



## BAB III

### METODE PENELITIAN



Hak Cipta © Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dalam bab ini akan membahas mengenai metode yang akan digunakan dalam analisis objek penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel dan teknik analisis data.

#### A. Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan digunakan didalam penelitian ini adalah produk pakaian yang berdasarkan di Mall Golden Truly Jakarta. Sedangkan untuk subjek penelitian didalam penelitian ini hanya dilakukan kepada orang-orang yang mengetahui dan pernah melakukan pembelian pakaian di *Mall Golden Truly Jakarta*.

#### B. Desain Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:109), desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran dan analisis data, berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi.

Desain penelitian menurut Cooper dan Schindler (2014:125) adalah rencana dan struktur investasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga diperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Rencana tersebut mencakup garis besar dari apa yang akan dilakukan seseorang investor mulai dari penulisan hipotesis serta implikasi operasionalnya sehingga ke analisis akhir data. Kemudian Cooper dan Schindler (2014:126) mengklasifikasikan desain penelitian antara lain:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber;
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Merupakan tingkat sejauh mana masalah penelitian telah dirumuskan. Studi ini dapat bersifat eksplorasi atau formal. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan berkaitan dengan penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan mencakup prosedur-prosedur yang cermat dan spesifikasi mengenai sumber data. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

## 2. Metode Pengumpulan Data

Dalam hal mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan metode komunikasi untuk mendapatkan data primer, yaitu data yang bersumber langsung dari pelanggan

## 3. Pengendalian Variabel oleh Periset

Perspektif ini melihat dari aspek kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel – variabel. Penelitian ini menggunakan *ex post facto* atau yang disebut juga dengan desain laporan sesudah fakta. Pada desain *ex post facto* ini, peneliti tidak memiliki control terhadap variabel – variabel, dalam arti peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi variabel. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi sesuai dengan kenyataan yang dilihat.

## 4. Tujuan Penelitian

Terdapat dua jenis studi penelitian, antara lain studi deskriptif dan kausal, Penelitian ini menggunakan studi kausal atau metode sebab akibat untuk menunjukkan hubungan antara variabel – variabel dalam penelitian.

## 5. Dimensi Waktu

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan studi lintas bagian atau yang disebut juga dengan *cross-section*. Studi dengan dimensi *cross-section* hanya dilaksanakan satu kali dan mewakili potret dari suatu keadaan pada satu periode tertentu.

### 6. C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik, dimana lebih mementingkan keluasan dan bukan kedalamannya. Studi statistik berusaha untuk mengetahui karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis akan diuji secara kuantitatif.

#### 7. Lingkungan Riset

Berdasarkan lingkungan penelitiannya, penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual atau kondisi lapangan yang dimana subjek dan objek peneliti berada di lingkungan nyata bukan manipulasi. Hal ini disebabkan karena data-data didapatkan secara langsung di lapangan dengan menyebarkan kuesioner.

#### 8. Persepsi Peserta

Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung pada jawaban – jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian dimana persepsi subjek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian cara tidak terlihat. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak menyimpang dari situasi sehari – hari.

### C. Variabel Penelitian

Berdasarkan masalah yang akan diteliti, ada beberapa variable yang akan digunakan sebagai bahan analisis dari penelitian ini, antara lain, *fashion involvement*, *hedonistic lifestyle*, dan *impulse buying*. Berikut adalah pengukuran yang digunakan dalam masing-masing variabel tersebut

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Pengukuran Variabel *Fashion Involvement*

**C** *Fashion involvement* merupakan tingkat ketertarikan yang diwujudkan dari tingkat keterlibatan berbagai hal yang berhubungan dengan pakaian atau perlengkapan *fashion* yang secara operasional dapat diukur seperti pada tabel 3.1

**Tabel 3.1**  
**Pengukuran Variabel *Fashion Involvement***

Variabel	Butir Pertanyaan	Skala
<i>Fashion Involvement</i>	1. Saya memiliki satu atau lebih pakaian dengan model yang terbaru ( <i>trend</i> )	Interval
	2. Saya merasa pakaian adalah salah satu hal penting yang mendukung aktivitas	Interval
	3. Saya lebih suka apabila model pakaian yang saya gunakan berbeda dengan orang lain	Interval
	4. Pakaian yang saya gunakan menunjukkan karakteristik saya	Interval
	5. Saya dapat mengetahui banyak tentang seseorang dari pakaian yang digunakan	Interval
	6. Ketika saya memakai pakaian favorit, saya merasa orang akan tertarik melihat saya	Interval
	7. Saya mencoba produk pakaian terlebih dahulu sebelum membelinya	Interval
	8. Saya merasa lebih mengetahui adanya model pakaian terbaru dibanding orang lain	Interval

Sumber : diadaptasi dari Japariato dan Sugiharto (2011)

2. Pengukuran Variabel *Hedonic Lifestyle*

*Hedonic Lifestyle* adalah pola hidup yang mengarahkan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidupnya yang memiliki perilaku mengutamakan kesenangan untuk membeli barang-barang hanya untuk memenuhi hasratnya. Pengukuran variabel gaya hidup hedonis dapat dilakukan seperti pada tabel 3.2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 3.2**  
**Pengukuran Variabel *Hedonic Lifestyle***

Variabel	Butir Pertanyaan	Skala
<i>Hedonic Lifestyle</i>	1. Saya selalu mengikuti model pakaian masa kini	Interval
	2. Saya suka membeli dan memakai pakaian yang bermerek	Interval
	3. Saya gemar mengunjungi atau berkumpul di <i>mall, café</i> , atau tempat lainnya	Interval
	4. Saya menghabiskan waktu saya untuk mengikuti acara formal maupun tidak formal	Interval
	5. Model berpakaian saya dapat menarik perhatian orang lain	Interval

Sumber : diadaptasi dari Indrawati (2015)

3. Pengukuran Variabel *Impulse Buying*

*Impulse buying* adalah pembelian tidak yang cenderung tanpa berpikir dalam melakukan pembelian untuk hanya tertarik pada objek dan hanya untuk memenuhi kepuasan dan keinginannya. Pengukuran variabel *impulse buying* dapat dilakukan seperti pada tabel 3.3

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.3

Pengukuran Variabel *Impulse Buying*

Variabel	Butir Pertanyaan	Skala
<p><i>Impulse Buying</i></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	1. Bila ada tawaran khusus di <i>mall</i> Golden Truly, saya cenderung berbelanja pakaian dalam jumlah banyak.	Interval
	2. Saya cenderung membeli pakaian model terbaru di <i>mall</i> Golden Truly, meskipun tidak cocok untuk saya	Interval
	3. Saya membeli pakaian di <i>mall</i> Golden Truly tanpa berpikir panjang terlebih dahulu sebelumnya.	Interval
	4. Ketika memasuki <i>mall</i> Golden Truly, saya segera menuju ke tempat pakaian	Interval
	5. Saya cenderung terobsesi untuk membelanjakan uang saya sebagian atau seluruhnya untuk membeli pakaian di <i>mall</i> Golden Truly	Interval
	6. Saya melakukan pembelian secara spontan ketika melihat pakaian yang menarik di <i>mall</i> Golden Truly meskipun saya tidak membutuhkannya	Interval

Sumber : diadaptasi dari Japarianto dan Sugiharto (2011)

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan oleh peneliti untuk mengambil sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability* sampling. Dengan pendekatan subjektif seperti *nonprobability* sampling, probabilitas dalam memilih elemen populasi tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel tidak memberi peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Peneliti menggunakan seleksi elemen-elemen untuk mengurangi bias pengambilan sampel. Oleh karena itu, dengan menggunakan metode *non-probability* sampling, peneliti yakin bahwa sampel yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



merupakan perwakilan-perwakilan dari populasi dari mana sampel diambil dan eror atau kesalahan dalam pengambilan sampel dapat dikurangi.

Teknik pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah teknik *purpose sampling*, menurut Sugiyono (2017:84) mengatakan sampel nonprobabilitas adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh dari responden lebih akurat karena pengambilan sampel ditujukan hanya untuk para responden yang memiliki usia minimal 17 tahun dan pernah membeli pakaian di tempat penjualan pakaian *Mall Golden Truly Jakarta*.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Tenis data yang dikumpulkan adalah data yang bersifat kuantitatif. Data yang didapat merupakan hasil dari pengisian kuesioner yang dilakukan penulis kepada responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah :

##### 1. Teknik Komunikasi

Dalam teknik ini, peneliti menggunakan instrument kuesioner, yaitu suatu alat pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden yang pernah atau membeli produk *fashion* di *Mall Golden Truly Jakarta*. Menurut Hair *et al.* (2014:101) mengatakan bahwa pengambilan jumlah sampel minimal adalah lima kali dari banyaknya pernyataan dari seluruh variabel yang ada.. Berdasarkan daftar pertanyaan-pertanyaan pada kuisioner yang telah dibuat oleh peneliti, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh para responden.

Peneliti menetapkan nilai terhadap masing-masing jawaban yang diberikan oleh responden berdasarkan skala Likert dan data skala interval. Skala Likert



adalah jenis skala yang dapat digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tingkat kesetujuan skala Likert yaitu: STS = Sangat Tidak Setuju TS = Tidak Setuju R=Ragu-ragu S = Setuju SS = Sangat Setuju. Kemudian, setiap tingkat jawaban diberi skor 1 sampai 5.

## 2. Teknik Observasi

Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan penelitian dengan memanfaatkan beberapa buku, jurnal, artikel, serta beberapa dokumen dari internet untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

## F. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini, ada beberapa teknik yang dapat digunakan seperti :

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antar suatu variable. Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antar suatu variable laten dengan indikatornya. Item Pernyataan dikatakan valid apabila  $P\text{-value} < 0,05$  dan  $factor\ loading > 0,5$  (Ghozali dan Latan, 2017:118).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## 2. Uji Reliabilitas

- Uji reliabilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indikator-indikator dari variabel suatu variabel laten. Uji reliabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang kali atau lebih. Indikator pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* > 0,7

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana :

k = banyak item pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$  = Varians total

$\sigma_b^2$  = Jumlah varians butir

$r_{11}$  = Koefisiensi reliabilitas instrument

## 3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan pusat, penyebaran dan bentuk distribusi, dan sangat membantu sebagai alat awal untuk mendeskripsikan data. Alat-alat analisis deskriptif yang digunakan antara lain:

### a. Rata-rata hitung (Mean)

Rata-rata hitung atau mean dilakukan untuk menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Jadi jika suatu kelompok sampel acak dengan jumlah sampel n, maka bisa dihitung rata-rata dari sampel tersebut dengan rumus berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$$\bar{x} = \sum_{i=1}^n \frac{x_i}{n}$$

Keterangan :

$\bar{x}$  = rata-rata hitung

$x_i$  = nilai sampel ke-i

n = jumlah sampel

**b. Analisis Persentase**

Analisis persentase adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui karakteristik responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Analisis profil dilakukan dengan menghitung persentase dengan menggunakan rumus :

$$Fr_1 = \frac{\sum f_i}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

$Fr_1$  = Frekuensi alternatif ke-i setiap kategori

$\sum f_i$  = Jumlah kategori yang termasuk kategori i

N = Total responden

**c. Rata-rata tertimbang**

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

$\bar{x}$  = skor rata-rata tertimbang

$f_i$  = frekuensi

$x_i$  = bobot nilai

$\sum f_i$  = jumlah responden

**d. Rentang Skala**

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Oleh karena itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$RS = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan :

RS = rentang skala penilaian

$m$  = skor tertinggi pada skala

$n$  = skor terendah pada skala

$b$  = jumlah kelas atau kategori yang dibuat

Dengan peringkat jawaban tertinggi adalah 5 dan terkecil adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut :

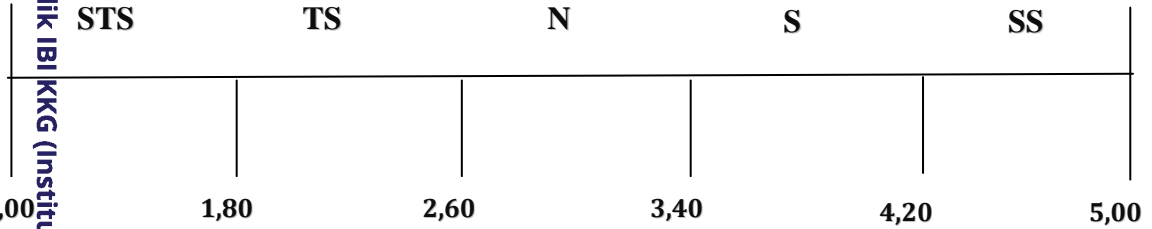


$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Gambar rentang skala :



Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

**4. Skala Likert**

Skala likert didesain untuk melihat seberapa kuat subjek setuju dan tidak setuju dengan pertanyaan pada skala 5 titik. Contoh susunan skala likert yang dapat digunakan sebagai berikut:

Sangat Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Respon terhadap sejumlah hal yang berkaitan dengan konsep atau variabel tertentu, kemudian disajikan kepada tiap responden. Ini adalah skala interval dan perbedaan dalam respon antara dua titik pada skala tetap sama.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**5. Persamaan struktural**

Penelitian ini menggunakan model SEM dengan pengolahan data menggunakan Warpls 6.0. Adapun persamaan structural dalam penelitian ini adalah :

$$HL = B_{21} FI + \varepsilon_2$$

$$IB = \gamma_{11} FI + \gamma_{12} HS + \varepsilon_1$$

Keterangan :

FI = Fashion Involvement

HL = Hedonic Lifestyle

IB = Impulse Buying

**a. Penilaian Overall Fit**

Penilaian *Overall Fit* dilakukan untuk mengetahui apakah model SEM yang dibuat dapat diterima (*fit*). Indikator-indikator yang ada adalah sebagai berikut:

(1) Average Path Coefficient (APC)

Nilai *cut-off* P-value untuk APC yang direkomendasikan sebagai model fit adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikan yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2017:95)

(2) Average R-Squared (ARS)

Nilai *cut-off* P-value untuk ARS yang direkomendasikan sebagai model fit adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikan yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2017:95)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(3) Average Adjusted R-Squared (AARS)

Nilai *cut-off* P-value untuk ARS yang direkomendasikan sebagai model fit adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikan yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2017:95)

(4) Average Block (AVIF)

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AVIF harus  $\leq 3,3$  dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai  $\leq 5$  masih dapat diterima apabila banyak konstruk atau variabel di dalam model yang diukur dengan indikator tunggal. (Ghozali dan Latan, 2017:96)

(5) Average Full Collinearity (AFVIF)

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AVIF harus  $\leq 3,3$  dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai  $\leq 5$  masih dapat diterima apabila banyak konstruk atau variabel di dalam model yang diukur dengan indikator tunggal. (Ghozali dan Latan, 2017:96)

(6) Tenenhaus GoF

GoF memiliki tiga tingkatan nilai, yaitu kecil apabila nilai GoF  $\geq 0.10$ , menengah jika nilai GoF  $\geq 0.25$  dan besar jika nilai GoF  $\geq 0.36$ . (Ghozali dan Latan, 2017:96)

(7) Sympon's Paradox Ratio (SPR)

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai SPR  $\geq 0,7$  masih dapat diterima yang artinya 70% atau lebih dari path di dalam model bebas dari Sympon's Paradox. (Ghozali dan Latan, 2017:97)

(8) R-Squared Contribution Ratio (RSCR)

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai  $SPR \geq 0,9$  masih dapat diterima yang artinya 90% atau lebih dari path di dalam model ini tidak berhubungan dengan kontribusi R-Squared negative. (Ghozali dan Latan, 2017:97)

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

9) Statistical Suppression Ratio (SSR)

Nilai SSR dapat diterima jika memiliki nilai  $\geq 0,7$  yang berarti 70% atau lebih dari path di dalam model bebas dari statistical suppression. (Ghozali dan Latan, 2017:98)

10) Nonlinier Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)

Nilai NLBCDR dapat diterima jika memiliki nilai  $\geq 0,7$  yang berarti 70% atau lebih dari path yang berhubungan di dalam model mendukung untuk dibalik hipotesis dari hubungan kausalitas yang lemah. (Ghozali dan Latan, 2017:98)

**b. Penelitian Model Struktural**

Evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antara variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antar variabel endogen. Tujuan dalam menilai model struktural adalah untuk memastikan apakah hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui *survey*.

Evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antara variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antar variabel endogen. Tujuan dalam menilai model struktural adalah untuk memastikan apakah hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui *survey*.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tanda (arah) hubungan antar variabel-variabel laten mengindikasikan

apakah hasil hubungan antara variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang sesuai dengan yang dihipotesiskan. Kriteria pengujian hipotesis statistik penelitian ini adalah :

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1) Pengaruh *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying*

$$H_0 : \gamma_{11} = 0$$

$$H_a : \gamma_{11} > 0$$

2) Pengaruh *Hedonic Lifestyle* terhadap *Impulse Buying*

$$H_0 : \beta_{12} = 0$$

$$H_a : \beta_{12} > 0$$

3) Pengaruh *Fashion Involvement* terhadap *Hedonic Lifestyle*

$$H_0 : \gamma_{21} = 0$$

$$H_a : \gamma_{21} > 0$$

4) Pengaruh tidak langsung *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying*

$$H_0 : \gamma_{11} \times \beta_{12} = 0$$

$$H_a : \gamma_{11} \times \beta_{12} > 0$$

Tolak  $H_0$  bila  $p\text{-value} < 0,05$

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada persamaan struktural mengindikasikan jumlah varians pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara stimulan oleh variabel-variabel laten independen. Semakin tinggi nilai  $R^2$ , maka semakin besar variabel-variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel endogen, sehingga semakin baik persamaan struktural.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 6. Pembangunan Path Diagram

C **Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)** 
**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**
  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Path diagram merupakan representasi grafis mengenai bagaimana beberapa variabel pada suatu model berhubungan satu sama lain, memberikan suatu pandangan menyeluruh mengenai struktur model. Representasi grafis membantu dalam memahami hipotesis yang telah dibentuk. Path diagram berguna untuk menunjukkan persamaan-persamaan aljabar dan *error* dalam persamaan tersebut juga mengurangi *specification error* dengan menyoroti hubungan-hubungan yang dihilangkan, variabel-variabel yang dikeluarkan, sehingga konseptualisasi model akan ditingkatkan. Oleh karena itu, disarankan untuk membangun *path diagram* sebelum menspesifikasi model. Berikut keterangan dan Gambar 3.1 menunjukkan *path diagram* yang digunakan dalam penelitian ini.

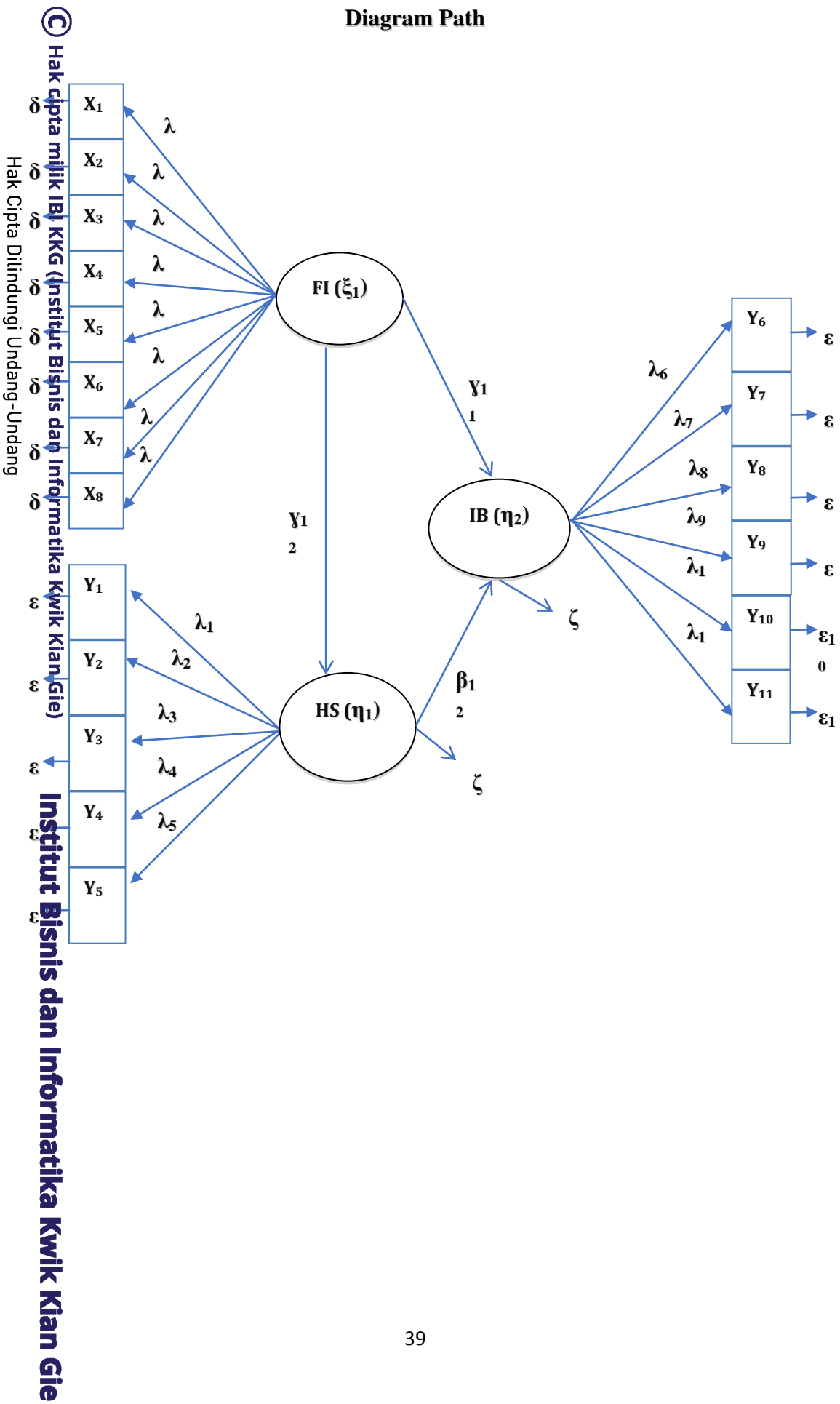
Keterangan gambar 3.1 :

$\xi$ (KSI)	:	variabel laten eksogen
$\eta$ (ETA)	:	variabel laten endogen
$\gamma$ (GAMMA)	:	hubungan langsung antara variabel eksogen terhadap variabel endogen
$\beta$ (BETA)	:	hubungan antara sama-sama variabel endogen
Y	:	Indikator variabel endogen
X	:	Indikator variabel eksogen
$\lambda$ (LAMBDA)	:	hubungan antara variabel laten dengan indikatornya
$\varepsilon$ (EPSILON)	:	<i>measurement error</i> untuk indikator variabel endogen
$\delta$ (DELTA)	:	<i>measurement error</i> untuk indikator variabel eksogen
$\zeta$ (ZETA)	:	<i>measurement error</i> yang terjadi akibat pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogen

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 3.1

Diagram Path



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.