

### BAB III

#### METODOLOGI PENELITIAN

##### A. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan informasi dengan tujuan dan kegunaan tertentu yaitu memecahkan suatu masalah.<sup>74</sup> Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, dan digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu dengan pengumpulan datanya menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah digunakan.<sup>75</sup>

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang menggunakan informasi yang diperoleh dari sasaran penelitian yang disebut responden dan informan melalui instrumen pengumpulan data seperti angket, observasi, wawancara, dan sebagainya.<sup>76</sup> Penelitian ini secara langsung melakukan pengamatan kelapangan ke lokasi untuk mendapatkan data-data yang relevan dengan penelitian, sehingga peneliti langsung terjun kelapangan untuk memperoleh data dari mahasiswa ekonomi syariah.

---

<sup>74</sup> Ngatno, “*Metodologi Penelitian Bisnis*”, (Semarang: Lembaga Pengembangan dan Penjaminan Mutu Pendidikan Universitas Diponogoro Semarang, 2015), hlm.11.

<sup>75</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*”, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 8.

<sup>76</sup> Rahmadi, “*Pengantar Metodologi Penelitian*”, (Kalimantan Selatan: Antasari Press, 2011), hlm. 15.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent.

## B. Operasional Variabel

Variabel penelitian secara operasional adalah menggambarkan atau mendeskripsikan variabel penelitian sedemikian rupa, sehingga variabel tersebut bersifat spesifik (tidak berinterpretasi ganda), dan terukur (*observable/measurable*)<sup>77</sup>.

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

### 1. Variabel Independen (X)

Variabel independent (variabel bebas), merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini disimbolkan dengan lambing “X”.<sup>78</sup> Yang menjadi variabel bebas pada penelitian ini yaitu *Hedonic Shopping Motivation* (X1), *Shopping Lifestyle* (X2), dan *E-Store Atmosphere* (X3). Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

#### a. *Hedonic shopping motivation* (X<sub>1</sub>)

Faktor *hedonic shopping motivation* dalam penelitian ini adalah motivasi pembelian hedonis pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Jurusan Ekonomi Syariah tentang pembelian impulsif atau *impulse buying* (variabel dependen). Indikator *hedonic shopping motivation* disini adalah *novelty* (hal baru), *Praise from other* (pujian dari orang lain), *fun* (kesenangan), *escapism* (pelarian), dan *social interaction* (interaksi sosial).

---

<sup>77</sup> Ngatno, “*Metodologi Penelitian Bisnis*”..., hlm. 124.

<sup>78</sup> Rahmadi, “*Pengantar Metodologi Penelitian*”..., hlm. 50

b. *Shopping lifestyle* (X<sub>2</sub>)

Faktor *shopping lifestyle* merupakan gambaran pola tingkah laku sehari-hari seseorang yang merefleksikan pilihan individu dalam pola konsumsi serta mengalokasikan uang dan waktu yang mereka punya. Indikator *shopping lifestyle* disini adalah membeli barang yang sedang promosi ataupun membeli setiap tawaran iklan, berbelanja merek terkenal, berbelanja trend atau model terbaru, yakin bahwa merek atau produk yang dibeli itu terbaik dalam hal kualitas, berbelanja kategori produk yang sama dengan merek yang berbeda, kegiatan rutin memenuhi semua kebutuhan, kegiatan sosial untuk bisa berhubungan dengan orang lain, dan berbelanja dengan memilih tempat berbelanja menunjukkan status sosial konsumen.

c. *E-Store atmosphere* (X<sub>2</sub>)

Faktor *e-store atmosphere* merupakan komponen dari toko yang dapat mempengaruhi konsumen baik secara emosi maupun persepsi akan citra sebuah toko yang pada akhirnya dapat menstimulasi minat beli konsumen. Indikator *e-store atmosphere* disini adalah semua syarat dalam mendesain kualitas *website* dan tata letaknya, seperti warna, warna *background*, *hyperlink*, *icon*, keseluruhan skema warna, jenis huruf, *Arrangement of Product Information Content and Image* atau penyusunan konten-konten informasi dan gambar yang disajikan kepada konsumen.

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel Independen**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Hedonic shopping motivation</i>	Hal baru ( <i>novelty</i> )	<i>Likert</i>
	Pujian dari orang lain ( <i>praise from other</i> )	<i>Likert</i>
	Kesenangan ( <i>fun</i> )	<i>Likert</i>
	Pelarian ( <i>escapism</i> )	<i>Likert</i>
	Interaksi sosial ( <i>social interaction</i> )	<i>Likert</i>
<i>Shopping lifestyle</i>	Membeli barang yang sedang promosi	<i>Likert</i>
	Berbelanja merek terkenal	<i>Likert</i>
	Berbelanja trend atau model terbaru	<i>Likert</i>
	Yakin bahwa merek atau produk yang dibeli itu terbaik dalam hal kualitas	<i>Likert</i>
	Berbelanja kategori produk yang sama dengan merek yang berbeda	<i>Likert</i>
	Kegiatan rutin memenuhi semua kebutuhan	<i>Likert</i>

	Kegiatan sosial untuk bisa berhubungan dengan orang lain	<i>Likert</i>
	Berbelanja dengan memilih tempat berbelanja menunjukkan status sosial konsumen	<i>Likert</i>
<i>E-Store Atmosphere</i>	Warna	<i>Likert</i>
	Warna <i>Background</i>	<i>Likert</i>
	<i>Hyperlink</i>	<i>Likert</i>
	<i>Icon</i>	<i>Likert</i>
	Keseluruhan skema warna	<i>Likert</i>
	Jenis huruf	<i>Likert</i>
	<i>Arrangement of Product Information Content and Image</i>	<i>Likert</i>

## 2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel ini dilambangkan dengan symbol “Y”.<sup>79</sup> Adapun yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Impulse Buying* (Y).

*Impulse buying* merupakan keputusan pembelian tidak terencana untuk dalam membeli produk baik barang atau jasa yang didorong secara spontan.

**Tabel 3. 2 Operasional Variabel Dependen (Y)**

Variabel	Indikator	Skala
<i>Impulse Buying</i> (Y)	Pembelian spontan	<i>Likert</i>
	<i>Just do it</i>	<i>Likert</i>
	Pembelian tanpa berfikir panjang	<i>Likert</i>
	Ketika melihat suatu produk langsung membelinya	<i>Likert</i>
	Pembelian terburu-buru	<i>Likert</i>
	Pembelian dipengaruhi keadaan emosional	<i>Likert</i>

---

<sup>79</sup> Rahmadi, “*Pengantar Metodologi Penelitian*” ..., hlm. 50.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan/ingin diteliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>80</sup>

Dari pengertian di atas populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah yang berjumlah 650 mahasiswa aktif tahun akademik 2024/2025.

### 2. Sampel

Menurut Syahrums dan Salim, sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi objek dalam penelitian. Dalam penetapan/pengambilan sampel dari populasi mempunyai aturan, yaitu sampel representative (mewakili) terhadap populasinya. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sampel jenuh, sampel jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, dilakukan bila populasi relatif kecil.<sup>81</sup>

Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan data dengan pertimbangan tertentu.<sup>82</sup> Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa ekonomi syariah yang pernah melakukan transaksi pembelian tanpa perencanaan atau pembeli impulsif (*impulse buying*).

---

<sup>80</sup> Syahrums, dan Salim, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*”, (Bandung: Citapustaka Media, 2014), hlm. 113.

<sup>81</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*”..., hlm. 81

<sup>82</sup> *Ibid.*, hlm. 85

Berdasarkan populasi sebanyak 650 mahasiswa dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, maka penentuan sampel pada penelitian ini dihitung berdasarkan rumus *Slovin*.<sup>83</sup>

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolelir atau diinginkan (e=10%)

Berdasarkan rumus *Slovin* selanjutnya dapat dihitung:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{650}{1 + (650 \times (10\%)^2)}$$

$$n = \frac{650}{1 + (650 \times 0.01)}$$

$$n = \frac{650}{1 + 6.50}$$

$$n = \frac{650}{7.50}$$

n = 86,6 yang dibulatkan menjadi 87

---

<sup>83</sup> Enny Radjab dan Andi Jam'an, "*Metodologi Penelitian Bisnis*", (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), hlm. 103.

Dengan demikian jumlah sampel pada penelitian ini adalah 87 orang.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah metode yang dilakukan peneliti untuk menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian. Berikut ini beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti, antara lain:

##### **1. Observasi**

Observasi menurut Sutrisno Hadi dalam bukunya Sugiyono, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.<sup>84</sup>

Peneliti menggunakan metode observasi untuk mengetahui secara langsung apa yang terdapat di lapangan terhadap aktivitas yang akan dilakukan untuk mendapatkan data tertulis yang dianggap relevan peneliti langsung melihat (observasi) ke tempat penelitian.

##### **2. Kuesioner (Angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.<sup>85</sup>

---

<sup>84</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*", hlm. 145.

<sup>85</sup> *Ibid...*, hlm. 142.

Peneliti menyampaikan kuesioner tersebut kepada responden kemudian diisi oleh responden. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Agama Islam Program Studi Ekonomi Syariah.

### 3. Wawancara

Wawancara merupakan suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya, dapat dilakukan melalui tatap muka maupun dengan menggunakan telepon.<sup>86</sup>

### 4. Dokumentasi

Dokumentasi ditunjukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, dan data yang relevan dalam penelitian.

## E. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian.<sup>87</sup> Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Dalam bukunya Purwanto, Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang terhadap suatu fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.<sup>88</sup>

Dalam skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut sebagai titik tolak

---

<sup>86</sup> *Ibid...*, hlm. 141.

<sup>87</sup> Purwanto, “*Teknik Penyusunan Instrumen*”, (Magelang: StaiaPress, 2018), hlm. 24.

<sup>88</sup> *Ibid...*, hlm. 43.

untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.<sup>89</sup> Pada penelitian ini, menggunakan lima poin.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai bentuk pernyataan berkonotasi SS, S, KS, TS, STS dengan penilaian skor 5-4-3-2-1. Adapun lebih jelasnya dapat dilihat dari Tabel sebagai berikut:

**Tabel 3. 3 Kriteria Penilaian Kuesioner**

Pernyataan	Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

**Tabel 3. 4**  
**Notasi, Nilai, atau Prediksi masing-masing pilihan untuk**  
**pernyataan Positif dan Negatif**

Nilai	Kriteria Jawaban Variabel (X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub> , X <sub>3</sub> ), (Y) Positif	Kriteria Jawaban Variabel (X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub> , X <sub>3</sub> ), (Y) Negatif	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	Sangat Tidak Setuju (STS)	5
2	Tidak Setuju (TS)	Tidak Setuju (TS)	4
3	Kurang Setuju (KS)	Kurang Setuju (KS)	3
4	Setuju (S)	Setuju (S)	2
5	Sangat Setuju (SS)	Sangat Setuju (SS)	1

<sup>89</sup> Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...”, hlm. 93.

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrument penelitian, maka dilakukan pengujian sebagai berikut:

#### 1) Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat validitas dan kesahihan suatu instrumen. Pengujian validitas item butir pertanyaan dengan teknik Corrected Item Total Correlation dengan bantuan program SPSS for windows yaitu mengkorelasi antara skor item dengan total item, kemudian melakukan koreksi terhadap nilai korelasi.<sup>90</sup> Tingkat validitas instrumen ini dianalisis dengan cara mengkorelasikan score item tiap pernyataan dan score total untuk seluruh pernyataan. Harga koefisiensi dalam penelitian ini dikatakan valid apabila harga koefisien  $r_{Hitung} > r_{Tabel}$  dan apabila  $r_{Hitung} < r_{Tabel}$  maka butir pernyataan dalam instrumen dinyatakan tidak valid.<sup>91</sup>

Instrumen *hedonic shopping motivation* terdiri dari 12 item pernyataan, setelah dilakukan analisis melalui SPSS 25 diperoleh hasil data dinyatakan valid. Dengan keterangan sebagai berikut:

**Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Transparasni (X1)**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel\ 5\%}$	Kriteria
1	0,228	0,176	Valid
2	0,421	0,176	Valid

<sup>90</sup> Dwi Priyanto, “5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17”, (Yogyakarta: ANDI, 2009), hlm. 167.

<sup>91</sup> Sugiyono, “Metode Penelitian Administrasi”, (Bandung: Alfabet, 1994), hlm. 115

3	0,716	0,176	Valid
4	0,641	0,176	Valid
5	0,712	0,176	Valid
6	0,322	0,176	Valid
7	0,606	0,176	Valid
8	0,612	0,176	Valid
9	0,737	0,176	Valid
10	0,659	0,176	Valid
11	0,659	0,176	Valid
12	0,483	0,176	Valid

Instrumen *shopping lifestyle* terdiri dari 12 item pernyataan, setelah dilakukan analisis melalui SPSS 25 diperoleh dan dinyatakan valid. Dengan keterangan sebagai berikut:

**Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Transparansi (X2)**

No. Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel 5%</sub>	Kriteria
1	0,277	0,176	Valid
2	0,531	0,176	Valid
3	0,647	0,176	Valid
4	0,219	0,176	Valid
5	0,440	0,176	Valid
6	0,700	0,176	Valid

7	0,632	0,176	Valid
8	0,636	0,176	Valid
9	0,383	0,176	Valid
10	0,182	0,176	Valid
11	0,525	0,176	Valid
12	0,626	0,176	Valid

Instrumen *e-store atmosphere* terdiri dari 7 item pernyataan, setelah dilakukan analisis melalui SPSS 25 diperoleh hasil dan dinyatakan valid. Dengan keterangan sebagai berikut:

**Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Transparansi (X3)**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel\ 5\%}$	Kriteria
1	0,233	0,176	Valid
2	0,284	0,176	Valid
3	0,359	0,176	Valid
4	0,523	0,176	Valid
5	0,182	0,176	Valid
6	0,181	0,176	Valid
7	0,432	0,176	Valid

Instrumen *Impulse buying* terdiri dari 15 item pernyataan, setelah dilakukan analisis melalui SPSS 25 diperoleh hasil dan dinyatakan valid. Dengan keterangan sebagai berikut:

**Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Transparansi (Y)**

<b>No. Item</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel 5%</sub></b>	<b>Kriteria</b>
1	0,625	0,176	Valid
2	0,294	0,176	Valid
3	0,435	0,176	Valid
4	0,679	0,176	Valid
5	0,711	0,176	Valid
6	0,767	0,176	Valid
7	0,509	0,176	Valid
8	0,544	0,176	Valid
9	0,617	0,176	Valid
10	0,433	0,176	Valid
11	0,448	0,176	Valid
12	0,468	0,176	Valid
13	0,615	0,176	Valid
14	0,677	0,176	Valid
15	0,351	0,176	Valid

## 2) Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah mengukur kestabilan alat ukur. Suatu alat ukur dikatakan reliable apabila dapat memberikan hasil yang sama bila dipakai untuk mengukur ulang. Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik pengukuran koefisien dari

Alpha.<sup>92</sup> Uji realibel dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha>0,60 maka riabile, dalam hal ini peneliti menggunakan rumusan *Cronbach Alpha*.<sup>93</sup>

**Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Transparansi (X1)**

<b>No. Item</b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Batasan</b>	<b>Kriteria</b>
1	0,938	0,60	Reliabel
2	0,937	0,60	Reliabel
3	0,935	0,60	Reliabel
4	0,935	0,60	Reliabel
5	0,935	0,60	Reliabel
6	0,938	0,60	Reliabel
7	0,936	0,60	Reliabel
8	0,936	0,60	Reliabel
9	0,934	0,60	Reliabel
10	0,935	0,60	Reliabel
11	0,935	0,60	Reliabel
12	0,937	0,60	Reliabel

**Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Transparansi (X2)**

<b>No. Item</b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Batasan</b>	<b>Kriteria</b>
-----------------	--------------------------------	----------------	-----------------

<sup>92</sup> Irwan Suhartono, “*Metode Penelitian Sosial*”, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000), hlm. 86.

<sup>93</sup> Husaini Usman, dan Purnomo, “*Pengantar Statistik*”, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 291.

1	0,938	0,60	Reliabel
2	0,936	0,60	Reliabel
3	0,935	0,60	Reliabel
4	0,938	0,60	Reliabel
5	0,937	0,60	Reliabel
6	0,935	0,60	Reliabel
7	0,935	0,60	Reliabel
8	0,935	0,60	Reliabel
9	0,937	0,60	Reliabel
10	0,938	0,60	Reliabel
11	0,936	0,60	Reliabel
12	0,936	0,60	Reliabel

**Tabel 3. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Transparansi (X3)**

<b>No. Item</b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Batasan</b>	<b>Kriteria</b>
1	0,938	0,60	Reliabel
2	0,938	0,60	Reliabel
3	0,937	0,60	Reliabel
4	0,936	0,60	Reliabel
5	0,938	0,60	Reliabel
6	0,938	0,60	Reliabel
7	0,937	0,60	Reliabel

**Tabel 3. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Transparansi (Y)**

<b>No. Item</b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Batasan</b>	<b>Kriteria</b>
1	0,935	0,60	Reliabel
2	0,938	0,60	Reliabel
3	0,937	0,60	Reliabel
4	0,935	0,60	Reliabel
5	0,935	0,60	Reliabel
6	0,934	0,60	Reliabel
7	0,936	0,60	Reliabel
8	0,936	0,60	Reliabel
9	0,936	0,60	Reliabel
10	0,937	0,60	Reliabel
11	0,937	0,60	Reliabel
12	0,937	0,60	Reliabel
13	0,936	0,60	Reliabel
14	0,935	0,60	Reliabel
15	0,938	0,60	Reliabel

## **F. Uji Prasyarat Analisis**

Uji prasyarat analisis meliputi uji asumsi dasar dan uji asumsi klasik, yaitu:

### **1. Uji Asumsi Dasar**

#### **a. Uji Normalitas Data**

Uji normalitas data merupakan uji distribusi yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik. Apabila data tidak berdistribusi normal, maka kita tidak dapat menggunakan analisis parametrik melainkan menggunakan analisis non-parametrik.<sup>94</sup> Normalitas data merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametrik seperti analisis korelasi pearson, uji beda rata-rata, analisis varian satu arah dan sebagainya. Disini akan dibahas uji normalitas dengan metode *one sample kolmogrov-smirnov*.<sup>95</sup> Jika signifikan  $> 0,05$  maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan  $< 0,05$  maka variabel tidak berdistribusi normal.<sup>96</sup>

#### b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Deviation for Linearity* dengan pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikan (*linearity*) lebih dari 0,05.<sup>97</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinieritas

---

<sup>94</sup> Kumba Digidowiselso, “*Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*”, (Jakarta: LPU-UNAS, 2017), hlm.68.

<sup>95</sup> Ce Gunawan, “*Mahir Menguasai SPSS*”, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2012), Cet.1, hlm. 52.

<sup>96</sup> Slamet Riyanto, dan Aglis Andhita Hatmawan, “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen, Teknik dan Pendidikan*”, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013), hlm. 137-139.

<sup>97</sup> Ce Gunawan, “*Mahir Menguasai SPSS*”..., hlm. 68.

Multikolinearitas adalah korelasi tinggi yang terjadi antara variabel bebas satu dengan variabel bebas lainnya. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$  maka dikatakan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.<sup>98</sup>

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian heterokedastitas dilakukan menggunakan tingkat signifikan 0,05. Apabila nilai signifikan  $> 0,05$  maka, hipotesis diterima karena data tersebut tidak ada heterokedastitas. Sebaliknya apabila nilai signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis ditolak karena data ada heterokedastitas.<sup>99</sup>

## G. Teknik Analisis Data

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti,

---

<sup>98</sup> Slamet Riyanto, dan Aglis Andhita Hatmawan, “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen, Teknik dan Pendidikan*”..., hlm. 139.

<sup>99</sup> Syafira Hafni Sahir, “*Metodologi Penelitian*” (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021), hlm. 69-70.

melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>100</sup>

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>101</sup> Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah pengujian data melalui table, grafik, diagram lingkaran, pictogram perhitungan modus, median mea (pengukuran tedensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi. Dalam penelitian ini, deskriptif data yang digunakan untuk menjelaskan masing-masing variabel yaitu *hedonic shopping motivation* ( $X_1$ ), *shopping lifestyle* ( $X_2$ ), *e-store atmosphere* ( $X_3$ ), dan *impulse buying* ( $Y$ ).

**Tabel 3. 13 Interpretasi Variabel *Hedonic Shopping Motivation* ( $X_1$ )**

Total Skor	Interpretasi
12-21	Buruk
22-31	Kurang Baik
32-41	Cukup Baik
42-51	Baik
52-60	Sangat Baik

Sumber : Data primer diolah, 2025

<sup>100</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D...*”, hlm. 147.

<sup>101</sup> Sugiyono, “*Metodologi Penelitian Manajemen*”, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 91.

**Tabel 3. 14 Interpretasi Variabel *Shopping Lifestyle* (X2)**

Total Skor	Interpretasi
12-21	Buruk
22-31	Kurang Baik
32-41	Cukup Baik
42-51	Baik
52-60	Sangat Baik

Sumber : Data primer diolah, 2025

**Tabel 3. 15 Interpretasi Variabel *E-store Atmosphere* (X3)**

Total Skor	Interpretasi
7-12	Buruk
13-18	Kurang Baik
19-24	Cukup Baik
25-30	Baik
31-35	Sangat Baik

Sumber : Data primer diolah, 2025

**Tabel 3. 16 Interpretasi Variabel *Impulse Buying* (Y)**

Total Skor	Interpretasi
15-27	Buruk
28-39	Kurang Baik
40-51	Cukup Baik
52-63	Baik
64-75	Sangat Baik

Sumber : Data primer diolah, 2025

## 2. Analisis Pengujian Hipotesis

### a. Uji Hipotesis 1-3

Untuk menguji hipotesis 1 sampai 3, peneliti menggunakan teknik analisis data sebagai berikut:

#### 1) Koefisien Korelasi Sederhana

Kolerasi sederhana dapat didefinisikan sebagai hubungan/keeratan antara dua variabel saja, dimana terdiri dari satu variabel *independent* (bebas) dan satu variabel *dependent* (terikat) dan juga mengetahui arah hubungannya.<sup>102</sup> Kolerasi sederhana dalam penelitian ini menunjukkan hubungan masing-masing antar variabel *hedonic shopping motivation* ( $X_1$ ) terhadap *impulse buying* (Y), *shopping lifestyle* ( $X_2$ ) terhadap *impulse buying* (Y), dan *e-store atmosphere* ( $X_3$ ) terhadap *impulse buying* (Y).

Dalam menguji validitas instrumen penelitian digunakan korelasi *product moment* yang diolah melalui SPSS. Untuk dapat diinterpretasi terhadap kuatnya hubungan tersebut, maka dapat digunakan pedoman seperti berikut:<sup>103</sup>

**Tabel 3. 17 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

Nilai Koefisien Korelasi	Keterangan
0,00 - 0,20	Tidak ada kolerasi
0,21 – 0,40	Korelasi lemah
0,41 – 0,60	Korelasi sedang
0,61 – 0,80	Korelasi kuat
0,81 – 1,00	Korelasi sempurna

<sup>102</sup> Albert Kurniawan, “*Belajar Mudah SPSS Untuk Pemula*”, (Yogyakarta: Mediakom, 2009), hlm. 26.

<sup>103</sup> Ridwan, “*Pengantar Statistika Sosial*”, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 217.

## 2) Analisis Regresi Sederhana

Regresi linier sederhana untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel bebas (*predictor* atau *independent*) terhadap variabel-variabel terikat (*response* atau *dependent*).<sup>104</sup> Regresi sederhana ini diolah dengan menggunakan SPSS. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji regresi sederhana adalah sebagai berikut:<sup>105</sup>

- (1) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  , maka tidak ada pengaruh variabel  $X_1$  terhadap  $Y$ ,  $X_2$  terhadap  $Y$ , dan  $X_3$  terhadap  $Y$ .
- (2) Jika nilai signifikan  $< 0,05$  , maka ada pengaruh variabel  $X_1$  terhadap  $Y$ ,  $X_2$  terhadap  $Y$ , dan  $X_3$  terhadap  $Y$ .

## 3) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel penjelas terhadap variabel respon. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya  $Y$  yang diterangkan oleh pengaruh linier  $X$  (berapa bagian nilai-nilai variabel  $X$ ). makin besar nilai  $R^2$  semakin bagus garis regresi yang terbentuk. Sebaliknya makin kecil nilai  $R^2$  makin tidak tepat garis regresi tersebut dalam mewakili data hasil observasi.<sup>106</sup>

---

<sup>104</sup> Johar Arifin, “SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi”, (Jakarta: Elwx Media Komputindo, 2017), hlm. 145.

<sup>105</sup> Moh. Pbunfu Tika, “Metodologi Riset Bisnis”, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 89.

<sup>106</sup> Dergibson Siagian Sugiarto, “Metode Statistika”, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 259.

Dalam analisis regresi yang melibatkan dua variabel X dan Y (regresi linier sederhana), koefisien determinasi mengukur tingkat ketetapan atau kecocokan regresi linier sederhana, yang menyatakan proporsi atau presentase sumbangan variabel X terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y.<sup>107</sup>

#### 4) Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara parsial (sendiri-sendiri). Uji t digunakan pada penelitian yang memiliki satu atau lebih variabel independen. Uji t dilakukan dengan menbandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara parsial/individual berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Dan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka variabel independen yang diuji tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.<sup>108</sup>

#### b. Uji Hipotesis 4

Untuk menguji hipotesis 4, peneliti menggunakan alat analisis sebagai berikut:

##### 1) Koefisien Korelasi Berganda

---

<sup>107</sup> *Ibid*, hlm. 260.

<sup>108</sup> Budi darma, “*Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*”, (Jakarta: Guepedia, 2021), hlm. 41.

Korelasi berganda didefinisikan sebagai hubungan/keeratan antara 2 variabel, dimana variabel lainnya dianggap sebagai variabel control/pengendali.<sup>109</sup> Korelasi penelitian ini menunjukkan secara bersamaan antara variabel *hedonic shopping motivation* (X1), *shopping lifestyle* (X2), dan *e-store atmosphere* (X3) terhadap *impulse buying* (Y). Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:<sup>110</sup>

**Tabel 3. 18**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien**  
**Korelasi (R)**

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

## 2) Regresi Berganda

Analisis regresi berganda yaitu regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Regresi berganda ditunjukkan untuk menentukan hubungan linier antar beberapa variabel bebas yang disebut X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, dan

<sup>109</sup> Albert Kurniawan, “Belajar Mudah SPSS Untuk Pemula”..., hlm. 35.

<sup>110</sup> Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”..., hlm.

seterusnya dengan variabel terikat yang disebut Y.<sup>111</sup> Untuk menguji regresi berganda bersamaan dilakukan asumsi klasik karena variabel independennya lebih dari satu maka perlu diuji keindependenan hasil uji regresi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya dengan menggunakan aplikasi SPSS.

### 3) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel penjelas terhadap variabel respon. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X (berapa bagian keragaman dalam variabel Y yang dapat dijelaskan oleh beragamnya nilai-nilai variabel X). Makin besar nilai  $R^2$  semakin bagus garis regresi yang terbentuk. Sebaliknya makin kecil nilai  $R^2$  makin tidak tepat garis regresi tersebut dalam mewakili data hasil observasi.<sup>112</sup>

Maka untuk melihat berapa besar pengaruh *hedonic shopping motivation*, *shopping lifestyle*, dan *e-store atmosphere* terhadap *impulse buying* dapat dicari dengan menggunakan koefisien determinasi yang kemudian nantinya akan diolah melalui aplikasi SPSS.

### 4) Uji Simultan (Uji F)

---

<sup>111</sup> Syafrizal Helmi, dan Muslich Lutfi, “*Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*”, (Medan: USU Press, 2014), hlm. 166.

<sup>112</sup> Dergibson Siagian Sugiarto, “*Metode Statistika*”..., hlm. 259.

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi.<sup>113</sup> Apabila nilai probabilitas signifikan  $< 0,05$ , maka variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

Nilai signifikan  $\alpha$  sebesar 0,05 atau 5%. Jika signifikan  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, yang berarti variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. jika signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima, yaitu variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.<sup>114</sup>

## **H. Waktu dan Tempat Penelitian**

### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi, karena sasaran dari penelitian ini adalah mahasiswa ekonomi syariah.

---

<sup>113</sup> Santoso, “*SPSS 20 Pengolahan Data Statistik di Era Informasi*”, (Jakarta: Gramedia, 2015), hlm. 238.

<sup>114</sup> Zulfikar, dan Nyoman Budiantara, “*Manajemen Riset dengan Pendekatan Komputansi Statistik*”, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), hlm. 186.

## 2. Jadwal Penelitian

**Tabel 3. 19 Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	Mei 2023	Agu 2023	Sep 2023	Nov 2024	Jan 2025	Feb 2025	Jun 2025	Jul 2025
1	SK Judul								
2	Penyusun usulan proposal penelitian								
3	Seminar proposal penelitian								
4	Pelaksanaan: a. Pengumpulan data b. Pengolahan data c. Penganalisaan data								
5	Pelaporan: a. Penyusunan laporan b. Laporan hasil penelitian								
6	Sidang skripsi								