

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

##### 1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. penelitian kuantitatif dapat dijelaskan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>1</sup> dalam penelitian ini, peneliti mengarah pada realita yang berkaitan dengan potongan harga, promosi penjualan, dan *display* yang mempengaruhi peningkatan *impulse buying* di toko Waralaba Indomaret Raya Pattimura Baru.

##### 2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan penelitian *asosiatif* (hubungan) dengan metode analisis kuantitatif. Penelitian *asosiatif* merupakan penelitian yang tujuannya untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih.<sup>2</sup> Yaitu antara potongan harga, promosi penjualan, dan *display* yang mempengaruhi

---

<sup>1</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2014). hal 147

<sup>2</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis*”, (Bandung: CV Alfabeta, 1999), hal 11

peningkatan *impulse buying* di toko Waralaba Indomaret Raya Pattimura Baru.

## **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Adapun lokasi yang telah ditentukan pada penelitian ini adalah Indomaret Raya Pattimura Baru di Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, dengan lama penelitian yaitu mulai November-Februari 2019.

## **C. Populasi, Sampel, dan Sampling Penelitian**

Adapun populasi, sampel dan sampling serta teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini, sebagai berikut:

### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya<sup>3</sup>. populasi dalam penelitian ini dikategorikan sebagai tidak terhingga, yaitu elemen yang sulit dicari batasannya.<sup>4</sup> Maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Indomaret Raya Pattimura Baru.

### **2. Sampel**

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena adanya keterbatasan dana, waktu dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* hal 80

<sup>4</sup> Suharsini Arikunto. *Prosedur penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.hal 172

sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).<sup>5</sup> Sampel dalam Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*, Teknik dalam *probability sampling* adalah *simple random sampling* yang pengambilan sampelnya ditentukan oleh penyusun berdasarkan pertimbangan atau kebijaksanaanya. Dari penerapan jumlah sampel diperoleh sampel sebanyak 40 konsumen.

### 3. Sampling

Teknik sampling adalah suatu Teknik pengumpulan data di mana yang diselidiki adalah elemen sampel dari suatu populasi. Pengumpulan data dengan menggunakan sampling membutuhkan biaya yang jauh lebih sedikit, menggunakan waktu yang cukup cepat, tenaga yang tidak terlalu banyak, dan dapat menghasilkan cakupan data yang lebih luas serta terperinci. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel.<sup>6</sup> Maka pertimbangan dalam penelitian ini adalah:

- a. Responden yang telah berbelanja di Indomaret Raya Pattimura Baru satu tahun terakhir, karena jangka waktu tersebut dianggap relevan menjawab setiap pertanyaan.

---

<sup>5</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015. Hal 81

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif...*, hal. 80

- b. Responden yang tinggal di Kecamatan Tulungagung, karena dapat memudahkan penulis untuk meneliti pada Indomaret Raya Pattimura Baru.
- c. Responden yang berumur 17 – 55 tahun, karena dianggap telah mampu menjawab dan mengerti setiap pertanyaan.<sup>7</sup>

*accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan terhadap responden yang secara kebetulan ditemui pada obyek penelitian ketika observasi sedang berlangsung. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dengan pertimbangan bahwa berbeda-beda karakternya, bersifat heterogen dan konsumen yang tidak rasional yaitu konsumen yang sedang berbelanja tanpa membawa catatan belanja sehingga tertarik melakukan *impulse buying* (pembeli tidak terencana), maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 40 orang responden dengan pertimbangan bahwa jumlah sampel tersebut cukup representatif untuk mewakili populasi.

jumlah sampel tersebut telah memenuhi persyaratan sampel ideal yang harus dipenuhi dalam alat analisis regresi berganda, jika jumlah populasi tidak diketahui dengan jelas yaitu ditentukan dari sepuluh kali jumlah variabel. Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah empat variabel sehingga jika dikalikan sepuluh maka minimal jumlah sampel yang harus diteliti adalah 40. Jadi,

---

<sup>7</sup> Ibid Sugiyono hal 85

sampel berjumlah 40 orang yang diteliti oleh peneliti telah memenuhi syarat yang ditentukan minimal.

#### **D. Sumber data, Variabel dan Skala Pengukurannya**

##### **1. Sumber Data**

Data merupakan suatu bahan mentah yang ketika diolah dengan baik melalui berbagai analisis dapat menciptakan berbagai informasi.<sup>8</sup>

###### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang berasal langsung dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini adalah tanggapan responden yang berisi tentang pendapat atau penilaian mereka terhadap variabel penelitian.

###### **b. Data Sekunder**

Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah referensi yang diperoleh melalui studi kepustakaan untuk memperoleh informasi dari buku-buku referensi, literature internet dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini merupakan data yang tidak diusahakan sendiri pengumpulannya, oleh karenanya peneliti menggunakan kepustakaan yang di ambil dari jurnal, internet, koran, serta data lain.

---

<sup>8</sup> Husaini Usman & Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), hal 14

## 2. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu variabel independen dan variabel dependen:

- a. Variabel independen (bebas/pengaruh) yaitu suatu variabel yang dalam suatu hipotesis penelitian secara teoritis diposisikan sebagai sesuatu faktor yang dapat mempengaruhi kondisi dari suatu variabel lain yang disebut sebagai variabel tergantung (variabel dependen terikat/terpengaruh).<sup>9</sup> Variabel independen dalam penelitian ini adalah potongan harga (X1), promosi penjualan (X2), dan display (X3).
- b. Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat.<sup>10</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah impulse buying (Y).

## 3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih

---

<sup>9</sup> Hasyim Ali Imran, "peran pemahaman variabel dalam penelitian komunikasi pendekatan kuantitatif" jurnal insani stisip widuri no 13/2/Desember 2012. Di akses pada tanggal 28 Agustus 2018.

<sup>10</sup> Sugiyono, *Statistiska Untuk Penelitian*, Bandung: ALFABETA, 2005), hal 3

akurat, efisien, dan komunikatif.<sup>11</sup> Maksud dari skala pengukuran ini untuk mengklasifikasikan variabel yang akan diukur supaya tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data langkah penelitian selanjutnya.

Skala pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- (a) = sangat setuju
- (b) = setuju
- (c) = ragu-ragu
- (d) = tidak setuju
- (e) = sangat tidak setuju

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya :<sup>12</sup>

- 1) Sangat setuju/selalu/sangat positif diberi skor 5

---

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi.....*, hal 135-136

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif.....*hal 93-94

- |                                                         |   |
|---------------------------------------------------------|---|
| 2) Setuju/sering/positif diberi skor                    | 4 |
| 3) Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor | 3 |
| 4) Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |
| 5) Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor         | 1 |

Skala ini banyak digunakan karena skala ini memberikan peluang oleh responden agar mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan atau pendapat terhadap suatu pernyataan. Dalam menggunakan skala likert ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Pertama, urutan pertanyaan perlu diacak agar setiap pertanyaan mendapat peluang yang sama untuk setiap posisi. Hal ini untuk menghindari setiap posisi. Kedua, keseragaman pilihan jawaban dengan mengacak titik ekstrim positif dan negatif.<sup>13</sup> Hal ini perlu untuk menghindari keseragaman untuk semua karena malasnya responden memeriksa pertanyaan satu per satu.

## **E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

### **1. Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Metode Kuisisioner (angket)**

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari

---

<sup>13</sup> Bilson Simammora, *Riset Pemasaran*, ( Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), hal 147

sikap-sikap, keyakinan, pelaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.<sup>14</sup> Peneliti memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penulis menyebarkan angket kepada konsumen dengan menggunakan daftar pertanyaan yang menyangkut potongan harga, promosi penjualan, dan *display*.

b. Metode Observasi

Merupakan pengamatan dan pencatatan dengan sistem terhadap segala sesuatu yang diteliti yang meliputi kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.<sup>15</sup> Adapun observasi yang dilakukan adalah melihat lokasi perusahaan dan pengamatan secara langsung pada toko waralaba Indomaret Raya Pattimura baru.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metode penelitian sosial.<sup>16</sup> dokumentasi merupakan mencari data tentang hal-hal atau variabel seperti catatan,

---

<sup>14</sup> Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal 132

<sup>15</sup> ibid Syofian Siregar hal 124

<sup>16</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: Pranada Media, 2005), hal

buku, surat kabar, majalah, internet, dan sebagainya.<sup>17</sup> Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah melakukan pengumpulan dan mempelajari dokumen-dokumen pendukung yang diperoleh secara langsung dari Indomaret, seperti sejarah singkat berdirinya Indomaret, struktur organisasi Indomaret, dan dokumen-dokumen pendukung lainnya.

## 2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk mendapatkan, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang di peroleh dari para respon yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.<sup>18</sup> Untuk mempermudah penyusunan instrumen penelitian, maka perlu digunakan *matrik pengembangan instrumen* atau kisi-kisi instrumen. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa angket atau kuesioner. Untuk mempermudah instrumen penelitian ini dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 2.2**

### **Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	No. Item
1	Potongan Harga (X <sub>1</sub> ) (Arif Isnaini,	1. Mendorong pembelian dalam jumlah yang besar	Saya membeli produk dalam jumlah banyak jika harga produk lebih murah.	1
			Saya membeli produk di Indomaret dalam jumlah	2

<sup>17</sup> Suharsimi arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013) hal 274

<sup>18</sup> Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal 75

	2005)		besar untuk mendapatkan potongan harga.	
		2. Mempertahankan /menambah langganan penjual yang bersangkutan	Saya bertahan membeli di indomaret karena mempunyai kartu langganan.	3
			Saya membeli di Indomaret karena ada beberapa produk yang harganya lebih murah dari toko lain.	4
		3. Dapat menarik transaksi pembelian	Saya tertarik membeli di Indomaret karena sering dilakukan promosi penjualan dengan harga yang lebih murah.	5
			Saya tertarik membeli di Indomaret karena adanya fasilitas potongan rabat yaitu pengurangan harga dari daftar harga yang sesungguhnya.	6
2	Promosi Penjualan (X <sub>2</sub> ) (Kotler dan Amstron g, 2001)	1. Membangun pangsa yang berjangka panjang atau pendek	Indomaret dalam menjual produknya menggunakan promosi yang bervariasi untuk mengikat konsumen agar menjadi pelanggan potensial.	7
			Indomaret menyediakan sales keliling ke toko-toko sehingga memudahkan konsumen untuk membeli.	8
		2. Mempromosikan produk baru	Indomaret menyediakan fasilitas bagi para peritel untuk bersama-sama melakukan promosi penjualan seperti membuat spanduk untuk menarik minat konsumen.	9
			Indomaret menyediakan tempat cukup luas untuk pesediaan barang sehingga stok barang tetap tersedia.	10
		3. Wiraniaga dalam menawarkan	Indomaret mewajibkan seluruh wiraniaga untuk melayani konsumen dengan	11

		produk lama ataupun baru	ramah, cepat dan tanggap. Wiraniaga Indomaret selalu menawarkan produk yang di diskon baik produk lama/baru.	12
3	Display (X <sub>3</sub> ) (M. Taufiq Amir, 2004)	1. Tanda Promosi	Indomaret selalu memberikan informasi tentang produk yang diberi diskon.	13
			Indomaret memberikan tanda penunjuk pada produk yang sedang dipromosikan.	14
		2. Tanda Lokasi	Wiraniaga memberikan informasi tentang lokasi produk yang dibutuhkan.	15
			Indomaret membuat petunjuk dan informasi dengan cara menggantungkan harga tanda panah untuk memudahkan konsumen.	16
		3. Tanda Institutional	Indomaret membuat kebijakan/aturan yang perlu diketahui konsumen untuk menjaga konsumen.	17
			Kebijakan penjualan di Indomaret yaitu konsumen diperbolehkan keluar toko setelah transaksi selesai.	18
	Impulse Buying (X <sub>3</sub> ) (Louden dan Bitta, 1993)	1. Produk memiliki harga murah	Indomaret menyediakan kebutuhan konsumen secara lengkap sehingga apapun yang dibutuhkan konsumen tersedia.	19
			indomaret tersedia hampir di seluruh kecamatan di Indonesia.	20
		2. Pemasaran	Indomaret merupakan pasar swalayan yang memudahkan konsumen untuj berbelanja secara mudah dan cepat.	21
			Lokasi Indomaret bertempat di pusat-pusat belanja yang strategis.	22
		3. Karakteristik konsumen	Konsumen Indomaret tidak terbatas pada tingkat sosial	23

			ekonomi dan jenis kelamin.	
			Lokasi toko Indomaret sudah menjangkau wilayah pelosok sehingga konsumen terbantu untuk belanja kebutuhan.	24

## F. Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif, analisis data adalah kegiatan sesudah data dari semua responden atau sumber data lain telah terkumpul. Kegiatan dalam menganalisis data adalah pengelompokan data dilihat dari variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari semua responden, menyajikan data tiap variabel teliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>19</sup> Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan, dikumpulkan, selanjutnya analisis data dengan menggunakan :

### 1. Uji Validitas

merupakan pengujian yang sejauh mana suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat dan tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambar tentang variabel yang dimaksud..

---

<sup>19</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif.....* hal 147

## 2. Uji Realiabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji langsung pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik, reliabel artinya, dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Realibilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu.

## 3. Uji Normalitas Data

Tujuan uji normalitas adalah agar mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Apabila data berdistribusi normal, maka dapat menggunakan uji statistik berjenis parametrik. Sedangkan apabila data tidak berdistribusi normal, maka menggunakan uji statistik nonparametrik.<sup>20</sup> Uji normalitas digunakan untuk menguji normal atau tidaknya sampel dari data yang sudah terkumpul. Kemudian pengolahannya menggunakan bantuan aplikasi software SPSS 21.0 for windows dengan perumusan sebagai berikut:

Ho : Data tidak berdistribusi normal

Ha : Data berdistribusi normal

## 4. Uji Asumsi Klasik

Asumsi Klasik digunakan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketetapan dan estimasi, tidak bias dan Konsisten. uji asumsi untuk analisis regresi dalam penelitian ini meliputi dari:

---

<sup>20</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik.....*, hal 153

**a. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam satu model. Kemiripan antar variabel independen dalam satu model akan menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antar suatu variabel independen dengan variabel independen lain. Selain itu, deteksi terhadap multikolinearitas juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen

**b. Uji Autokorelasi**

Autokorelasi merupakan korelasi yang terjadi diantara anggota observasi yang terletak berderetan, biasanya terjadi pada data time series. Teknik yang terletak berderetan, biasanya terjadi di dalam data time series. Teknik pengujian autokorelasi yang digunakan adalah metode Durbin Watson (DW), hipotesis yang diuji adalah:

Ho : Tidak ada autokorelasi

Ha : Ada autokorelasi

Secara umum bisa diambil pedoman :

1. Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
2. Angka D-W di antara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
3. Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.<sup>21</sup> Cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel independen. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika, sebagai berikut:

- 1) Penyebaran titik-titik seharusnya tidak berpola
- 2) Titik-titik seharusnya menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0
- 3) Titik-titik data tidak berkumpul hanya di atas atau di bawah saja.

### d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear ganda biasanya digunakan untuk memprediksi suatu keadaan (naik turunnya) variabel dependent apabila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediktor yang dimanipulasi (dinaikurunkan nilainya).<sup>22</sup> Sesudah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan dikumpulkan,

---

<sup>21</sup> Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal dengan Pendekatan Statistik*, (Yogyakarta : Deepublish, 2016), hal 224

<sup>22</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2003). hal 210-211

selanjutnya analisis data dengan perhitungan cepat SPSS menggunakan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan : <sup>23</sup>

Y	= variabel <i>impulse buying</i>
a	= bilangan konstanta
$b_1 X_1$	= koefisien regresi masing-masing variabel
$X_1$	= variabel potongan harga
$X_2$	= variabel promosi penjualan
$X_3$	= variabel <i>display</i>
e	= error of term (variabel pengganggu ) atau residual.

#### e. Uji Secara Parsial (uji-t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Variabel bebas dikatakan berpengaruh terhadap variabel terikat bisa dilihat dari keputusan yang dapat dijadikan dasar simpulan dalam uji statistik t ini adalah dengan membandingkan nilai signifikansi hasil perhitungan dengan tingkat kepercayaan sebesar 5%. Sehingga bisa disimpulkan jika nilai signifikansi kurang dari 5% (sig <5% ) maka dapat dikatakan bahwa variabel independent mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Dan apabila nilai signifikansi lebih dari 5% (sig > 5%) maka

---

<sup>23</sup> Ali Muludi, *Teknik Belajar Statistika 2*, (Jakarta : Alim's Publishing, 2016), hal 74

dapat dikatakan bahwa variabel independent mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel dependen.

**f. Uji Simultan (Uji-F)**

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji F dilakukan secara serentak untuk membuktikan hipotesis awal tentang pengaruh melalui potongan harga (X1), promosi penjualan (X2), display (X3) sebagai variabel bebas, terhadap impulse buying (Y) sebagai variabel terikat. Pengambilan keputusannya dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Bila F hitung lebih besar dari nilai F tabel maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dalam model mempengaruhi variabel terikat.

Selain itu, dapat juga dengan membandingkan nilai sig F dengan nilai derajat kepercayaan sebesar 0,05 atau 5 %. Kemudian dapat disimpulkan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau 5% maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara semua variabel independent terhadap variabel dependent dan begitu juga sebaliknya.

**g. Uji Determinan**

Koefisien determinasi merupakan uji untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam sebuah pengujian hipotesis pertama koefisien determinasi dilihat dari besarnya *R Square* ( $R^2$ ) untuk mengetahui seberapa jauh variabel

bebas yaitu potongan harga, promosi penjualan dan *display* menjelaskan variabel terikat yaitu *impulse buying* . nilai  $R^2$  bernilai besar (mendekati 1) berarti variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi mengenai apa yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat, sedangkan jika  $R^2$  bernilai kecil berarti kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat sangat terbatas.

Dalam pengujian hipotesis kedua koefisien determinasi dapat dilihat dari besarnya *Adjusted R\_Square*. Kelemahan mendasar penggunaan  $R^2$  adalah bisa terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel bebas maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat tidak seperti  $R^2$  , nilai *Adjusted R\_Square* dapat naik atau turun apabila satu variabel independent ditambahkan kedalam model. Oleh karena itu, digunakanlah *Adjusted R\_Square* pada saat mengevaluasi model regresi linear berganda.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Universitas Diponegoro: Semarang, 2005)