

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menerapkan pendekatan deskriptif. Metode ini digunakan mengingat penelitian yang hendak dilakukan berfokus kepada hubungan antar variabel sehingga metode penelitian kuantitatif dianggap lebih relevan dalam menganalisis suatu populasi, selain itu metode ini juga menggunakan data dalam bentuk instrumen penelitian, menganalisis data yang bersifat statistik, serta bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah ditetapkan.⁷¹ Sedangkan metode penelitian deskriptif dapat digunakan dalam menggambarkan suatu fenomena yang terjadi dengan menghasilkan suatu data yang lebih akurat serta sistematis untuk dijadikan sumber dalam penelitian.⁷²

B. Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel yang meliputi berbagai pernyataan mengenai variabel, mekanisme, serta alat yang digunakan dalam penelitian. Sehingga operasional variabel menjadi unsur penting dalam mengetahui bagaimana cara pengukuran serta baik dan buruknya pengukuran variabel dalam penelitian.⁷³

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2022). hlm. 13.

⁷² Syafrida Hanif Sahir, *Metodologi Penelitian* (Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021). hlm. 6.

⁷³ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021). hlm. 62-63.

Variabel penelitian didefinisikan sebagai suatu komponen yang disiapkan peneliti dalam upaya merumuskan hipotesis penelitian. Variabel memiliki peranan penting dalam menunjang keberlangsungan suatu penelitian. Sehingga variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: Variabel Dependen dan Variabel Independen.

1) Variabel Dependen

Variabel Dependen bisa dikatakan sebagai variabel terikat atau sebagai variabel *output*, kriteria, serta konsekuen.⁷⁴ Variabel dependen akan dipengaruhi oleh variabel lainnya dalam suatu penelitian. Atau dengan kata lain, variabel dependen diprediksi akan dipengaruhi serta menjadi akibat dari adanya variabel independen. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan variabel pembelian impulsif (Y) sebagai variabel dependen.

2) Variabel Independen

Variabel Independen biasa dikatakan sebagai variabel bebas atau sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*.⁷⁵ Variabel independen didefinisikan sebagai variabel yang mempengaruhi serta menjadi alasan dari timbulnya variabel dependen dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga variabel independen, yaitu: Variabel *Self Reward* (X1), Variabel Promosi (X2), dan Variabel *Hedonic Shopping*

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013). hlm. 39.

⁷⁵ Ibid.

Value (X3). Adapun untuk pengukuran dan operasional kedua variabel telah disajikan dalam bentuk tabel operasional variabel berikut:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Pembelian Impulsif (Y)	1) <i>Spontaneity</i> (spontanitas) 2) <i>Power, compulsion, and intensity</i> (kekuatan, kompulsi, dan intensitas) 3) <i>Excitement and stimulation</i> (kegembiraan, dan stimulasi) 4) <i>Disregard for consequences</i> (mengabaikan konsekuensi)	Likert
2	<i>Self Reward</i> (X1)	1) Melakukan pembelian produk dengan tujuan untuk menyenangkan diri sendiri 2) Mengapresiasi serta memberi penghargaan kepada diri sendiri setelah menyelesaikan suatu pekerjaan 3) Merasa lebih baik setelah melakukan pembelian 4) Melakukan pembelian sebagai bentuk kepedulian serta perawatan diri 5) Menjadikan kegiatan berbelanja sebagai sarana dalam mengatasi stress yang berlebihan	Likert
3	Promosi (X2)	1) Frekuensi promosi	Likert

		2) Kualitas promosi 3) Kuantitas promosi 4) Waktu promosi 5) Ketetapan atau kesesuaian sasaran promosi	
4	<i>Hedonic Shopping Value (X3)</i>	1) <i>Adventure shopping</i> 2) <i>Social shopping</i> 3) <i>Gratification shopping</i> 4) <i>Idea shopping</i> 5) <i>Role shopping</i> 6) <i>Value shopping</i>	Likert

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan pengelompokan wilayah yang umumnya terdiri dari beberapa objek atau subjek yang memiliki kuantitas serta karakteristik sesuai dengan syarat yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta menghasilkan suatu penarikan kesimpulan.⁷⁶ Sehingga populasi ini mencakup keseluruhan subjek penelitian yang diantaranya ialah terdiri dari: makhluk hidup, benda, gejala, ataupun bisa berupa peristiwa yang mewakili kuantitas dan karakteristik sebagai sumber data dalam penelitian.⁷⁷ Secara umum populasi dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori, adapun diantaranya:

⁷⁶ Ibid., hlm. 80.

⁷⁷ Kamiruddin Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022). hlm. 80.

- 1) Populasi terhingga (*finite population*). Ialah suatu populasi yang dimana jumlah subjek ataupun objeknya terbatas dan diketahui jumlahnya.
- 2) Populasi tak terhingga (*infinite population*). Ialah populasi penelitian yang dimana subjek dan objeknya tidak diketahui batasan serta jumlahnya.⁷⁸

Populasi dalam penelitian ini ialah konsumen muslim pada marketplace shopee di kota Tasikmalaya. Sehingga dalam penelitian ini penulis menggunakan populasi tak terhingga, hal tersebut dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian tidak diketahui secara keseluruhannya.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh setiap populasi. Apabila tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari keseluruhan populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang dapat mewakili dalam penelitian.⁷⁹ Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif guna menghindari penarikan kesimpulan yang salah.

Teknik sampling digunakan untuk menentukan sampel yang akan dipilih dalam penelitian. Secara garis besar, teknik sampling dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu: *Probability Sampling*, dan *Nonprobability Sampling*.⁸⁰ *Probability Sampling* didefinisikan sebagai

⁷⁸ Nurulita Imansari, *Metodologi Penelitian Untuk Pendidikan Kejuruan* (Madiun: UNIPMA Press Universitas PGRI Madiun, 2023). hlm. 80-81.

⁷⁹ Kamiruddin Abdullah. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, hlm. 80-81.

⁸⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. hlm. 138.

pengambilan sampel terhadap populasi yang dalam mekanismenya sampel diberikan peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *Nonprobability Sampling* didefinisikan sebagai teknik pengambilan sampel yang dalam mekanismenya sampel tidak diberikan kesempatan serta peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability sampling* dengan teknik purposive sampling, purposive sampling menjadi salah satu teknik yang dianggap relevan dalam penelitian ini. Mengingat purposive merupakan salah satu teknik dalam penentuan sampel yang berdasarkan pada kriteria dan pertimbangan peneliti terhadap sampel penelitian.⁸¹ Dalam mekanismenya, responden diperkenankan mengisi kuesioner apabila sampel yang bersangkutan telah memenuhi kriteria dan dikatakan layak untuk menjadi sumber data. Adapun untuk karakteristik dari target responden ialah diantaranya:

- 1) Responden berdomisili di Kota Tasikmalaya dan merupakan seorang muslim.
- 2) Responden pernah melakukan pembelian produk tanpa perencanaan terlebih dahulu di marketplace shopee.
- 3) Responden terbiasa dan pernah melakukan kebiasaan *self reward*.
- 4) Responden memiliki pengalaman dan kebebasan dalam berbelanja.

⁸¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. hlm. 85.

Dikarenakan populasi penelitian tidak diketahui jumlahnya, maka untuk menentukan besarnya sampel penelitian yaitu dengan menggunakan rumus Paul Leedy.⁸² Sehingga dalam penelitian ini pendekatan rumus yang digunakan ialah:

$$\text{Rumus Paul Leedy: } N = \left(\frac{Z}{e}\right)^2 (P)(1 - P)$$

Keterangan: N= Ukuran sampel

Z= Nilai standard atau Tingkat kepercayaan (95%)

P= Jumlah proporsi (0,5)

e= Sampling error (10%)

Sehingga jumlah sampel yang diambil:

$$N = \left(\frac{Z}{e}\right)^2 (P)(1 - P)$$

$$N = \left(\frac{1,96}{0,1}\right)^2 (0,5)(1 - 0,5) = 96,04 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel, maka diketahui bahwa jumlah minimal sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah berjumlah 96 yang dibulatkan menjadi 100 sampel. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan kuesioner, sehingga peneliti akan melakukan penyebaran kuesioner pada konsumen muslim di kota Tasikmalaya yang pernah melakukan pembelian di marketplace Shopee. Dalam mekanismenya penulis akan mengambil sampel 10% pada setiap kecamatan di kota Tasikmalaya. Adapun untuk rinciannya sebagai berikut:

⁸² Imansari. *Metodologi Penelitian Untuk Pendidikan Kejuruan*, hlm. 108-109.

Tabel 3. 2 Jumlah Sampel

NO	Kecamatan	Jumlah Responden	Presentase
1	Bungursari	10	10%
2	Cibeureum	10	10%
3	Cihideung	10	10%
4	Cipedes	10	10%
5	Indihiang	10	10%
6	Kawalu	10	10%
7	Mangkubumi	10	10%
8	Purbaratu	10	10%
9	Tamansari	10	10%
10	Tawang	10	10%
TOTAL		100	100%

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data yang relevan untuk digunakan apabila jumlah responden tergolong banyak dan tersebar secara luas. Mekanismenya, kuesioner menjadi instrumen dalam pengumpulan data yang dimana responden mengisi beberapa butir pernyataan yang diajukan oleh peneliti.⁸³ Dalam penelitian ini, kuesioner disebar dengan memanfaatkan media google form kepada 100 responden muslim di kota Tasikmalaya yang pernah melakukan pembelian di marketplace shopee. Sehingga metode kuesioner dipilih sebagai metode

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. hlm. 216.

pengumpulan data agar peneliti dapat melakukan pengukuran terhadap variabel dependen dan independen dengan menggunakan skala likert.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data yang di mana peneliti memperoleh data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada narasumber mengenai suatu permasalahan.⁸⁴ Metode wawancara digunakan peneliti dalam membuat studi pendahuluan dengan tujuan untuk memperoleh serta menemukan letak permasalahan yang harus diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada salah satu narasumber mengenai keterkaitan variabel dalam penelitian. Wawancara ini termasuk kedalam wawancara terstruktur dengan menggunakan internet sebagai media penunjang.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat ukur yang digunakan untuk mempermudah peneliti dalam pengumpulan sumber data yang lebih sistematis pada suatu penelitian.⁸⁵ Untuk menentukan instrumen penelitian, peneliti diberikan kebebasan dalam memilih instrumen yang relevan dengan metode penelitian. Adapun untuk pilihan instrumen penelitian diantaranya ialah kuesioner, wawancara, observasi, serta dokumentasi.

⁸⁴ Ibid., hlm. 210.

⁸⁵ Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015). hlm. 247.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik penyebaran kuesioner sebagai instrumen penelitian dengan menggunakan skala pengukuran likert. Metode ini merupakan metode yang paling relevan dalam mengukur nilai, pengaruh serta hubungan antar variabel berdasarkan data yang diperoleh.⁸⁶ Maka dari itu, peneliti menggunakan skala likert dalam mengukur sikap, persepsi, serta pendapat seseorang mengenai suatu fenomena.⁸⁷ Dalam mekanismenya responden akan menanggapi beberapa pernyataan yang diajukan peneliti dalam bentuk skala, yang dapat berupa beberapa pilihan yang diantaranya:

- 1) Sangat tidak setuju
- 2) Tidak setuju
- 3) Ragu-ragu
- 4) Setuju
- 5) Sangat setuju

⁸⁶ Amruddin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Sukoharjo: Penerbit Pradina Pustaka, 2022). hlm. 86.

⁸⁷ Ibid., hlm. 88.

Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Item
Keputusan pembelian impulsif (Y)	<i>Spontaneity</i>	Saya pernah melakukan pembelian di Shopee secara spontan	1
		Saya seringkali melakukan pembelian tanpa pikir panjang	2
	<i>Power, compulsion, and intensity</i>	Saya sulit menahan diri untuk tidak melakukan pembelian terhadap suatu barang	3
		Setiap membuka aplikasi Shopee, saya terdorong untuk melakukan pembelian secara mendadak	4
	<i>Excitement and stimulation</i>	Saya senang melakukan pembelian di marketplace Shopee	5
		Melakukan aktivitas berbelanja membuat saya lebih bahagia	6
	<i>Disregard for consequences</i>	Saya pernah melakukan pembelian tanpa pikir panjang	7
		Saya pernah membeli produk tanpa memikirkan manfaat yang dihasilkan	8
<i>Self reward (X1)</i>	Melakukan pembelian produk dengan	Saya membeli produk dengan tujuan untuk mendapatkan kesenangan	9

	tujuan untuk menyenangkan diri sendiri	Dengan berbelanja di Shopee, dapat meningkatkan suasana hati saya	10
	Mengapresiasi serta memberi penghargaan kepada diri setelah menyelesaikan suatu pekerjaan	Mengapresiasi diri merupakan hal yang wajar	11
		Saya pernah membeli produk sebagai bentuk apresiasi atas usaha yang telah saya lakukan	12
	Merasa lebih baik setelah melakukan pembelian	Setelah melakukan pembelian di Shopee, suasana dan perasaan hati saya menjadi lebih baik	13
		Saya merasa puas setelah melakukan pembelian	14
	Melakukan pembelian sebagai bentuk kepedulian serta perawatan diri	Aktivitas berbelanja di Shopee menjadi bentuk kepedulian terhadap penampilan serta kesejahteraan diri sendiri	15
		Saya berbelanja di Shopee bertujuan untuk merawat serta memenuhi kebutuhan saya	16
	Menjadikan kegiatan berbelanja sebagai sarana dalam mengatasi stress yang berlebih	Setelah melakukan pembelian di Shopee, saya merasa lebih tenang dan bahagia	17
		Marketplace Shopee memberikan saya pengalaman belanja yang menyenangkan	18

Promosi (X2)	Frekuensi promosi	Saya lebih tertarik untuk melakukan pembelian apabila terdapat berbagai jenis promosi yang ditawarkan	19
		Saya sering melihat promosi produk yang ditawarkan	20
	Kualitas promosi	Informasi produk yang jelas dapat memudahkan saya dalam melakukan pembelian	21
		Promosi di Shopee sangat mudah untuk dipahami	22
	Kuantitas promosi	Marketplace Shopee sering memberikan berbagai bentuk promosi kepada konsumen	23
		Saya tertarik melakukan pembelian apabila terdapat banyak pilihan promosi yang menguntungkan	24
	Waktu promosi	Penawaran dalam rentang waktu terbatas bisa jadi faktor pendorong keputusan pembelian	25
		Saya selalu memperhatikan dan menyesuaikan jadwal promosi di Shopee sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian	26
	Ketetapan atau kesesuaian sasaran promosi	Saya merasa promosi Shopee cukup relevan dengan produk yang saya minati	27

		Promosi yang relevan dengan kebutuhan dapat mempengaruhi keputusan pembelian	28
<i>Hedonic shopping value</i> (X3)	<i>Adventure shopping</i>	Saya suka melihat berbagai jenis produk di Shopee, dan saya seringkali menjelajahi berbagai produk meskipun tidak berencana untuk melakukan pembelian	29
		Saya merasa senang melihat berbagai produk yang saya sukai	30
	<i>Social shopping</i>	Saya pernah melakukan pembelian produk karena melihat teman atau <i>public figure</i> menggunakannya	31
		Saya akan membeli suatu produk apabila direkomendasikan oleh orang sekitar	32
	<i>Gratification shopping</i>	Berbelanja di Shopee membuat saya senang, dan puas	33
		Saya merasa terhibur setelah berbelanja di marketplace Shopee	34
	<i>Idea shopping</i>	Saya dapat memperoleh ide dan inspirasi di marketplace Shopee	35

		Saya melakukan pembelian di Shopee untuk mengikuti serta mengetahui berbagai trend terbaru	36
	<i>Role shopping</i>	Saya membeli suatu produk yang dirasa sesuai untuk saya	37
		Saya akan membeli produk yang disukai	38
	<i>Value shopping</i>	Berbagai jenis promosi dan potongan harga di Shopee membuat pengalaman belanja lebih menyenangkan	39
		Saya merasa senang mendapatkan produk dengan harga yang lebih murah dari biasanya	40

F. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat ketepatan serta kecermatan instrumen penelitian dalam melakukan fungsinya. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila alat ukur yang digunakan dalam penelitiannya valid, sehingga validitas suatu instrumen penelitian menunjukkan tingkat kesesuaian dalam mengukur apa yang seharusnya diukur.⁸⁸ Untuk menguji validitas dari instrumen penelitian, bisa dilihat dari

⁸⁸ Imansari. *Metodologi Penelitian Untuk Pendidikan Kejuruan*, hlm. 113.

nilai signifikansi atau dari perbandingan nilai r hitung dan r tabel. Apabila nilai dari signifikansi $< 0,05$ atau nilai r hitung $> r$ tabel, bisa diketahui bahwa instrumen penelitian yang digunakan sudah valid.⁸⁹ Untuk hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut ini:

Tabel 3. 4 Uji Validitas

No Item	Item Pernyataan	Nilai Signifikansi	Keterangan
Pembelian Impulsif (Y)			
1	Y1	0,000	Valid
2	Y2	0,000	Valid
3	Y3	0,000	Valid
4	Y4	0,000	Valid
5	Y5	0,000	Valid
6	Y6	0,000	Valid
7	Y7	0,000	Valid
8	Y8	0,000	Valid
Self Reward (X1)			
9	X1_1	0,000	Valid
10	X1_2	0,000	Valid
11	X1_3	0,000	Valid
12	X1_4	0,000	Valid
13	X1_5	0,000	Valid
14	X1_6	0,000	Valid
15	X1_7	0,000	Valid
16	X1_8	0,000	Valid
17	X1_9	0,000	Valid
18	X1_10	0,000	Valid

⁸⁹ Kamiruddin Abdullah. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, hlm. 77.

Promosi (X2)			
19	X2_1	0,000	Valid
20	X2_2	0,000	Valid
21	X2_3	0,000	Valid
22	X2_4	0,000	Valid
23	X2_5	0,000	Valid
24	X2_6	0,000	Valid
25	X2_7	0,000	Valid
26	X2_8	0,000	Valid
27	X2_9	0,000	Valid
28	X2_10	0,000	Valid
<i>Hedonic Shopping Value (X3)</i>			
29	X3_1	0,000	Valid
30	X3_2	0,000	Valid
31	X3_3	0,000	Valid
32	X3_4	0,000	Valid
33	X3_5	0,000	Valid
34	X3_6	0,000	Valid
35	X3_7	0,000	Valid
36	X3_8	0,000	Valid
37	X3_9	0,000	Valid
38	X3_10	0,000	Valid
39	X3_11	0,000	Valid
40	X3_12	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan pemaparan yang disajikan dalam Tabel 3.4 menunjukan bahwa pernyataan pada masing-masing instrumen penelitian sudah memenuhi syarat dan dikatakan valid. Sehingga dapat disimpulkan keseluruhan indikator pada variabel Pembelian Impulsif (Y), *Self Reward*

(X1), Promosi (X2), dan *Hedonic Shopping Value* (X3) menghasilkan nilai signifikansi $< 0,05$.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian dapat dipercaya serta diandalkan. Apabila dalam pengukuran menghasilkan data dengan tingkat reliabilitas yang tinggi, maka instrumen penelitian termasuk kedalam pengukuran yang reliabel.⁹⁰ Namun apabila pengukuran menghasilkan data yang tidak reliabel, tentunya instrumen penelitian tidak dapat dikatakan akurat karena konsistensi merupakan syarat bagi sebuah keakuratan. Untuk menguji apakah instrumen penelitian dikatakan reliabel, bisa dilihat dari hasil uji *Cronbach Alpha*. Apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka instrumen penelitian bisa dikatakan reliabel. Untuk hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel 3.5 berikut ini:

Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas

No Item	Item Pernyataan	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Pembelian Impulsif (Y)			
1	Y1	0,800	Reliabel
2	Y2	0,755	Reliabel
3	Y3	0,753	Reliabel
4	Y4	0,760	Reliabel
5	Y5	0,804	Reliabel
6	Y6	0,802	Reliabel
7	Y7	0,741	Reliabel

⁹⁰ Imansari. *Metodologi Penelitian Untuk Pendidikan Kejuruan*, hlm. 116.

8	Y8	0,765	Reliabel
<i>Self Reward (X1)</i>			
9	X1_1	0,838	Reliabel
10	X1_2	0,815	Reliabel
11	X1_3	0,823	Reliabel
12	X1_4	0,824	Reliabel
13	X1_5	0,817	Reliabel
14	X1_6	0,816	Reliabel
15	X1_7	0,818	Reliabel
16	X1_8	0,827	Reliabel
17	X1_9	0,805	Reliabel
18	X1_10	0,816	Reliabel
<i>Promosi (X2)</i>			
19	X2_1	0,866	Reliabel
20	X2_2	0,865	Reliabel
21	X2_3	0,874	Reliabel
22	X2_4	0,871	Reliabel
23	X2_5	0,871	Reliabel
24	X2_6	0,867	Reliabel
25	X2_7	0,871	Reliabel
26	X2_8	0,876	Reliabel
27	X2_9	0,869	Reliabel
28	X2_10	0,869	Reliabel
<i>Hedonic Shopping Value (X3)</i>			
29	X3_1	0,832	Reliabel
30	X3_2	0,824	Reliabel
31	X3_3	0,841	Reliabel
32	X3_4	0,846	Reliabel
33	X3_5	0,819	Reliabel
34	X3_6	0,825	Reliabel

35	X3_7	0,841	Reliabel
36	X3_8	0,842	Reliabel
37	X3_9	0,828	Reliabel
38	X3_10	0,822	Reliabel
39	X3_11	0,821	Reliabel
40	X3_12	0,831	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan pemaparan yang disajikan dalam Tabel 3.5 diketahui bahwa keseluruhan item pernyataan pada variabel Pembelian Impulsif, variabel *Self Reward*, variabel Promosi, dan variabel *Hedonic Shopping Value* memperoleh nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa item masing-masing variabel dalam penelitian sudah memenuhi kriteria yang ditentukan, sehingga keseluruhan item pada variabel dapat dikatakan reliabel, konsisten, dan dapat diandalkan.

G. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dalam penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik ialah model yang terdistribusi secara normal dan memiliki residu, sehingga residu bisa dikatakan berdistribusi normal apabila nilai residual dalam penelitian mendekati serta mengikuti bentuk dari

distribusi normal.⁹¹ Untuk membuktikan apakah data dalam penelitian terdistribusi secara normal, uji normalitas bisa dilakukan dengan cara menggunakan *One Sample Kolmogrov-smirnov*. Jika hasilnya menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual terdistribusi secara normal, sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak terdistribusi secara normal.⁹²

2) Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui bagaimana linieritas data dalam penelitian sebagai salah satu syarat dilakukannya analisis regresi linear. Hal tersebut dikarenakan uji linearitas merupakan prasyarat yang dilakukan sebelum menguji hipotesis terkait pengaruh antar variabel dalam penelitian.⁹³ Untuk membuktikan apakah variabel dalam penelitian mempunyai hubungan yang linear atau tidak, maka peneliti melakukan pengujian dengan menggunakan *Test for Linearity* pada SPSS. Jika hasilnya menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$ maka dikatakan model regresi tidak linear, sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka model regresi dikatakan mempunyai hubungan yang linear.⁹⁴

3) Uji Multikolinearitas

⁹¹ Resista Vikaliana, *Ragam Penelitian Dengan SPSS* (Sukoharjo: Penerbit Tahta Media Grup, 2022). hlm. 19.

⁹² Sihabudin, *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS* (Banyumas: Penerbit CV. Pena Persada, 2021). hlm. 76.

⁹³ Suciati Rahayu Widyastuti, *Bahan Ajar Statistika Inferensial (Jilid 1)* (Cirebon: UNU Cirebon Press, 2022). hlm 25.

⁹⁴ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Gorontalo: CV. WADE GROUP, 2016). hlm. 94.

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ini ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam penelitian. Apabila dalam model regresi terindikasi adanya korelasi antar variabel bebas, maka dapat diketahui bahwa hubungan antar variabel independen terhadap variabel dependen akan sedikit terganggu.⁹⁵ Untuk membuktikan variabel independen terbebas dari gejala, maka uji multikolinearitas dapat dilihat dari hasil nilai *Tolerance* dan nilai *Varian Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* > 0,10 atau nilai VIF < 10 maka dalam model regresi tidak terjadi gejala multikolinieritas.⁹⁶

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksesuaian varian dari residual suatu pengamatan pada model regresi. Hal tersebut dikarenakan model regresi yang baik ialah model yang telah memenuhi persyaratan yang dimana terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Mengingat gejala heteroskedastisitas menjadi salah satu faktor yang menyebabkan model regresi tidak akurat.⁹⁷ Untuk membuktikan apakah model regresi tidak memiliki gejala heteroskedastisitas, pengujian bisa dilakukan dengan cara metode Uji *Glejser*. Apabila dalam pengujian ini

⁹⁵ Vikaliana. *Ragam Penelitian Dengan SPSS*, hlm. 16.

⁹⁶ Sihabudin. *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*, hlm, 141.

⁹⁷ Vikaliana. *Ragam Penelitian Dengan SPSS*, hlm. 24.

menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$, maka dapat diketahui dalam model regresi tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas.⁹⁸

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena secara objektif.⁹⁹ Sehingga statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis serta mendeskripsikan data dari sampel yang terkumpul tanpa bermaksud untuk membuat serta menarik suatu kesimpulan secara umum mengenai permasalahan yang diangkat.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengukur pola hubungan dan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis ini dapat dilakukan apabila variabel telah memenuhi syarat dalam penelitian, yaitu: sampel penelitian harus diperoleh dan diambil secara random, serta hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat harus mempunyai hubungan yang cenderung kausal (sebab-akibat).¹⁰⁰ Dalam pengujian ini data yang digunakan berskala interval atau rasio, sehingga hubungan ini dapat disampaikan melalui rumus:

⁹⁸ Sihabudin. *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*, hlm. 136.

⁹⁹ Fred L. Benu, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian, Dan Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019). hlm. 192.

¹⁰⁰ Rizka Zulfikar, *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode, Dan Praktik)* (Bandung: Widina Media Utama, 2024). hlm. 147-148.

$$Y = \alpha + bX$$

Dimana: Y = Variabel dependen

α = Konstanta atau *intersept*

b = Koefisien regresi (*slope*)

X = Variabel independen

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi berganda digunakan untuk model penelitian yang terdiri dari beberapa variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui serta membuktikan bagaimana hubungan antar kedua variabel, sehingga peneliti bisa mengetahui apakah hubungan variabel tergolong positif, serta peneliti dapat memprediksi nilai antar variabelnya.¹⁰¹ Sehingga persamaan analisis regresi dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

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

Dimana: Y = Keputusan pembelian impulsif

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

X1 = *Self reward*

¹⁰¹ Mintarti Indartini, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi, Dan Uji Regresi Linear Berganda* (Klaten: Penerbit Lakeisha, 2019). hlm. 39.

$X_2 = \text{Promosi}$

$X_3 = \text{Hedonic shopping value}$

$e = \text{Error term}$

4. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (uji t)

Nilai t hitung digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dapat berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Sehingga uji parsial bertujuan untuk membuktikan kebenaran hipotesis dalam penelitian guna mengetahui apakah variabel bebas dapat berpengaruh secara signifikan.¹⁰² Adapun kriteria dalam pengambilan keputusannya ialah:

- a) Jika Nilai Sig. > 0,05 atau F hitung < F tabel, Maka H_a ditolak.
- b) Jika Nilai Sig. < 0,05 atau F hitung > F tabel, Maka H_a diterima.

2) Uji Simultan (uji F)

Uji F hitung digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dapat berpengaruh secara simultan (bersamaan) terhadap variabel terikat. Dengan kata lain uji F bertujuan untuk mengukur apakah variabel bebas dapat menjelaskan serta menguji ketepatan model (*goodness of fit*).¹⁰³ Adapun kriteria dalam pengambilan keputusannya ialah:

¹⁰² Sihabudin. *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*, hlm. 70.

¹⁰³ Ibid., hlm. 69.

- a) Jika Nilai Sig. > 0,05 atau F hitung < F tabel, Maka H_a ditolak.
- b) Jika Nilai Sig. < 0,05 atau F hitung > F tabel, Maka H_a diterima.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kontribusi variabel bebas terhadap naik-turunnya variabel terikat dalam persamaan regresi penelitian. Sehingga koefisien determinasi merupakan rasio variabilitas (naik-turunnya) nilai yang dihitung berdasarkan data pada model statistik.¹⁰⁴ Nilai koefisien determinasi terletak diantara 0 dan 1. Artinya semakin tinggi nilai koefisien determinasi, maka akan semakin baik kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat

I. Tempat dan Jadwal Penelitian

1. Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam menyusun penelitian ini, peneliti hendak melakukan penyebaran kuesioner pada konsumen muslim di Kota Tasikmalaya yang telah memenuhi kriteria. Sehingga dalam mekanismenya, penelitian akan dilakukan di sepuluh kecamatan Kota Tasikmalaya.

¹⁰⁴ Ibid., hlm. 93

2. Jadwal Penelitian

Tabel 3. 6 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Periode								
		Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Mei
1	Penyusunan Proposal									
2	Seminar Proposal									
3	Pelaksanaan Penelitian									
4	Seminar Hasil									
5	Sidang Skripsi									