

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian akan dilaksanakan mulai dari bulan April 2022 sampai selesai. Penelitian ini dilakukan di Gramedia Botani Square yang beralamat di Jl. Raya Pajajaran No.40, RT.04/RW.05, Tugu Kujang, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16127 dengan objek penelitian adalah konsumen dari Gramedia Botani Square.

B. Metode Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal yang merupakan bagian dari penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner dan metode penelitian *survey*. Menurut Sugiyono (2019:15) metode penelitian kuantitatif merupakan metode *survey* yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur, dan sebagainya.

Sugiyono (2019:65) menyatakan bahwa asosiatif kausal adalah rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Dalam penelitian ini terdapat variabel *independen* (yang mempengaruhi) dan variabel *dependen* (dipengaruhi).

Asosiatif kausal dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan sebab akibat dari pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, dimana *store atmosphere* sebagai variabel X_1 , kualitas pelayanan sebagai variabel X_2 , sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel Y .

C. Variabel dan Pengukurannya

Menurut Sugiyono (2019:68) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Menurut Sugiyono (2018:39) variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*), yang disimbolkan dengan simbol (X).

1) Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Adapun menurut Sugiyono (2019:69) variabel bebas (*variable independen*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat). Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel bebas (*independent*) yaitu *store atmosphere* (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2).

2) Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2019:69) *dependent variable* sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan pembelian (Y).

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2019:146) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala *likert*. Dalam skala *likert* variabel akan dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian akan dijadikan item-item instrumen dalam pernyataan kuesioner.

Tabel 4

Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	<i>Store Atmosphere</i> (X ₁)	<i>Store atmosphere</i> mengacu pada karakteristik fisik toko yang digunakan untuk membangun kesan dan untuk menarik pelanggan. (Berman and Evan (2018:464))	1. <i>Store Exterior</i> (Bagian Luar Toko) 2. <i>General Interior</i> (Bagian Dalam Toko) 3. <i>Store Layout</i> (Tata Letak) 4. <i>Interior Display</i> (Papan	Likert

			Pengumuman)	
2.	Kualitas Pelayanan (X ₂)	Kualitas pelayanan pada umumnya lebih menekankan pada upaya pemenuhan keinginan serta kebutuhan pelanggan, serta ketepatan penyampaian yang menyeimbangkan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan ketepatan penyampaian yang menyeimbangkan kebutuhan dan harapan pelanggan (Dewi dan Wibowo, 2018:4-5)	1) Kehandalan (<i>Realibility</i>) 2) Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 3) Jaminan (<i>Assurance</i>) 4) Empati (<i>Empaty</i>) 5) Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	Likert
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing – masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, kemudian mengarah pada keputusan pembelian (Buchari, 2018:96)	1) Kebutuhan 2) Manfaat Produk 3) Tepat Guna 4) Pembelian Berulang	Likert

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Gramedia Botani Square Bogor dengan jumlah anggota populasi tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019:127). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability* sampling karena jumlah anggota populasi tidak diketahui, dan dengan teknik *incidental* yaitu teknik pengambilan sampel kepada siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dirasa cocok untuk dijadikan sumber data dalam penelitian ini.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cochran*, hal ini dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui atau tak terhingga. Berikut rumus *Cochran*, yaitu :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

- n = jumlah sampel yang diperlukan
- z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel
- p = peluang benar 50%
- q = peluang salah 50%
- e = tingkat kesalahan sampel (sampling error) 5%

Tingkat keyakinan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95% dengan tingkat kesalahan maksimum sebesar 5%, jumlah ukuran sampelnya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{z^2 pq}{e^2} \\
 &= \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,05)^2} \\
 &= \frac{3,8416 (0,25)}{0,0025} \\
 &= \frac{0,9604}{0,0025} \\
 &= 384,16 \rightarrow 385
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 384,16 yang dibulatkan menjadi 385 responden (sampel).

E. Metode Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti akan mengumpulkan data yang bersifat primer, yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Sugiyono, 2018:456), berupa kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Gramedia Botani Square.

2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:455) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data memerlukan langkah yang strategis dan juga sistematis untuk mendapatkan data yang valid dan juga sesuai dengan kenyataannya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa media kuesioner. Dengan skala *likert* variabel yang akan diukur sebagai acuan dalam menyusun instrumen, sehingga peneliti dapat mengetahui secara rinci pengaruh dari masing-masing variabel.

3. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2016 : 92) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Penulis dalam melakukan skala pengukuran yaitu diukur menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2016 : 93) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang

dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Pada umumnya dalam skala *likert* penilaian dapat berupa skala 1 – 5, yang penilaiannya akan ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 5

Skala *Likert*

No.	Interprestasi	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-Ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Analisis ini menggunakan rentang skala yang memiliki fungsi yaitu untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generasi. Sugiono (2019:6). Rumus yang digunakan untuk menghitung rentang skala dengan skala likert yang memiliki skor minimum 1 dan maksimal 5, yaitu :

$$\text{Rentang Skala (RS)} : \frac{(m-1)}{m}$$

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

Keterangan :

RS : Rentang Skala

m : jumlah alternatif jawaban

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:54) dari hasil perhitungan rentang skala tersebut, diperoleh jarak antar kategori sebesar 0,80 sehingga diklasifikasikan kategori berdasarkan rentang skala dapat dibuat sebagai berikut :

Tabel 6
Kategori Rentang Skala

Rentang Skala	Kategori
1,00 - 1,80	Sangat Rendah
1,81 - 2,60	Rendah
2,61 - 3,40	Cukup
3,41 - 4,20	Tinggi
4,21 - 5,00	Sangat Tinggi

Sumber : Riyanto dan Hatmawan (2020:54)

F. Instrument Penelitian

Menurut Sugiyono (2018: 92) “Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket)”. Data yang dikumpulkan harus valid agar dapat menunjang keberhasilan penelitian tersebut. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2018:2019) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Kuesioner akan dibagikan kepada konsumen Gramedia Botani Square untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Hasil dari data tersebut akan dianalisis dan dapat dilihat bagaimana pengaruh variabel X pada variabel Y.

2) Observasi

Menurut Widoyoko (2018:46) adalah salah satu metode pengumpulan data di mana pengumpul data mengamati secara visual gejala yang diamati serta menginterpretasikan hasil pengamatan tersebut dalam bentuk catatan sehingga validitas data sangat tergantung pada kemampuan observer. Menurut Sugiyono. (2020:203) observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

Berdasarkan penjelasan para ahli, maka data disimpulkan bahwa observasi adalah penelitian dengan melakukan pengamatan dan pencatatan dari berbagai proses secara langsung maupun tidak langsung yang tampak dalam suatu gejala pada objek penelitian. Tujuan dilakukan observasi sebagai metode penelitian diantaranya untuk mengetahui perilaku konsumen Gramedia Botani Square secara langsung.

3) Wawancara

Pengumpulan data dengan wawancara (*interview*) Menurut Sugiyono (2018:140) wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dan jumlah respondenya sedikit atau kecil. Kegiatan tanya jawab antara pewawancara dengan narasumber untuk memperoleh data sebagai penunjang dalam penelitian. Wawancara akan dilakukan kepada beberapa konsumen di Gramedia Botani Square Bogor.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner. Uji validitas memberikan keyakinan kepada alat ukur yang akan digunakan oleh peneliti sudah memiliki atau menunjukkan ketepatan dan kesesuaian yang baik dalam sebuah pengujian. Menurut Ghazali (2018 : 51), “Sebuah Instrumen atau kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrument atau kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut”.

Untuk melakukan uji validitas ini peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS25. Teknik korelasi yang akan digunakan dalam penelitian ini

adalah koefisien korelasi *product-moment*. Rumus korelasi yang digunakan penelitian ini adalah rumus *product-moment* sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi Pearson antar item instrument yang akan

digunakan dengan variabel yang bersangkutan

X = Skor item instrument yang digunakan

Y = Skor semua item instrument dalam variabel tersebut

n = Jumlah responden dalam uji coba instrument

Analisis ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total. Skor total adalah jumlah dari semua item. Item pertanyaan yang secara signifikan berhubungan dengan skor keseluruhan menunjukkan bahwa item tersebut mampu memberikan dukungan untuk mengungkapkan apa yang ingin mereka ungkapkan. Pengujian ini menggunakan uji dua pihak dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- 1) Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji dua pihak dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

b. Uji Realibilitas

Realibilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan (Endang Widi Winarni, 2018:176). Uji reabilitas digunakan untuk menganalisis apakah suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data yang reliable walau dalam waktu yang berbeda.

Dalam mencari reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode koefisien *Cronbach's Alpha*. Koefisien ini merupakan koefisien yang paling umum digunakan dengan rumus :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan :

r_{11} = Nilai reliabilitas.

$\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item.

S_t = Varians total.

k = Jumlah item (Banyaknya butir pertanyaan).

Pertanyaan kuisioner dapat di lihat *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Relibility Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7 maka variabel tersebut dapat dikatakan reliable.

2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018:159) uji asumsi klasik merupakan tahap awal yang digunakan sebelum analisis regresi linear berganda. Dilakukannya pengujian ini untuk dapat memberikan kepastian agar koefisien regresi tidak bias serta konsisten dan memiliki ketepatan dalam estimasi. Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji asumsi yang ada dalam pemodelan regresi linear berganda sehingga data dapat dianalisa lebih lanjut tanpa menghasilkan data yang bias.

1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:145) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel, akan tetapi dilakukan pada nilai residualnya. Uji normalitas dapat berpedoman pada uji *Kolmogorov Smirnov* dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ (taraf kepercayaan 95 %), maka data tidak berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ (taraf kepercayaan 95 %), maka data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolineritas

Menurut Ghazali (2018:107) menyatakan bahwa Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel *independen*.

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas dalam persamaan regresi tersebut tidak saling berkorelasi. Untuk mendeteksi multikolineritas adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika nilai *tolerance* > 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolineritas.
- b) Jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* lebih kecil dari < 10,00 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolineritas. Jadi $VIF = 1/Tolerance$ jika $VIF = 10$ Maka $Tolerance = 1/10 = 0,1$. Semakin tinggi *VIF* maka semakin rendah *Tolerance*.

$$VIF_i = \frac{1}{1 - R_j^2}$$

Keterangan:

VIF = *Variance Inflation Factor*

R_j^2 = koefisien determinasi antara X_i dengan variabel bebas lainnya pada persamaan/model dugaan.

j = 1, 2, ..., p

3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018:120) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki persamaan variance residual suatu periode pengamatan dengan periode pengamatan lainnya, atau dengan hubungan nilai prediksi dengan *Studentized Delete Residual* nilai tersebut sehingga dapat dikatakan model tersebut homoskedastisitas.

Gejala heteroskedastisitas dalam suatu model regresi dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot*. Beberapa kriteria yang menyatakan bahwa model regresi berganda tidak terdapat heteroskedastisitas, yaitu :

- a. Titik-titik data menyebar dibawah dan diatas disekitar angka 0.
- b. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas dan di bawah saja.
- c. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

4) Uji Linearitas

Ghozali (2016:159) menyatakan bahwa uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris

sebaiknya berbentuk linear, kuadrat, atau kubik. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linier antara variabel dependen dan variabel independen.

- a) Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka hubungan antara variabel bebas *store atmosphere* (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) dengan variabel terikat keputusan pembelian (Y) adalah linear.
- b) Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka hubungan antara variabel bebas *store atmosphere* (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) dengan variabel terikat keputusan pembelian (Y) adalah tidak linear.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel *dependen* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independen* sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi).

Menurut Sugiyono (2017:275) persamaan Regresi Linear Berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = keputusan pembelian

a = koefisien regresi (bilangan konstanta)

b_1 = koefisien untuk regresi X_1

b_2 = koefisien untuk regresi X_2

X_1 = *store atmosphere*

X_2 = kualitas pelayanan

Persamaan regresi linier berganda ini dapat digunakan apabila telah memenuhi syarat asumsi klasik namun, pada penelitian ini analisis linier berganda yang dilakukan menggunakan bantuan *Statistical Program for Social Science* (SPSS).

4. Analisis Korelasi Ganda

Menurut Sugiyono (2017:228) analisis korelasi ganda merupakan teknik korelasi yang digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data dari dua variabel atau tersebut adalah sama.. Uji korelasi belum dapat diketahui variabel penyebab dan variabel akibat, dalam analisis korelasi yang diperhatikan adalah arah (positif atau negatif) dan besarnya hubungan (kekuatan). Perhitungan koefisien korelasi ini dilakukan untuk mengetahui adanya derajat hubungan *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Berikut rumus korelasi ganda dua variabel (Sugiyono, 2017:273) :

$$R_{y \cdot x_1 \cdot x_2} = \sqrt{\frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2 \cdot (ryx_1) \cdot (ryx_2) \cdot (ryx_1x_2)}{1 - (ryx_1x_2)^2}}$$

Keterangan :

$R_{y.x_1.x_2}$ = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

r_{yx_1} = Korelasi product moment antara X_1 dengan Y

r_{yx_2} = Korelasi product moment antara X_2 dengan Y

$r_{x_1x_2}$ = Korelasi product moment antara X_1 dengan X_2

Untuk bentuk/ arah hubungan, nilai koefisien korelasinya dinyatakan dalam positif (+) dan negatif (-) atau ($-1 \leq Kk \leq +1$) dengan asumsi:

- a. Jika koefisien korelasinya positif maka variabel-variabel tersebut berkorelasi positif, artinya jika salah satu variabel naik/ turun maka variabel yang lain juga akan naik/ turun. Semakin dekat nilai koefisien korelasi ke +1 semakin kuat korelasi positifnya.
- b. Jika koefisien korelasinya negatif maka variabel-variabel tersebut berkorelasi negatif, artinya jika salah satu variabel naik/ turun maka variabel lainnya juga naik/ turun. Semakin dekat nilai korelasi ke -1 semakin kuat korelasi negatifnya.
- c. Jika koefisien korelasi bernilai (0) nol, maka variabel tidak menunjukkan korelasi

Untuk menentukan suatu pengaruh kuat atau tidaknya maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini dimana angka korelasi berkisar antara -1 s/d +1. Semakin mendekati 1 maka korelasi semakin mendekati sempurna.

Interpretasi angka korelasi (Sugiyono, 2017:79) adalah sebagai berikut:

Tabel 7
Interprestasi Koefisien Korelasi

0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : (Sugiyono 2017, 79) Metodologi Penelitian Bisnis

5. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:95) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul. Ada dua pengujian dalam penelitian ini, yaitu uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F). Berikut ini langkah-langkah dan asumsi uji hipotesis sebagai berikut :

1) Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji statistik t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing *variable independen* pada *variable dependen* (Ghozali, 2018:98). Uji hipotesis t digunakan untuk mengetahui hubungan

korelasi r yang diterima memiliki arti atau tidak. Selain itu juga untuk mempengaruhi *variable independen* yaitu *store atmosphere* (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara parsial terhadap *variable dependen* yaitu keputusan pembelian (Y). Oleh sebab itu, perlu diadakan uji hipotesis yang menyatakan bahwa $H_0 = 0$ atau tidak berarti melawan $H_1 \neq 0$ atau memiliki arti. Maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

Keterangan :

t = Distribusi

r = Koefisien korelasi parsial

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah data

Penetapan hipotesis tersebut sebagai berikut :

a. Variabel X_1 (Store Atmosphere)

H_{01} : Variabel *store atmosphere* tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

H_{a1} : variabel *store atmosphere* memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

b. Variabel X_2 (Kualitas Pelayanan)

H_{02} : variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Ha2 : variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Perhitungan signifikansi dalam uji t dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} atau melihat kolom signifikansi pada masing-masing t_{hitung} .

2) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018:98). Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel *independen* yaitu *store atmosphere* (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen yaitu kualitas pelayanan (Y). Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut :

- a) H_0 : tidak terdapat pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian.
- b) H_a : terdapat pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F biasa disebut *Analysis of Variance (Anova)* dilakukan dengan dua cara yang melihat tingkat signifikansi atau membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Menurut Ghozali (2016) kriteria dalam pengambilan keputusan untuk uji F adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H^0 ditolak dan H^1 diterima. Artinya semua variabel *independen*/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependen*/terikat.
- b. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H^0 diterima dan H^1 ditolak. Artinya, semua variabel *independent*/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependen*/terikat.

Menurut Sugiyono (2017:223), rumus signifikansi korelasi ganda adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

R^2 = koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menurut Sugiyono (2017:224) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Besarnya nilai R berkisar antara 0-1, semakin mendekati angka 1 nilai R tersebut maka semakin besar pula variabel *independent* yaitu *store atmosphere* (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) mampu menjelaskan variabel *dependen* yaitu

keputusan pembelian (Y). Nilai koefisien determinasi berada dalam selang $0\% \leq R^2 \leq 100\%$ dimana :

- a) $R^2 = 0$, berarti variabel *independen* yaitu *store atmosphere* (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian (Y).
- b) $R^2 = 1$, berarti variabel *independen* yaitu *store atmosphere* (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian (Y).