

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2012:10). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan verifikatif.

Metode penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu situasi kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Nazir, 2011:54). Masing – masing variabel tersebut dicari nilainya kemudian dijelaskan perkembangannya secara deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui keadaan suasana toko, keragaman produk, dan keputusan pembelian pada Griya Department Store Pahlawan.

Sedangkan metode verifikatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012:11). Metode ini juga digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari dua variabel bebas (independen) yaitu X_1 (Suasana toko), X_2 (Keragaman Produk), dan satu variabel terikat (dependen) atau Y (Keputusan Pembelian) sehingga dapat diambil suatu analisis dengan

menggunakan ukuran – ukuran statistik yang berhubungan dengan data empiris. Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui pengaruh atau bentuk hubungan *Suasana toko* dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Griya Department Store Pahlawan.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi variabel menjelaskan tipe – tipe variabel yang dapat diklasifikasikan berdasarkan fungsi variabel dalam hubungan antar variabel serta skala variabel yang digunakan. Sedangkan operasionalisasi variabel menjabarkan variabel atau sub variabel kepada konsep, dimensi, indikator yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Pengertian variabel penelitian menurut Sugiyono (2012:59) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

a. Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen sering juga disebut variabel bebas. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012:59). Pada penelitian ini variabel – variabel independennya adalah :

1. Pengertian Suasana toko menurut Kotler, (2010:61) adalah suasana (*atmosphere*) setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan untuk berputar-putar didalamnya.
 2. Pengertian keragaman produk menurut James F. Engels di alih bahasakan oleh Farli Liwe (2015:209) keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.
- b. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen sering juga disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:59). Pada penelitian ini variabel dependennya Keputusan Pembelian. Keputusan pembelian menurut Kotler & Keller, dapat diartikan oleh Benyamin Molan (2012;196) bahwa Keputusan pembelian adalah perilaku mempelajari seseorang, grup dan organisasi untuk memilih, membeli, menggunakan dan mengelola produk, jasa, ide maupun pengalaman untuk menemukan apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional variable adalah proses mendefinisikan variabel dengan tegas, sehingga menjadi factor-faktor yang dapat diukur. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yang akan diteliti, yaitu suasana toko (X_1) dan keragaman produk (X_2) sebagai variabel independen, dan keputusan pembelian (Y)

sebagai variabel dependen. Berikut adalah table mengenai konsep dan indicator variabel-variabel tersebut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<p>Store Atmosphere (X₁) Pengertian Store Atmosphere menurut Ma'ruf (2014:201) adalah salah satu marketing mix dalam gerai yang berperan penting dalam memikat pembeli, membuat mereka nyaman dalam memilih barang belanjaan, dan mengingatkan mereka produk apa yang ingin dimiliki baik untuk keperluan pribadi, maupun untuk keperluan rumah tangga.</p>	<i>Exterior</i>	Daya tarik luar gedung	Tingkat daya tarik luar gedung	Ordinal	1
		Fasilitas parkir	Tingkat fasilitas parkir	Ordinal	2
		Luas bangunan toko	Tingkat luas bangunan toko	Ordinal	3
	<i>General Interior</i>	Pencahayaan	Tingkat Pencahayaan	Ordinal	4
		<i>Temperature</i>	Tingkat <i>Temperature</i>	Ordinal	5
	<i>Store Layout</i>	Lebar ruangan	Tingkat Lebar ruangan	Ordinal	6
		Susunan produk	Tingkat Susunan produk	Ordinal	7
		Lalulintas dalam toko	Tingkat Lalulintas dalam toko	Ordinal	8
	<i>Interior Display</i>	Poster	Tingkat keberadaan Poster	Ordinal	9
		Papan petunjuk	Tingkat keberadaan Papan petunjuk	Ordinal	10

Dilanjutkan

Lanjutan tabel 3.1

<p>Keragaman Produk (X2) Pengertian keragaman produk menurut James F. Engels di alih bahasakan oleh Farli Liwe (2015:209) keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.</p>	Lebar Produk	Kelengkapan produk	Tingkat Kelengkapan produk	Ordinal	11
		Jenis produk yang di jual di setiap lini produk yang berbeda	Tingkat jenis produk yang di jual di setiap lini produk yang berbeda		12
	Panjang Produk	Keragaman produk	Tingkat Keragaman produk	ordinal	13
		Total produk yang dijual dalam bauran	Tingkat total produk yang di jual dalam bauran	ordinal	14
	Kedalaman Produk	Jenis varian yang ditawarkan masing-masing produk	Tingkat Jenis varian yang ditawarkan masing-masing produk	ordinal	15
		Ketersediaan ukuran produk	Tingkat Ketersediaan ukuran produk	Ordinal	16
	Konsistensi	Kemudahan mendapatkan produk	Tingkat kemudahan mendapatkan produk	Ordinal	17
		Ketersediaan produk yang dijual	Tingkat ketersediaan produk yang di jual	Ordinal	18

Dilanjutkan

Lanjutan tabel 3.1

<p>Keputusan Pembelian (Y) Keputusan pembelian menurut Kotler & Keller, dapat diartikan oleh Benyamin Molan (2012;196) bahwa Keputusan pembelian adalah perilaku mempelajari seseorang, grup dan organisasi untuk memilih, membeli, menggunakan dan mengelola produk, jasa, ide maupun pengalaman untuk menemukan apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan</p>	Pilihan produk	Kebutuhan produk	Tingkat kebutuhan konsumen terhadap produk	Ordinal	19
		Pemilihan produk	Tingkat pemilihan produk	Ordinal	20
	Pilihan merek	Loyalitas merek	Tingkat loyalitas terhadap merek produk	Ordinal	21
	Pilihan penyalur	Memilih lokasi yang mudah dijangkau	Tingkat pembelian produk berdasarkan lokasi yang mudah dijangkau	Ordinal	22
		Penyaluran dengan harga yang lebih murah	Tingkat pembelian berdasarkan harga yang lebih murah	Ordinal	23
	Waktu pembelian	Waktu pembelian	Tingkat waktu pembelian yang dilakukan	Ordinal	24
		Frekuensi pembelian	Tingkat frekuensi pembelian yang dilakukan	Ordinal	25
	Jumlah pembelian	Banyak pembelian	Tingkat banyaknya produk yang dibeli	Ordinal	26
		Keinginan pembelian	Tingkat keinginan pembelian produk	Ordinal	27
	Metode pembayaran	Kemudahan pembayaran	Tingkat kemudahan melakukan pembayaran	Ordinal	28
		Teknologi yang digunakan	Tingkat teknologi yang digunakan dalam melukanan pembayaran	Ordinal	29

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel menjelaskan unit analisis dan metode sampel yang digunakan. Populasi adalah wilayah generalisasi berupa subjek atau objek yang diteliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya, sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Sampel merupakan sebagian atau bertindak sebagai perwakilan dari populasi sehingga hasil penelitian yang berhasil diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan pada populasi. Penarikan sampel dapat diperlukan jika populasi yang diambil sangat banyak, dan peneliti memiliki keterbatasan untuk menjangkau seluruh populasi maka peneliti perlu mendefinisikan populasi target dan populasi terjangkau baru kemudian menentukan jumlah sampel dan teknik sampling yang digunakan.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:115).

Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung Griya Department Store Pahlawan pada Januari sampai dengan Desember tahun 2016.

Tabel 3.2
Jumlah pengunjung Griya Department Store Pahlawan tahun 2016

Bulan	Jumlah pengunjung
Januari	1150
Februari	1200
Maret	1270
April	1189
Mei	1109
Juni	1378
Juli	2590
Agustus	1570
September	1367
Oktober	1245
November	1200
Desember	1650
N	16918

Sumber : Griya Department Store Pahlawan.

3.3.2 Sampel

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan dalam pengolahan data penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang di ambil harus dapat mewakili populasi penelitin.

Anggota sampel yang tepat digunakan menurut Sugiyono (2013:118) dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dan sebaliknya. Kesimpulan sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi konsumen Griya Department Store Pahlawan.

Pada penelitian ini, pengambilan jumlah responden menggunakan rumus slovin Husein Umar (2012:78) sampel yang digunakan oleh peneliti dengan persentasi kelonggaran ketidak telitian adalah sebesar 10%

$$\text{Rumus Slovin} = n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N : Populasi

e : Tingkat kelonggaran ketidaksesuaian pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diingiinkan

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut penulis sajikan pada halaman selanjutnya.

$$n = \frac{1.410}{1.410(0,1)^2 + 1} = 93,37 \text{orang}$$

Jadi diketahui perhitungan untuk sampel dengan tingkat kesalahan 10%, dari 93,37di bulatkan menjadi 94 orang.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik ini merupakan penelitian sampel, karena penulis hanya akan meneliti sebagian dari populasi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sugiyono (2012 : 118). Dinamakan penelitian sampel jika kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian

sampel. Menggeneralisasikan adalah mengangkat kesimpulan sebagai sesuatu yang berlaku bagi populasi. Menurut Sugiyono (2012 : 62) Teknik *Sampling* adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Metode *sampling* yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode no probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling accidental*, dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data Sugiyono (2012:62).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan keterangan-keterangan yang diperlukan untuk pembahasan data yang digunakan dalam penelitian. Terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data, yaitu :

1. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan ini adalah pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari berbagai literatur buku, hasil penelitian yang sejenis, dan media lain yang mempunyai kaitan dengan masalah serta tema penelitian yang dilakukan. Di sini penulis juga banyak membaca literatur buku di perpustakaan kampus untuk menambah pengetahuan dalam menyelesaikan laporan ini.

2. Studi lapangan

Yaitu mencari dan memperoleh data dari instansi dan para karyawan sebagai responden yang penulis teliti.

a. Observasi

Yaitu melakukan pengamatan langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung di instansi.

b. Wawancara

Yaitu dengan cara mengadakan wawancara dengan kepala pemasaran yang mempunyai wewenang dari para karyawan yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti sekaligus menjadi objek penelitian.

c. kuesioner

menurut sugiono (2013:162) bahwa kuesioner adalah tektik pengambilan daya digunakan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab. Sumber data yang diperoleh dari pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian ini seperti sikap, persepsi, dan pandangan responden mengenai kualitas pelayanan yang dilakukakn oleh perusahaan.

3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis dan uji hipotesis menguraikan metode – metode analisis yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Dalam skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan

menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dimana alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif. Seperti tertera pada tabel yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Dengan Skala *Likert*

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1. SS (SangatSetuju)	5
2. S (Setuju)	4
3. KS (KurangSetuju)	3
4. TS (Tidak Setuju)	2
5. STS (SangatTidakSetuju)	1

Sumber : Sugiyono (2012:137)

Pada Tabel 3.3 dapat dilihat bahwa jawaban dan bobot skor untuk item-item instrument pada pertanyaan dalam kuesioner. Bobot skor ini hanya memudahkan saja bagi responden dalam menjawab pertanyaan dari kuesioner.

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pernyataan untuk mengukur variabel yang diteliti, sebelumnya harus dilakukan uji validitas dan realibilitas. Bila instrument atau alat ukur tersebut tidak valid dan reliable, maka tidak akan diperoleh hasil penelitian yang baik. (Juliansyah Noor, 2012:130).

3.5.1.1 Uji Validitas

Hasil penelitian dikatakan valid apabila kesamaan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji validitas dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur itu valid). Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sugiyono (2008 : 172).

Mencari nilai validitas dari semua item, kita akan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total item-item dari variabel tersebut. Item-item tersebut jika korelasinya sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi apabila nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasinya penulis menggunakan rumus *Pearseon Product Moment*. Sugiyono (2012 : 284) dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i x_{tot} - (\sum x_i)(\sum x_{tot})}{\sqrt{\{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\}\{n\sum x_{tot}^2 - (\sum x_{tot})^2\}}}$$

dimana :

r = Koefisien Korelasi Product moment

n = Jumlah Sampel

$\sum x_i$ = Jumlah Skor suatu item

$\sum x_{tot}$ = Jumlah total jawaban

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item

$\sum x_{tot}^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum x_i x_{tot}$ = jumlah perkalian skor jawaban dengan total skor

3.5.1.2 Uji Realibilitas

Reliabilitas diterjemahkan dari kata reliability yang berarti hal yang dapat dipercaya. Sebuah tes dikatakan mempunyai reliabilitas yang tinggi jika tes tersebut memberikan data hasil yang tetap walaupun diberikan pada waktu yang berbeda kepada responden yang sama. Hasil tes yang tetap atau seandainya berubah maka perubahan itu tidak signifikan maka tes tersebut dikatakan reliabel. Maka dari itu reliabilitas sering disebut dengan keterpercayaan, keterandalan, ketetapan, kestabilan dan sebagainya. Reliabilitas menyangkut masalah ketepatan alat ukur. Memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2013:110) “Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Penelitian ini menggunakan metode *cronbach alpha*. Korelasi total skor dengan rumus :

$$r_{hitung} = \frac{(n \sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Setelah dapat dinilai reabilitas instrumen (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrument dikatakan *reliable*, sebaliknya jika $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} maka instrument tersebut dikatakan *tidak reliable*.

3.5.2 Teknik Analisis Data

Pendapat yang dikemukakan Sugiyono (2012:206) yang dimaksud dengan analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul.

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Analisis data yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis verifikatif.

3.5.3 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian, penulis menggunakan Analisis Deskriptif atas Variabel Independen dan Dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Tahap analisis dilakukan sampai pada *scoring* dan indeks, dimana skor merupakan jumlah dari hasil perkalian setiap bobot nilai (1 sampai 5) frekuensi. Pada tahap selanjutnya indeks dihitung dengan metode *mean*, yaitu membagi total skor dengan jumlah responden. Angka indeks tersebut yang menunjukkan kesatuan tanggapan seluruh responden sebagai variabel penelitian.

Nilai Tertinggi = 1 Nilai Terendah = 5

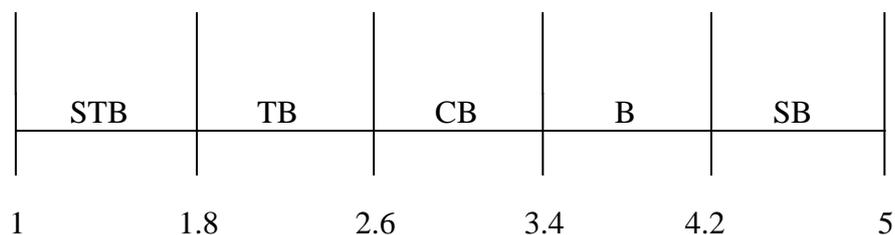
$$\begin{aligned} \text{Rentang Skor} &= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Nilai}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0,8 \end{aligned}$$

Setelah diketahui skor rata – rata, maka hasil tersebut dimasukan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata – rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor. Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat Tidak Baik
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Tidak Baik
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Cukup Baik
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Baik
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat Baik

Sumber :Husein Umar (2011:98)

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.5.4 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan analisis yang digunakan untuk membahas data kuantitatif. Analisis ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu mengetahui seberapa besar pengaruh. Adapun langkah-langkah pengujian statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua arah atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (dua) (Sugiyono, 2012:277).

Penelitian ini menggunakan dua variabel independen diantaranya adalah Suasana toko dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian sebagai variabel dependennya. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dengan rumus:

$$Y = a + b^1X^1 + b^2X^2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_2$ = Koefisien Regresi Variabel Independen

X_1 = *Suasana toko*

X_2 = Keragaman Produk

e = Standar *Error*

3.5.6 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linear antara dua variabel, korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain analisis korelasi tidak membedakan variabel dependen dengan variabel independen (Imam Ghozali, 2011). Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan atau seberapa erat hubungan antara variabel X yaitu *Suasana toko* dan Keragaman Produk terhadap variabel Y yaitu Keputusan Pembelian. Cara mengetahui keadaan korelasi digunakan kriteria sebagai berikut :

Tabel 3.4

Pedoman Interpretasi Koefisien korelasi

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

Sumber : Sugiyono (2012:184)

3.5.7 Uji Hipotesis

Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan pengujian secara parsial dan pengujian secara simultan serta analisis koefisien determinasi (R^2) (Imam Ghozali, 2011), pengujian hipotesis tersebut adalah sebagai berikut :

3.5.7.1 Uji Hipotesis Simultan (F-test)

Uji F merupakan pengujian hubungan regresi secara simultan yang bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen bersama – sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Langkah – langkah pengujian dengan menggunakan Uji F adalah sebagai berikut :

1. Membuat formulasi uji hipotesis

$H_0 : \beta_0 = \beta_1 = \beta_2 = 0$; *Suasana toko* dan Keragaman Produk tidak berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

$H_1 : \beta_0 \neq \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$; *Suasana toko* dan Keragaman Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

2. Menentukan tingkat signifikan

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kemelesetan 5%.

3. Hasil F – hitung berdasarkan F – tabel, dengan kriteria :

a. Bila F hitung $<$ F tabel, variabel bebas secara bersama – sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, H_0 diterima.

b. Bila F hitung $>$ F tabel, variabel bebas secara bersama – sama berpengaruh terhadap variabel dependen, H_0 ditolak.

4. Berdasarkan probabilitas

H_0 ditolak dan H_1 diterima jika nilai probabilitasnya kurang dari 0,05 (α).

5. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan didukung oleh teori yang sesuai dengan objek dan masalah penelitian.

3.5.7.2 Uji Hipotesis Parsial (t-test)

Uji t (t-test) digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji t adalah pengujian koefisien regresi masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam hal ini, variabel independennya yaitu *Suasana toko* dan Keragaman Produk, sedangkan variabel dependennya yaitu Keputusan Pembelian. Langkah – langkah pengujian hipotesis parsial dengan Uji t adalah sebagai berikut :

1. Membuat formulasi uji hipotesis

a. $H_0 : \beta_1 = 0$; *Suasana toko* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

$H_0 : \beta_1 \neq 0$; *Suasana toko* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

b. $H_0 : \beta_2 = 0$; Keragaman Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

$H_0 : \beta_2 \neq 0$; Keragaman Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

2. Menentukan tingkat signifikan

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kemelesetan 5%.

3. Hasil t – hitung berdasarkan t – tabel, dengan kriteria :
 - a. Bila t hitung $<$ t tabel, variabel bebas (independen) secara individu tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, H_0 diterima dan H_1 ditolak.
 - b. Bila t hitung $>$ t tabel, variabel bebas (independen) secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen, H_0 ditolak dan H_1 diterima.
4. Berdasarkan probabilitas
 H_0 ditolak dan H_1 diterima jika nilai probabilitasnya kurang dari 0,05 (α)
5. Penarikan kesimpulan
Penarikan kesimpulan berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan didukung oleh teori yang sesuai dengan objek dan masalah penelitian.

3.5.8 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan

hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing – masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Menurut Sugiyono (2012:292), rumus untuk menghitung koefisien determinasi secara simultan yaitu :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$\text{Dimana : } 0 \leq r^2 \leq 1$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

Analisis koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y secara parsial. Untuk mencari besarnya koefisien determinasi secara parsial dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan :

β = Standar koefisien beta

Zero Order = Matrik korelasi variabel independen dengan variabel dependen

3.6 Rancangan Kuisisioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuisisioner ini berisi pernyataan mengenai variabel suasana toko dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian Griya Department Store Pahlawan No.10-14, Cikutra, Cibeuying kidul, Bandung, mulai dari bulan Februari s/d mei 2017.