

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Pada studi ini memakai metode kuantitatif, karena lebih menekankan pada variabel yang digunakan untuk fenomena sosial dan telah memenuhi prinsip-prinsip ilmiah yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis Sugiyono, (2019). Adapun jenis penelitian ini ialah *explanatory*, Menurut Ibrahim et al., (2018) Penelitian *explanatory* merupakan penelitian yang tujuannya adalah untuk melihat bagaimana satu variabel mempengaruhi yang lain.

Dalam penelitian, memastikan pemilihan sumber data sangat penting untuk validitas dan reliabilitas yang diperoleh. Berikut adalah penjelasan mengenai data primer dan data sekunder. Data primer mengacu pada informasi yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian, baik individu maupun kelompok. Sumber yang didapat dari responden dalam penelitian ini yaitu pelanggan di Toko Jolie Wirobrajan. Sedangkan data sekunder mengacu pada informasi yang telah dipublikasikan baik berupa buku, *e-book*, dan *e-journal* yang didapat dari *google scholar* maupun *web* lainnya. Jenis data pada penelitian ini adalah *Cross-sectiona*. Menurut Probosari et al., (2022) *Cross-sectional* mengacu pada data yang dikumpulkan pada waktu yang sama dan memiliki atribut yang terkait dengan variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan unit analisis individu karena objek

dari penelitian ini yaitu konsumen pada Toko Jolie Wirobrajan dan penelitian ini menggunakan pengukuran *first order* berdasarkan pada indikator yang dapat diukur secara langsung.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Stdu dilaksanakan di Daerah Istimewa Yogyakarta dikarenakan toko Jolie berada di D.I Yogyakarta yaitu berlokasi di Jalan Kapten Piere Tendean No.29, Wirobrajan, Kota Yogyakarta.

2. Waktu penelitian

Tabel 3. 1 Agenda Kegiatan

Keterangan	Waktu						
	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
BAB I							
BAB II							
BAB III							
Seminar Proposal							
Revisian pasca seminar proposal							
BAB IV-V							
Sidang Skripsi							

C. Definisi Operasional Variabel penelitian

Periset ini menerapkan 4 variabel pada studi ini. 2 variabel independen dan 1 variabel dependen serta 1 sebagai variabel mediasi. variabel independen yang digunakan yaitu *visual merchandising* dan

Shopping Lifestyle dengan variabel dependennya ialah *Impulse Buying* serta *positive emotion* sebagai variabel intervening.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator pertanyaan	Skala pengukuran
Visual Merchandising (X1)	<i>Visual merchandising</i> merupakan seni untuk mengatur produk agar memberikan efek estetika yang sangat menarik untuk mencapai tujuan penjualan (Suryana & Sari, 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 2. Toko Jolie Wirobrajan menampilkan produk pada jendela depan gerai yang menarik untuk dikunjungi 3. Toko jolie wirobrajan menampilkan produk menggunakan desain rak yang menarik sesuai dengan model terkini 4. Perpaduan warna yang berada di Toko Jolie Wirobrajan membuat saya nyaman dan dapat meningkatkan mood saya 5. Toko Jolie Wirobrajan menampilkan papan informasi dan promosi produk yang sesuai 	Skala likert 1- 5
ShoppinLifestyle (X2)	Gaya hidup adalah pilihan yang dilakukan oleh seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang (Rabbani et al., 2023)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan berbelanja merupakan salah satu aktivitas yang sering saya lakukan 2. Dalam seminggu 2- 3 kali saya mengalokasikan atau menyempatkan waktu untuk berbelanja 3. Saya tertarik dengan produk dan fasilitas yang tersedia di Toko Jolie Wirobrajan 4. Saya tertarik 	Skala likert 1-5

Variabel	Definisi	Indikator pertanyaan	Skala pengukuran
		<p>terhadap produk baru di Toko Jolie Wirobrajan</p> <p>5. Saya merasa berbelanja merupakan salah satu kegiatan untuk menunjukkan status sosial saya</p> <p>6. Menyempatkan diri untuk berkunjung ke tempat perbelanjaan merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi</p>	
Impulse Buying (Y)	<i>Impulse buying</i> merupakan suatu kegiatan pembelian produk yang dilakukan tanpa pertimbangan serta keterkaitan dengan niat beli sebelum memasuki toko (Gunawan et al., 2023)	<p>1. Ketika berkunjung ke Toko Jolie Wirobrajan saya cenderung membeli produk walaupun tidak direncanakan sebelumnya</p> <p>2. Saya berpikir cepat dan singkat untuk membeli produk di Jolie Wirobrajan</p> <p>3. Ketika berbelanja di toko Jolie wirobrajan saya cenderung membeli produk tanpa memikirkan seberapa penting produk tersebut</p> <p>4. Ketika saya ingin membeli produk di Jolie wirobrajan, saya sering kali terlau cepat mengambil keputusan dan mengabaikan informasi dari Produk secara detail</p> <p>5. Ketika melihat produk yang menarik di Toko Jolie Wirobrajan saya akan langsung</p>	Skala likert 1- 5

Variabel	Definisi	Indikator pertanyaan	Skala pengukuran
		membelinya	
Positif Emotion (Z)	<i>Positif emotion</i> merupakan sifat emosional seseorang yang menggambarkan respon terhadap ketertarikan produk yang mempengaruhi keputusan pembelian (Alifatuzzahra & Rimiwati, 2022)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa nyaman ketika berbelanja di Toko Jolie Wirobrajan 2. Produk yang dijual di Jolie Wirobrajan memuaskan 3. Saya tertarik Untuk kembali berbelanja di toko Jolie Wirobrajan 4. Saya bersemangat ketika berbelanja di Jolie Wirobrajan 5. Saya mampu mengendalikan diri atas rangsangan berbelanja di Toko Jolie Wirobrajan 6. Saya mampu Mengendalikan diri ketika membawa uang lebih saat Toko Jolie Wirobrajan 	Skala likert 1-5

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Berdasarkan penjelasan yang diungkapkan oleh Sugiyono, (2019) populasi adalah suatu generalisasi mencakup wilayah tertentu, meliputi objek atau subjek dengan kualitas serta karakteristik tertentu yang ditentukan oleh periset guna dianalisa serta digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan. Populasi tidak hanya mencakup jumlah objek atau subjek saja, namun mencakup semua karakteristik yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. Populasi studi ini merupakan masyarakat umum di Indonesia.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, (2019) menunjukkan jumlah dan karakteristik populasi termasuk sampel. periset memakai metode *Non Probability Sampling*, yang artinya setiap individu tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai *sampling* dan metode yang digunakan adalah dengan *purposive sampling* yang berarti bahwa ada pertimbangan tertentu. (Rahmawati & Pradana, 2024)

Dalam penelitian ini, kriteria populasi yang akan dipilih sebagai sampel, sebagai berikut:

- a) Minimal berusia 17 tahun (sudah dianggap mampu mengetahui pertanyaan/pernyataan yang ada dalam kuesioner)
- b) Sudah pernah berkunjung dan melakukan pembelian di toko Jolie Wirobrajan
- c) Sudah pernah melakukan pembelian diluar perencanaan awal di Toko Jolie wirobrajan

Pengukuran sampel studi ini yaitu memperhitungkan total sampel minimal lima kali dari jumlah indikator, adapun jumlah indikator pertanyaan pada penelitian ini yaitu 21 item. Oleh karenanya, jumlah sampel yang dibutuhkan yakni 105 responden.

E. Teknik Pengumpulan data

Metode pengumpulan data guna memperoleh informasi sebanding dengan topik yang sedang diteliti. Data yang dikumpulkan akan dipakai menjawab pertanyaan penelitian serta uji hipotesis.

Dalam penelitian, peneliti memakai metode pengumpulan data survey berupa kuesioner yang dibuat melalui *Google Formulir*, studi ini menerapkan angket tertutup. Penelitian berfokus pada pendistribusian kuesioner secara *online* atau digital melalui media sosial.

Tabel 3. 3 Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Sumber: (Hikmawati, 2020)

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data studi ini yakni dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan perangkat lunak AMOS. SEM dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) ini ialah sekumpulan metode statistik yang memungkinkan untuk menganalisis struktur hubungan kompleks atau sulit antar variabel yang diteliti (Waluyo, 2016), sedangkan menurut Nam et al., (2018) dengan menggunakan AMOS, struktur persamaan (SEM) dapat dilakukan dengan mudah untuk menguji hipotesis dengan hubungan variabel yang kompleks dan dapat memperoleh wawasan baru dari data.

Alasan menggunakan SEM AMOS yakni karena dalam AMOS memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis yang lebih kompleks dan akurat guna menganalisis data kuesioner yang melibatkan persepsi, terdapat fasilitas *bootstrapping*, yang mana hal ini tidak dapat dilakukan ketika menggunakan analisis regresi linear, dengan AMOS analisis mediasi penuh dan mediasi parsial dapat digunakan dalam model SEM yang menghubungkan antara variabel independen, variabel mediasi dan

variabel dependen. Untuk itu, penggunaan SEM AMOS dalam penelitian ini cocok untuk digunakan.

1. Analisis Deskriptif

Berdasarkan Sugiyono, (2019) analisis deskriptif ialah suatu teknik yang dipakai untuk mengevaluasi data yang diperoleh dari penelitian, khususnya mengenai jawaban dengan skala likert dari rata-rata dengan tujuan untuk mendukung analisis statistik dan menarik kesimpulan.

2. Uji Instrumen Penelitian

a) Uji Validitas konvergen dan diskriminasi dengan CFA

Uji Validitas ialah uji yang dipakai untuk mengukur dan menentukan instrumen dalam dapat digunakan untuk mengukur penelitian (Nuroniya & Damayanti, 2024). Uji validitas konvergen dapat dinyatakan valid apabila nilai *loading factor* lebih dari 0,5 dari setiap indikator dan dan untuk uji validitas diskriminasi dengan CFA signifikan ketika nilai $CR > 1,96$ dan nilai $probability < 0.05$ (Waluyo, 2016)

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merujuk pada prosedur yang digunakan guna menetapkan seberapa jauh derajat tes mengukur dengan konsisten. Penelitian dapat dinyatakan reliabel ketika *construct reliability* $> 0,7$ (Junaidi, 2021)

Uji reliabilitas dikalkulasikan memakai rumus sebagai berikut:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{Std. loading}^2)}{(\sum \text{Std. loading}^2) + \sum \epsilon_j}$$

c) Uji Normalitas

Uji normalitas ialah untuk menentukan apakah distribusi data yang dipakai berdistribusi normal ataupun tidak. Uji normalitas menggunakan AMOS dengan melihat nilai critical ratio (c.r) skewness dan critical ratio (c.r) kurtosis pada hasil *Assesment of Normality*. Secara univariate, data dianggap normal jika nilai c.r skewness dan c.r kurtosis pada setiap indikator berada < 2,58. Sementara itu, untuk pengujian normalitas secara multivariate, dapat dilihat di kolom c.r kurtosis yakni nilai c.r kurtosis < 2,58 (Waluyo, 2016)

3. Uji Model Penelitian

a) *Goodness-of Fit*

Penilaian *Goodness of fit* digunakan untuk menguji kesesuaian suatu model, memastikan studi dapat digunakan karena model memenuhi kriteria. Adapun *cut-off value* dari *goodness of fit*, sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Uji Kesesuaian Model

<i>Goodness of fit</i>	<i>Cut of value</i>
X2 Chi-Square	Diharapkan kecil
Probabilitas	$\geq 0,5$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
RMSEA	$\leq 0,8$
GFI	$\geq 0,9$
AFGI	$\geq 0,9$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,96$

Sumber: Junaidi, (2021)

4. Uji Hipotesis

a) Pengujian pengaruh langsung

Pengujian pengaruh langsung dengan SEM AMOS dilakukan untuk menguji hipotesis 1-5 guna menjelaskan variabel yang diteliti memiliki hubungan atau tidak. Hipotesis mampu diterima apabila nilai koefisien jalur bernilai positif dan $p\text{-value} < 0,05$ (Waluyo, 2016)

b) Pengujian pengaruh tidak langsung dengan SEM

Pengujian hipotesis 6 dan 7 menggunakan variabel *positive emotion* sebagai variabel mediasi. Hasil pengujian pengaruh mediasi dengan menggunakan SEM harus diinterpretasikan guna memprediksi akankah variabel mediasi bisa mempengaruhi hubungan antara variabel dependen dan variabel independen secara signifikan. Hipotesis dikatakan terbukti jika mempunyai nilai $p\text{-value} < 0,05$ (Waluyo, 2016)