusi data tidak normal.

⁸¹ Darma, Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Guepedia, 2021. hlm: 154).

b. Uji Linearitas

Uji linieritas merupakan uji yang dilakukan dengan mencari persamaan garis regresi antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan garis regresi yang telah dibuat, selanjutnya diuji keberartian koefisien garis regresi serta linieritasnya. Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Adapun model dalam penggunaan uji linearitas dapat dikatakan tepat dan dapat diterima jika nilai probabilitasnya $>0,05$.⁸²

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merujuk pada korelasi antar variabel bebas. Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat korelasi tinggi atau sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Jika terdeteksi adanya korelasi tinggi di antara variabel bebas, ini dapat dianggap sebagai indikasi terjadinya multikolinearitas dalam penelitian tersebut. Kriteria multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerancenya dan lawannya variance inflation factor (VIF). Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi dan menunjukkan kolinearitas yang tinggi.⁸³ Adapun interpretasi dari hasil uji multikolinearitas, yaitu sebagai berikut:

⁸² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016).hlm. 159.

⁸³ Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* (Guepedia, 2021. hlm: 103).

- 1) Jika nilai VIF < 10 atau nilai Tolerance $> 0,10$, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai VIF > 10 atau nilai Tolerance $< 0,10$, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah terdapat perbedaan varians dalam model regresi dan residu antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya.⁸⁴ Dalam pengamatan ini, untuk mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji Glejser dan melihat grafik *scatterplot* pada output *spss 26 version* untuk melihat sebaran data dalam analisis regresi berganda. Apabila terdapat suatu pola pada grafik tersebut maka data dapat dikatakan mengalami heteroskedastisitas (H_0 diterima), sebaliknya jika tidak terdapat pola pada grafik tersebut maka dapat dikatakan data tidak mengalami heteroskedastisitas (H_0 ditolak).

4. Uji Hipotesis

a. Koefisien Korelasi Sederhana

Koefisien korelasi digunakan untuk menghitung hubungan antara satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas.⁸⁵ Dalam ketentuannya, Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 yang diartikan bahwa tanda positif menunjukkan adanya korelasi

⁸⁴ K Perdana, *Olah Data Skripsi Dengan Spss 22* (Pangkal Pinang: Lab Kom Manajemen FE UBB, 2016).

⁸⁵ Budiwanto, *Metode Statistika : Untuk Mengolah Data Keolahragaan*. Hlm.76.

positif antara variabel-variabel yang diuji. Sedangkan tanda negatif menandakan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji. Semakin tinggi nilai koefisien korelasi yang dihasilkan yaitu mendekati 1 maka tingkat keeratan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen semakin tinggi. Begitupun sebaliknya, semakin rendah nilai yang dihasilkan pada koefisien korelasi antara variabel independen variabel dependen yaitu semakin mendekati 0, maka tingkat keeratan hubungan kedua variabel tersebut semakin lemah.⁸⁶

Tabel 3. 13 Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Koefisien Korelasi
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-0,1000	Sangat Kuat

b. Uji Parsial (Uji t)

Pada prinsip nya , uji t menunjukkan bahwa sejauh mana variabel bebas (independen) memengaruhi variabel terikat (dependen). Tingkat signifikansi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah 5%, dan dilakukan perbandingan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel. Adapun ketentuan dalam uji t yaitu sebagai berikut:

⁸⁶ Nuryadi, *Dasar-Dasar Statistika Penelitian* (Yogyakarta: SIBUKU MEDIA, 2017). Hlm.137.

- 1) Apabila nilai t hitung $>$ t tabel artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila nilai t hitung $<$ t tabel artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.⁸⁷

c. Analisis Regresi Sederhana

Regresi sederhana merupakan regresi dengan satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Tujuan dilakukannya metode ini yaitu untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai yang dihasilkan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun persamaan dari regresi sederhana dapat dijabarkan sebagai berikut :⁸⁸

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel dependen

X = variabel independen

a = konstanta (apabila nilai x sebesar 0, maka Y akan sebesar a atau konstanta)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

d. Koefisien Korelasi Berganda

Korelasi berganda merupakan cara perhitungan statistik dengan adanya korelasi antara dua atau lebih variabel bebas (X) dengan satu variabel terikat (Y). Adapun analisis korelasi berganda digunakan untuk

⁸⁷ E Caroline, *Metode Kuantitatif* (Surabaya: Media Sahat Cendekia, 2019).

⁸⁸ Sahir, *Metodologi Penelitian* (Medan: KBM Indonesia, 2021), hlm. 51-52.

mencari hubungan dan kontribusi dua atau lebih variabel bebas (X) yang secara bersama-sama dengan variabel terikat (Y).⁸⁹

e. Analisis Regresi Berganda

Analisis linear berganda merupakan alat analisis peramalan yang digunakan untuk mengetahui nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Tujuan dilakukannya analisis regresi linear berganda yaitu untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antar variabel bebas atau lebih dengan variabel terikat. Adapun model atau persamaan dari regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y	= Pembelian Impulsif
α	= Konstanta
$\beta_1 - \beta_3$	= Koefisien regresi masing-masing variabel
X ₁	= Motivasi Belanja Hedonis
X ₂	= Gaya Hidup Berbelanja
X ₃	= Emosi Positif
e	= Standar error

f. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) adalah suatu indikator yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Nilai (R²) dapat

⁸⁹ Jokhanan Kristoyono dan Suprihatin, *Statistika Ilmu Komunikasi Disertai Petunjuk Penggunaan Aplikasi SPSS* (Yogyakarta: Expert, 2019), hlm. 87.

mengalami perubahan baik naik maupun turun ketika satu variabel independen ditambahkan ke dalam model regresi.⁹⁰ Adapun ketentuan dalam uji koefisien determinasi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai (R^2) mendekati 1 artinya hubungan variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat.
- 2) Apabila nilai (R^2) mendekati 0 artinya hubungan variabel independen terhadap variabel dependen semakin lemah.

g. Uji Simultan (Uji F)

Pada prinsip nya, uji statistik F menentukan apakah secara keseluruhan variabel bebas (independen) memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%. Adapun ketentuan dalam uji F, yaitu sebagai berikut :

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dapat diartikan bahwa tidak terdapat⁹¹ pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas dengan variabel terikat.

⁹⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2012).

⁹¹ Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 252.

