

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan suatu metode yang relevan dengan tujuan yang ingin dicapai.

Metode penelitian menurut Sugiyono (2016:5) merupakan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan di buktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *deskriptif* dan *verivikatif*. Sugiyono (2016:11) juga menyatakan penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain yang diteliti dan di analisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Metode deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah terkait dengan; Pertama, Bagaimana tanggapan konsumen mengenai *store atmosphere* di Toko Buku Gramedia Paris Van Java Bandung. Kedua, Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga yang ditawarkan di Toko Buku Gramedia Paris Van java Bandung. Ketiga, Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian di Toko Buku Gramedia paris Van Java Bandung

Metode verivikatif menurut Sugiyono (2016:53) merupakan suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan akan mencoba menghasilkan metode ilmiah

yakni status hipotesa yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesa diterima atau ditolak. Metode penelitian verivikatif digunakan untuk mengetahui dan menjawab rumusan masalah yang terkait dengan seberapa besar pengaruh *store atmosphere* dan harga terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Gramedia Paris Van Java Bandung.

### **3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Aspek yang diteliti dalam penelitian ini adalah *store atmosphere*, harga, dan keputusan pembelian. Variabel tersebut kemudian di operasionalisasikan berdasarkan variabel, dimensi, indikator, ukuran dan skala pengukuran. Berikut definisi dan operasionalisasi yang akan dijelaskan dalam sub bab berikut :

#### **3.2.1. Definisi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah apa yang menjadi fokus dalam suatu penelitian. Variabel penelitian sering kali di gambarkan dengan X dan Y atau variabel bebas dan variabel terikat.

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2016:59) pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini hanya menggunakan dua jenis variabel saja, yaitu variabel bebas dan terikat, berikut penjelasannya pada halaman selanjutnya.

1. Variabel *Independent* : variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent* atau disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan

variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

2. Variabel *Dependent* : sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen atau disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Penelitian ini memiliki tiga variabel yang meliputi : dua variabel independent (variabel bebas) dan satu variabel dependent (variabel terikat), sebagai berikut penjelasannya :

1. *Store Atmosphere* sebagai variabel *independent* ( $X_1$ )

Menurut Berman dan Evans yang dialih bahasakan oleh Alma (2012:60) mendefinisikan *store atmosphere* (suasana toko) merupakan perasaan atau kejiwaan pada seseorang saat memasuki toko.

2. Harga sebagai variabel *independent* ( $X_2$ )

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:67) harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya

3. Keputusan Pembelian sebagai variabel *dependent* (Y)

Menurut Kotler and Keller yang dialih bahasakan oleh Benyamin Molan (2012:59) keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku, dan memilih salah satu diantaranya.

### 3.2.2. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel penelitian berarti menjelaskan secara terperinci mengenai variabel - variabel yang ada di dalam penelitian ini menjadi beberapa bagian yaitu dimensi, indikator, ukuran, dan skala. Bertujuan untuk memberi batasan-batasan untuk mempermudah dalam pengukuran dan juga dapat mempermudah dalam melakukan pembahasan yang akan dilakukan oleh penulis, berikut operasionalisasi variabel penelitian, sebagai berikut :

**Tabel 3.1**

**Operasionalisasi Variabel Penelitian**

No	Variable dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
1	<i>Store Atmosphere</i> Suasana toko merupakan perasaan atau kejiwaan pada seseorang pada saat memasukitok o <b>Berman dan Evans yang dialih bahasakan oleh Alma (2012:60)</b>	Interior	Warna dinding	Tingkat pemilihan warna dinding	Ordinal
			Pencahayaan	Tingkat pencahayaan di dalam ruangan yang tidak mengganggu pandangan	Ordinal
			Keadaan Ruangan	Tingkat keadaan ruangan yang luas	Ordinal
			Sirkulasi Udara	Tingkat sirkulasi udara yang sejuk	Ordinal
		Musik	Tingkat pemutaran musik yang tidak pernah mengganggu	Ordinal	
		Eksterior	Papan nama (Toko Buku Gramedia Paris Van Java)	Tingkat keterlihatan papan nama	Ordinal

No	Variable dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
				dari berbagai sudut	
			Kepemilikan Tempat	Tingkat kepemilikan tempat yang tidak menyatu dengan yang lain	Ordinal
			Tampilan Tempat	Tingkat penampilan tempat yang menarik	Ordinal
			Pintu Masuk dan Keluar (Toko Buku Gramedia Paris Van Java)	Tingkat keberadaan pintu masuk dan keluar (Toko Buku Gramedia Paris Van Java)	Ordinal
		Tata Letak Toko	Tempat Penitipan Barang	Tingkat penitipan barang yang bagus	Ordinal
			Tempat Duduk/Tempat Istirahat di Dalam Toko Buku Gramedia Paris Van Java	Tingkat keadaan tempat duduk/istirahat di dalam Toko Buku Gramedia Paris Van Java	Ordinal
		Tampilan Interior	Pemberian Nama Barang	Tingkat pemberian nama barang yang jelas pada <i>display</i>	Ordinal

No	Variable dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
			Tata Letak Rak-rak	Tingkat penyimpanan rak-rak barang jualan	Ordinal
			Kerapihan	Tingkat kerapihan penyimpanan barang	Ordinal
2	<b>Harga</b> Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. <b>Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:67)</b>		Keterjangkauan harga	Skema harga yang terjangkau oleh masyarakat	Ordinal
			Daya saing harga	Skema harga pesaing	Ordinal
			Kesesuaian harga dan manfaat	Skema harga sesuai dengan manfaat yang diberikan	Ordinal
3	<b>Keputusan Pembelian</b> Keputusan pembelian merupakan proses	Pengenalan Masalah	Pilihan Produk	Tingkat pilihan produk	Ordinal

No	Variable dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
	pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku, dan memilih salah satu diantaranya. <b>. Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Benyamin Molan (2012:59)</b>				
		Pencarian Informasi	Pilihan Merek	Tingkat pilihan merek	Ordinal
		Evaluasi Alternatif	Pilihan Penyalur	Tingkat pilihan penyalur	Ordinal
		Keputusan Pembelian	Waktu Pembelian	Tingkat waktu pembelian	Ordinal
		Perilaku Pasca Pembelian	Jumlah Pembelian	Tingkat jumlah pembelian Pembayaran yang digunakan	Ordinal

Sumber : data yang di olah oleh peneliti (2018)

### **3.3 Populasi dan Sampel**

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga permasalahan yang terjadi dapat di pecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Guna mempermudah peneliti maka bagian populasi saja yang digunakan dalam penelitian, proses tersebut dinamakan sampel. Populasi dan sampel dalam suatu penelitian perlu ditetapkan dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan benar-benar mendapatkan data sesuai yang diharapkan. Berikut penjelasan mengenai populasi dan sampel pada sub bab berikut:

#### **3.2.3. Populasi**

Populasi menurut Sugiyono (2016:115) merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung dari Toko Buku Gramedia Paris Van Java selama bulan Desember 2017 yang berjumlah 620 orang. (Sumber dari Bapak. Roni Iskandar yang menjabat sebagai Supervisor di Toko Buku Gramedia Paris Van Java Bandung)



### 3.2.4. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2016:116) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).

Penulis dalam menentukan sampel menggunakan rumus *Slovin* sebagai alat untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi lebih dari 100 responden. Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah berdasarkan pendapat Husein Umar (2011:78) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Populasi

E = Batas toleransi kesalahan (tingkat kesalahan dalam sampling ini

adalah sebesar (10%)

$$n = \frac{620}{1 + 620(0,1)^2}$$

$$= 86 \text{ sampel}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, ukuran sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 86 orang dengan tingkat kesalahan 10%.

### 3.3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Sugiyono (2016:120) menjelaskan bahwa *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam nonprobability sampling pun ada berbagai teknik, salah satunya seperti yang sudah dijelaskan oleh (Sugiyono 2016:122) adalah teknik sampling *incidental* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data sehubungan dengan masalah yang akan diteliti, perlunya sumber data yang akan memberikan informasi dengan penelitian lapangan dan studi kepustakaan

#### 1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Untuk memperoleh data primer dilakukan survei langsung di Toko Buku Gramedia Paris Van Java Bandung. Tujuan penelitian lapangan ini adalah untuk memperoleh data yang akurat. Adapun data yang diperoleh dengan cara penelitian meliputi.

a. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai gejala-gejala yang diteliti. Menurut Sugiyono (2016:145) observasi adalah tehnik pengumpulan data yang lebih spesifik, observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian. Untuk memperoleh data yang asli terkait dengan masalah keputusan pembelian di Toko Buku Gramedia Paris Van Java Bandung.

b. *Interview* (Wawancara)

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal, jadi semacam percakapan yang bertujuan untuk memperoleh informasi. Wawancara adalah sebuah instrumen penelitian yang lebih sistematis. Menurut Sugiyono (2016:137) wawancara adalah tehnik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis, wawancara diajukan kepada pengunjung Toko Buku Gramedia Paris Van Java Bandung sehingga diharapkan dapat memperoleh data yang lebih jelas.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data berupa data sekunder yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan, teknik pengumpulan data sekunder tersebut melalui studi kepustakaan berupa pengumpulan informasi-informasi yang terdiri atas : Buku-buku literatur,

jurnal, internet, sejarah perusahaan, data penjualan toko, dan data pengunjung toko.

### **3.5. Teknik Pengolahan Data**

Penelitian kuantitatif, merupakan alat untuk menganalisis dan mengimplementasikan data secara kuantitatif dalam bentuk angka-angka dengan alat bantu perhitungan statistika. Alat ukur yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Dimana kriteria utama pada penelitian kuantitatif terhadap hasil data penelitian adalah valid dan reliabel. Keabsahan data dalam penelitian ini menekankan pada uji validitas dan reabilitas tentunya dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel. Penjelasan selengkapnya pada sub bab berikutnya.

#### **3.5.1. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Untuk mencari nilai validitas di sebuah item kita mengkorelasikan skor item dengan total-total item tersebut. Sesuai dengan penjelasan Sugiyono (2016:267) teknik uji yang digunakan adalah teknik kolerasi melalui koefisien kolerasi *Pearson Product Moment*. Skor ordinal dari setiap pertanyaan yang di uji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item. Jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika negatif maka item pertanyaan tersebut tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuisisioner atau diganti dengan pernyataan perbaikan.

Apabila koefisien korelasinya sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi apabila nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam mencari nilai korelasi, maka penulis menggunakan rumus *Pearson Product Moment*, dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Koefisien kolerasi

X = skor item pertanyaan

Y = skor total item pernyataan lainnya dalam satu variabel

n = jumlah sampel (responden)

$\sum X$  = jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum Y$  = jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum XY$  = jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan Y

$\sum X^2$  = jumlah dari hasil pengamatan variabel X yang telah dikuadratkan

$\sum Y^2$  = jumlah dari hasil pengamatan variabel Y yang telah dikuadratkan

Nilai  $r_{\text{hitung}}$  yang telah diperoleh dari perhitungan diatas, selanjutnya dibandingkan dengan  $r_{\text{kritis}}$  (0,3) dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{kritis}}$  maka item tersebut valid.1

Jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{kritis}}$  maka item tersebut tidak valid.

### 3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan apakah kuisisioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2016) reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Kondisi itu ditenggarai dengan konsistensi hasil dari penggunaan alat ukur yang sama yang dilakukan secara berulang dan memberikan hasil yang relatif sama dan tidak melanggar kelaziman.

Pengujian reabilitas dilakukan dengan metode *cronbach's alpha*. *Cronbach's alpha* adalah rumus matematis yang digunakan untuk menguji tingkat reabilitas ukuran. Rumus reabilitas cronbach's alpha, sebagai berikut :

$$r_{ii} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\Sigma \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

$$\sigma^2 = \frac{\Sigma \sigma^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{N}}{N}$$

Keterangan:

$r_{ii}$  = Reliabilitas Instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\Sigma \sigma^2$  = Jumlah Butir Pertanyaan

$\sigma_1^2$  = Varians Total

Menentukan reliabilitas dari alat ukur dapat dilihat dari nilai alfa jika nilai alfa lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ , maka dapat dikatakan reliabel, skala dikelompok ke

dalam lima kelas dengan *range* yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan (Juliansyah Noor, 2012: 165), sebagai berikut :

1. Nilai *alpha Cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
2. Nilai *alpha Cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
3. Nilai *alpha Cronbach* 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
4. Nilai *alpha Cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
5. Nilai *alpha Cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

### **3.6. Metode Analisis Data**

Metode Analisis data merupakan 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 rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Pertama peneliti melakukan pengumpulan data, kemudian ditentukan alat untuk memperoleh data dari elemen-elemen yang akan diteliti. Alat yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuesioner. 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 instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif. Dimana

alternatif jawaban dengan menggunakan skala *Likert*, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif sebagai berikut :

**Tabel 3.2**

**Alternatif Jawaban Dengan Skala *Likert***

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1. SS (Sangat Setuju)	5
2. S (Setuju)	4
3. R (Ragu-ragu)	3
4. TS (Tidak Setuju)	2
5. STS (Sangat Tidak Setuju)	1

*Sumber : Sugiyono (2016:137)*

Berdasarkan tabel 3.2 diatas 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

### 3.6.1. 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 = 5                      Nilai Terendah = 1

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Nilai}}$$

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

*Sumber : Husein Umar (2011:98)*

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan 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 : Kurang Baik
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Tidak 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)*

### **3.6.2. Analisis Verifikatif**

Penelitian Verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji Hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store atmosphere* ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistik yang akan digunakan seperti Analisis Regresi Linier Berganda, Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi berikut adalah penjelasannya, sebagai berikut :

### 3.6.2.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

$Y$  = Variabel terikat (loyalitas pelanggan)

$a$  = Bilangan konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi brand personality

$b_2$  = Koefisien regresi emotional value

$X_1$  = Variabel bebas (kualitas produk)

$X_2$  = Variabel bebas (harga)

Untuk mendapatkan nilai  $a$ ,  $b_1$  dan  $b_2$ , dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum Y = an + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2$$

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2$$

Setelah  $a$ ,  $b_1$  dan  $b_2$  didapat, maka akan diperoleh persamaan  $Y$ .

### 3.6.2.2. Analisis Korelasi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel tak terikat dan variabel terikat secara bersamaan. Adapun rumus statistiknya yang ditampilkan pada halaman selanjutnya.

$$R = \sqrt{\frac{JK_{reg}}{JK_{Total}}}$$

Keterangan =

R = Koefisien korelasi ganda

$JK_{Reg}$  = Jumlah kuadrat

$JK_{total}$  = Jumlah kuadrat total dikorelasikan.

Untuk mencari  $JK_{Reg}$  dihitung dengan menggunakan rumus :

$$JK_{Reg} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y$$

Dimana :

$$\sum X_1 Y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{N}$$

$$\sum X_2 Y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{N}$$

Mencari  $\sum Y^2$  menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}$$

Berdasarkan nilai  $r$  yang diperoleh maka dapat dihubungkan  $-1 < r < 1$  yaitu

:

- a.  $R = -1$ , berarti terdapat pengaruh linear negatif antara X dan Y  
sempurna negatif
- b.  $R = 0$ , berarti tidak terdapat pengaruh linear
- c.  $R = 1$ , berarti ada pengaruh linear antara X dan Y. Sempurna positif.

(Sugiyono, 2016:182)

Interprestasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variabel – variabel tidak bebas, digunakan pedoman yang dikemukakan Sugiyono (2016) seperti tertera pada tabel berikut :

**Tabel 3.3**  
**Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,000-0,199	Sangat Lemah
0,200-0,399	Lemah
0,400-0,599	Cukup Kuat
0,600-0,799	Kuat
0,800-0,999	Sangat Kuat

*Sumber : Sugiyono (2016:184)*

### 3.6.2.3. Analisis Koefisien Determsnasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , (Variabel Independen) terhadap variabel Y (Variabel Dependen). Untuk melihat berapa besar pengaruh variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , terhadap Y, biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%). Berikut rumus Koefisien Determinasi, sebagai berikut :

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

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

$R^2$  = Besarnya Koefisien Korelasi Ganda

### 3.7. Uji Hipotesis Parsial dan Simultan

Pengujian Hipotesis yang dimaksud dalam penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh *Store Atmosphere*  $X_1$  dan Harga  $X_2$  terhadap Keputusan Pembelian (Y) baik secara Simultan maupun Parsial. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Uji hipotesis ini dirumuskan dengan Hipotesis nol ( $H_0$ ) dan Hipotesis alternatif ( $H_a$ ), rumus Hipotesisnya sebagai berikut :

#### 3.7.1. Uji F (Uji Simultan)

Uji F (Simultan) digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan secara keseluruhan yaitu melalui variabel independent terhadap variabel dependent. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

1.  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap Y
2.  $H_a : \beta_1 \text{ \& } \beta_2 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap Y

Menentukan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu  $\alpha = 0,1$ .

Nilai  $F_{hitung}$  dicari dengan rumus :

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

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel independent

n = Jumlah anggota sampel

selanjutnya hasil hipotesis  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan, sebagai berikut :

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima.

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.

### 3.7.2. Uji T (Uji Parsial)

Uji T (Parsial) diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel independent yang satu dengan variabel dependent, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji T dilaksanakan dengan membandingkan nilai  $T_{tabel}$  nilai  $T_{hitung}$  dapat dilihat dari hasil pengolahan data *Coefficient*. Berikut ini adalah langkah – langkah dengan menggunakan uji T :

a. Merumuskan hipotesis, uji hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) :

$H_0 : \beta_1 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh antara variabel *Store Atmosphere*  $X_1$  terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : \beta_1 \neq 0$ , Terdapat pengaruh antara variabel *Store Atmosphere*  $X_1$  terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_0 : \beta_2 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh antara variabel Harga  $X_2$  Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : \beta_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh antara variabel Harga  $X_2$  terhadap Keputusan Pembelian (Y).

b. Taraf nyata yang digunakan adalah  $\alpha = 0,1$

Nilai  $T_{hitung}$  dicari dengan rumus :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

t = Statistik uji korelasi

Selanjutnya, nilai  $T_{hitung}$  dibandingkan dengan  $T_{tabel}$  dan ketentuannya, sebagai berikut :

Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  , maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima

Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$  , maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak

### **3.8. Rancangan Kuisisioner**

Kuisisioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuisisioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuisisioner ini berisi pernyataan mengenai variabel *store atmosphere* dan harga terhadap keputusan pembelian yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian.

### **3.9. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi yang dipilih oleh penulis dalam penelitian ini adalah Toko Buku Gramedia Paris Van Java Bandung, yang beralamat Paris Van Java Mall Bandung, Jl Sukajadi, Blok A No. 131-139 Bandung. Penelitian dilakukan mulai bulan November 2017 sampai dengan Februari 2018.