

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Peneliti mengumpulkan data yang berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2013:11) “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.” Serta “Penelitian verifikatif atau dalam istilah statistika disebut inferensial atau induktif adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan maksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi melalui suatu pengujian hipotesis.

Penelitian deskriptif ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ada di nomor satu, dua dan tiga yaitu mengenai tanggapan responden tentang variabel-variabel yang diteliti seperti *store atmosphere*, *product assortment*, dan keputusan pembelian. Sedangkan penelitian verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ada pada nomor empat yaitu seberapa besar pengaruh *store atmosphere* dan *product assortment* terhadap kepuasan konsumen di toko buku Rumah Buku Bandung.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Definisi variabel dan operasional variabel penelitian merupakan variabel-

variabel yang harus didefinisikan dengan jelas agar tidak terjadi pengertian berganda. Definisi variabel juga menjadi batasan sejauh mana penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan variabel inilah penelitian bisa diolah sehingga dapat diketahui cara pemecahan masalahnya.

3.2.1 Definisi Variabel

Peneliti akan selalu berhubungan dengan apa yang disebut dengan variabel. Peneliti akan menentukan variabel untuk diolah menjadi informasi yang dibutuhkan dan kemudian ditarik kesimpulan. Hal tersebut sejalan dengan apa yang dikatakan Sugiyono (2013:38) bahwa variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.

3.2.1.1 Variabel Independen

Sugiyono (2013:61) Variabel Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah :

1. *Store Atmosphere* (X_1) menurut Kotler dan Keller (2012:61) *Store Atmosphere* adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk.
2. *Product Assortmen* (X_2) menurut Kotler dan Keller (2012:28) keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan

penjual tertentu kepada pembeli.

3.2.1.2 Variabel Dependen

Sugiyono (2013:61) Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian (Y). Menurut Kotler dan Keller (2012:190) menyatakan 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 variabel merupakan indikator yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, yaitu *store atmosphere* (X_1), *product assortment* (X_2) dan keputusan pembelian sebagai variabel tidak bebas (Y). Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran, dan skala dimana variabel penelitian akan diukur dengan skala ordinal. Operasionalisasi variabel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Angket
1.	<i>Store Atmosphere</i> (X_1) “Store	<i>Exterior</i>	Daya tarik logo toko	Tingkat daya Tarik logo toko	Ordinal	1
			Pintu masuk	Tingkat Pintu masuk	Ordinal	2
			Daya Tarik desain	Tingkat daya tarik	Ordinal	3

No.	Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Angket		
	<p><i>Atmosphere</i> adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk.”</p> <p>Kotler dan Keller (2012:61)</p>	<i>Interior</i>	<i>exterior</i>	desain <i>exterior</i>				
			Tingkat pencahayaan	Tingkat pencahayaan	Ordinal	4		
			Daya tarik warna	Tingkat daya Tarik warna	Ordinal	5		
			Kecocokan musik	Tingkat kecocokan musik	Ordinal	6		
			Kecocokan aroma	Tingkat kecocokan aroma	Ordinal	7		
		Kesejukan	Tingkat Kesejukan	Ordinal	8			
		<i>Interior Display</i>	Kemudahan mendapatkan kelompok buku	Tingkat kemudahan mendapatkan kelompok buku	Ordinal	9		
			Ketepatan mengatur jarak antar rak	Tingkat ketepatan mengatur jarak antar rak	Ordinal	10		
			Daya tarik <i>display</i>	Tingkat daya tarik <i>display</i>		11		
		<i>Store Layout</i>	Kelengkapan petunjuk ruangan	Tingkat kelengkapan petunjuk ruangan	Ordinal	12		
			Tema-tema ruangan	Tingkat tema-tema ruangan	Ordinal	13		
			Daya tarik penataan buku <i>new release</i>	Tingkat daya tarik penataan buku <i>new release</i>	Ordinal	14		
		2.	<p>Product Assortment (X₂)</p> <p>“Keragaman produk adalah kumpulan seluruh lini produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli.”</p> <p>Kotler dan Keller (2012:28)</p>	Lebar Bauran produk	Banyaknya lini produk	Tingkat banyaknya lini produk	Ordinal	1
					Tingkat kelengkapan lini produk	Tingkat kelengkapan lini produk	Ordinal	2
Panjang bauran produk	Banyaknya jenis bauran produk			Tingkat banyaknya jenis bauran produk	Ordinal	3		
	Variasi produk			Tingkat variasi produk		4		
Kedalaman bauran produk	Jenis varian yang ditawarkan masing-masing produk			Tingkat Jenis varian yang ditawarkan masing-masing produk	Ordinal	5		
	Tersedianya produk pelengkap			Tingkat tersedianya produk pelengkap	Ordinal	6		
Konsistensi bauran produk	Kemudahan mendapatkan produk			Tingkat kemudahan mendapatkan produk	Ordinal	7		
	Ketersediaan produk yang dijual			Tingkat ketersediaan produk yang dijual	Ordinal	8		

No.	Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Angket
3.	Keputusan Pembelian (Y) “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.” Kotler dan Keller (2012:190)	Pengenalan kebutuhan	Informasi dalam ingatan	Tingkat informasi dalam ingatan	Ordinal	1
			Pengaruh lingkungan	Tingkat pengaruh lingkungan	Ordinal	2
		Pencarian informasi	Pencarian internal dan eksternal	Tingkat pencarian internal dan eksternal	Ordinal	3
		Evaluasi alternatif	Kepercayaan	Tingkat kepercayaan	Ordinal	4
			Harga produk	Tingkat harga produk	Ordinal	5
		Keputusan pembelian	Melakukan pembelian/tidak melakukan pembelian	Tingkat melakukan pembelian/tidak melakukan pembelian	Ordinal	6
		Perilaku pasca pembelian	Kepuasan konsumen	Tingkat kepuasan konsumen	Ordinal	7
			Bersedia merekomendasikan	Tingkat bersedia merekomendasikan	Ordinal	8

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam setiap penelitian pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi peneliti dapat melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah penelitian pun ada yang disebut sampel yaitu bagian dari populasi. Sampel sangat membantu peneliti, karena peneliti tidak perlu meneliti keseluruhan penumpang cukup hanya sebagai penumpang saja.

3.3.1 Populasi

Populasi harus mempunyai karakteristik yang sama dan menjadi objek

inferensi. Populasi menurut Sugiyono, (2013:115) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun populasi yang akan dipelajari oleh peneliti adalah konsumen Toko Buku Rumah Buku Bandung.

Tabel 3.2
Data Jumlah Pengunjung Toko Buku Rumah Buku
Bandung Pada Tahun 2015

Bulan	Jumlah Pengunjung (Orang)
Januari	158.121
Februari	158.356
Maret	160.201
April	159.587
Mei	158.358
Juni	160.265
Juli	158.488
Agustus	158.405
September	160.301
Oktober	159.088
November	158.998
Desember	160.213
Total	1.750.541

Sumber : Toko Buku Rumah Buku Bandung

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil untuk mewakili keseluruhan populasi. Hal tersebut sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh

Sugiono (2013:81) yang mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dilakukan karena keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi dana, waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang sangat banyak. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus betul-betul dapat mewakili.

Anggota sampel yang tepat digunakan menurut Sugiyono (2013:116) dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dan jumlah populasi yang diteliti maka peluang kesalahan semakin kecil dan begitu sebaliknya. Kesimpulannya sampel yang diambil harus mewakili konsumen Rumah Buku.

Pada penelitian ini, pengambilan jumlah responden yang dipilih berdasarkan rumus Solvin (Husein Umar 2008:78), sampel yang ditentukan oleh penulis dengan presentase kelonggaran ketidaktelitian adalah sebesar 10%.

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

Dimana : n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir sebesar 10%.

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 100 responden. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{1.750.541}{1 + 1.750.541 \cdot 0.1^2}$$

$$n = 99.99 \sim 100$$

Maka dapat disimpulkan, sampel pada penelitian ini menggunakan 100 orang responden.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik Sampling adalah teknik menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*, yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dapat diartikan teknik ini menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu secara tidak sengaja.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ialah teknik atau cara - cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data Sugiyono (2013:223). Dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data maka teknik pengumpulan data yang akan dipergunakan dalam melakukan penelitian ini diantaranya :

1. Data Primer

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab langsung dengan pemilik Toko Buku Rumah Buku Bandung. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen Toko Buku Rumah Buku Bandung Bandung. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai *Store Atmosphere*, *Product Assortment* dan Keputusan Pembelian di Toko Buku Rumah Buku Bandung.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari pihak lain secara tidak langsung, memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan berupa sejarah perusahaan, ruang lingkup perusahaan, struktur organisasi, buku, literatur, artikel, serta situs di internet.

- a. Studi Kepustakaan (*Library Research*), yaitu dengan membaca dan mengumpulkan data-data teoritis melalui buku-buku, tulisan ilmiah, literatur, serta catatan-catatan perkuliahan yang bersangkutan dengan masalah-masalah yang akan dibahas, sehingga diperoleh landasan yang akan digunakan dalam pemecahan masalah tersebut.

- b. Jurnal, yaitu data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian yang dianggap relevan dengan topik penelitian.
- c. Internet, yaitu dengan cara mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya ilmiah.

3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuisisioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Karena validitas dan reliabilitas ini bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang disebarkan untuk mendapatkan data penelitian adalah valid dan reliabel, maka untuk itu, penulis juga akan melakukan kedua uji ini terhadap instrumen penelitian (kuisisioner).

3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah sejauh mana suatu alat ukur itu menunjukkan ketepatan dan kesesuaian. Menurut Sugiyono (2012:348), validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrument itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan mengkolerasikan antara skor butir dengan skor total. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan bisa disebut tepat. Menurut Sugiyono (2013:348) metode kolerasi yang

digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah kolerasi *pearson product moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{((n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2))}}$$

Sumber : Sugiyono (2012:348)

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien r product moment.
- r = Koefisien validitas item yang dicari.
- x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item.
- y = Skor total instrument.
- n = Jumlah responden dalam uji instrument.
- $\sum X$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X.
- $\sum Y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y.
- $\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variable Y
- $\sum X^2$ = jumlah kuadrat pada masing-masing skor X
- $\sum Y^2$ = jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar mengambil keputusan :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Apabila nilai kolerasi (r hitung) diatas 0,3 maka dapat dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai kolerasi (r hitung) dibawah 0,3 maka dikatakan item tersebut kurang valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan yang tidak memenuhi maka tidak perlu diteruskan untuk di uji reliabilitas.

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2013:173). Instrumen yang memiliki reliabilitas dapat digunakan untuk mengukur secara berkali-kali sehingga menghasilkan data yang sama (konsisten). Menurut Sugiyono (2013:173), bahwa reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Untuk menguji reliabilitasnya digunakan metode (*split half*), item-item tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok item ganjil dan kelompok item genap, kemudian masing-masing kelompok skor tiap itemnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total. Sebelum uji reliabilitas terlebih dahulu dicari kolerasinya dengan rumus :

$$r_b = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{((n\sum A^2 - (\sum A)^2)(n\sum B^2 - (\sum B)^2))}}$$

Sumber : Sugiyono (2013:186)

Keterangan :

r = Koefisien kolerasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

ΣA = Jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = Jumlah total skor belahan genap

ΣA^2 = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

Koefisien kolerasinya dimasukan kedalam rumus sebagai berikut :

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Sumber : Sugiyono (2013:186)

Keterangan :

r = Nilai reliabilitas

rb = Korelasi pearson product moment antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_{hitung}), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya jika $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

3.5.3 *Method of Succesive Interval (MSI)*

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang di dapat masih dalam bentuk skala ordinal. Peneliti harus merubah data tersebut dari skala ordinal menjadi skala interval. Hal tersebut karena peneliti menggunakan metode analisis linier berganda dalam pengolahan datanya. Sebelum data di analisis dengan menggunakan metode analisis linier berganda, untuk data yang

berskala ordinal harus dirubah menjadi data dalam bentuk skala interval. Perubahan data dari skala ordinal menjadi skala interval dengan menggunakan teknik *Method of Succesive Interval* (MSI). Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (*scale value / SV*)

$$SV = \frac{\text{Density at Liwer Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Ares Under Lower Limit}}$$

7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus :

$$Y = NS 1 + (NSmin)$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi, yaitu dengan menggunakan program *SPSS for windows* untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan metode Analisis Linier Berganda dan Metode Korelasi yang bertujuan untuk menguji seberapa besar hubungan antara variabel X terhadap Y kemudian Uji Hipotesis yang digunakan untuk mengetahui hubungan seluruh variabel secara simultan atau bersama-sama menggunakan uji F dan untuk mengetahui hubungan variabel secara terpisah atau parsial menggunakan uji t.

3.6.1 Metode Analisis dan Uji Hipotesis (Analisis Deskriptif dan Verifikatif)

Pengelolaan dan analisis informasi serta data dalam penelitian ini dikumpulkan dan diolah secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sifat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data bersifat kuantitatif atau statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode kuantitatif ini menggunakan skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2013:93) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan baik bersifat favorable (positif) ataupun bersifat unfavorable (negatif).

Tabel 3.3
Skala Likert

Jawaban Pernyataan	Bobot Nilai	
	Bila Positif	Bila Negatif
SS (Sangat setuju)	5	1
S (Setuju)	4	2
CS (Cukup Setuju)	3	3
TS (Tidak Setuju)	2	4
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber : Sugiyono (2010:93)

Pada Tabel 3.3 dapat dilihat 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.

3.6.2 Analisis Deskriptif

Pada sub sebelumnya penulis sudah menjelaskan bahwa metode analisis yang digunakan salah satunya adalah 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 dependen yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden.

Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Untuk mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori : sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Untuk menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Untuk lebih jelas, berikut rumusnya :

$$\sum p \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata-rata}$$

Sumber : Husein Umar (2002:98)

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan kedalam garis kontinum dengan kecerendungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan diaktegorikan pada rentang skor sebagai berikut ini :

Nilai tertinggi = 1

Nilai terendah = 5

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{ST}-\text{SR}}{\text{K}}$$

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

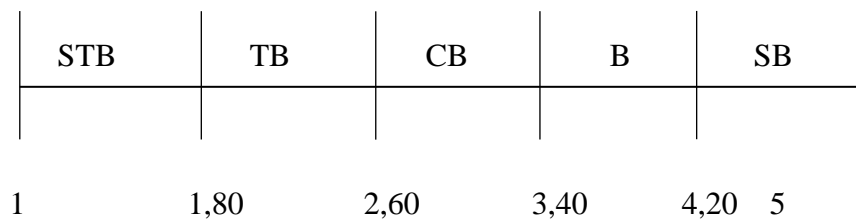
Keterangan :

r = Rentang/skala

ST = Skor jawaban tertinggi

SR = Skor jawaban terendah

K = Kategori



Gambar 3.1

Garis Kontinum

Sumber : Sugiyono (2013 : 350)

Keterangan garis kontinum :

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat Kurang
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Kurang

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

3.6.3 Analisis Verifikatif

Penelitian ini menggunakan analisis verifikatif, dimana Analisis Verifikatif adalah untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis verifikatif menurut Sugiyono (2013:54) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Dalam menggunakan analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode sebagai berikut :

3.6.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013:210) menyatakan bahwa “Analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah”. Jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dikatakan regresi berganda. Hubungan antara variabel tersebut dapat dicirikan melalui model matematik yang disebut dengan model regresi. Model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel yang diteliti. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X_1 (*store atmosphere*) dan X_2 (*product assortment*), dan Y (keputusan pembelian). Rumus yang digunakan yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (kepuasan konsumen)

a = Konstanta

$\beta_{1,2}$ = Koefisien regresi

X₁ = Kualitas produk

X₂ = Harga

3.6.3.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X₁ (*store atmosphere*) dan X₂ (*product assortment*), dan Y (keputusan pembelian).

Rumus yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\overline{JK_{regresi}}}{JK_{total}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi ganda

JK_{reg} = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

JK_{tot} = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

Hubungan atau korelasi variabel yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:184). Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Interprestasi Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,19	Sangat Rendah
0,20-0,39	Rendah
0,40-0,59	Sedang
0,60-0,79	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013:184)

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $-1 < R < 1$ yaitu:

1. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 , dan Y , semua positif sempurna.
2. Apabila $R = -1$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 , dan Y , semua negatif sempurna.
3. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

3.6.3.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dimaksud dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh *store atmosphere*, *product assortment*, dan keputusan pembelian. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), rumus hipotesisnya sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis Simultan

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara *store atmosphere* (X_1) dan *product assortment* (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_a : \beta_1 \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh antara *store atmosphere* (X_1) dan

product assortment (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan uji signifikan koefisien berganda, taraf signifikan 5% dengan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/K}{1 - R^2 (n - K - 1)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F *hitung* yang selanjutnya dibandingkan dengan F *tabel* (n-K-1)

= derajat kebebasan

Perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut dk (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow H_a$ diterima (signifikan)
- b. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel} \rightarrow H_a$ ditolak (tidak signifikan)

2. Uji Hipotesis Parsial

Hipotesis parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan kedalam bentuk statistik sebagai berikut :

- a. $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh *store atmosphere* (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen toko buku Rumah Buku Bandung.

- b. $H_a : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh *store atmosphere* (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen toko buku Rumah Buku Bandung.
- c. $H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh *product assortment* (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen toko buku Rumah Buku Bandung.
- d. $H_a : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh *store atmosphere* (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen toko buku Rumah Buku Bandung.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf signifikan 5%, dengan rumus sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n - (k + 1)}}{1 - r^2}$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- r = Nilai korelasi parsial
- k (kelas) = Subvariabel

Pengujian telah dilakukan, maka hasil pengujian *thitung* dibandingkan dengan *ttabel* , dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima.

3.6.3.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar

pengaruh variabel X (*store atmosphere* dan *product assortment*) terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel X_1 dan X_2 (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen), biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%).

Rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

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

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi ganda

Besarnya pengaruh parsial dari kedua variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dapat dicari dengan cara mengalikan beta dengan *zero order* sebagai berikut :

a. $r^2_{X_1} = \beta_1 \times \text{zero order}$

b. $r^2_{X_2} = \beta_2 \times \text{zero order}$

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di toko buku Rumah Buku Bandung (Survey pada konsumen toko buku Rumah Buku Bandung) yang berlokasi di Jalan Supratman No. 96, Cihaur, Geulis, Neglasari, Bandung, Jawa Barat, Indonesia, dimulai pada tanggal 12 Desember 2016.

3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa *Closed Question* atau *Multiple Choice* adalah pertanyaan

yang diajukan kepada responden yang telah disediakan pilihan jawabannya, dengan berpedoman pada skala likert dimana setiap jawaban akan diberikan skor dengan kriteria:

- a. SS (Sangat Setuju) dengan skor 5
- b. S (Setuju) dengan skor 4
- c. KS (Kurang Setuju) dengan skor 3
- d. TS (Tidak Setuju) dengan skor 2
- e. STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1