BAB III METODE PENELITIAN

Dalam setiap penelitian yang dilakukan, peneliti dapat menggunakan berbagai metode penelitian yang mempunyai peranan yang sangat penting dalam pengumpulan, menganalisis, dan interpretasi data.

Metode penelitian menurut Hasan (2002:21) adalah tata cara pelaksanaan penelitian yang melingkupi urutan kerja penelitian dan alat-alat yang digunakan dalam mengukur atau mengumpulkan data penelitian.

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey dan digunakan untuk maksud penjelasan (*explanatory*). Penelitian dilakukan secara langsung pada obyek yang diteliti untuk memperoleh data yang diperlukan.

Menurut Singarimbun dan Effendi (2006: 3) penelitian survey merupakan penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Daftar pertanyaan berisi penilaian konsumen tentang *instore atmosphere* dan *outstore atmosphere* yang mereka rasakan atau terima dan pengambilan keputusan pembelian konsumen.

Menurut Singarimbun dan Effendi (2006: 5) penelitian penjelasan (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa. Dalam penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok, dan menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa.

B. Definisi Operasional Variabel dan Teknik Pengukuran

1. Konsep dan Variabel

Menurut Singarimbun dan Effendi (2006: 33) konsep adalah istilah dan definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak: kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Menurut Singarimbun dan Effendi (2006: 48) variabel adalah konsep yang diberi lebih dari satu nilai.

a. Store Atmosphere

Store Atmosphere didefinisikan sebagai suatu aktivitas yang dilakukan oleh Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya dalam memanipulasi desain bangunan, ruang interior, tata ruang, lorong-lorong, textur karpet dan dinding, aroma, warna, bentuk dan suara yang dirasakan konsumen (untuk mencapai pengaruh tertentu). Variabelnya adalah *Instore Atmosphere* (X1) yang diindikasikan oleh: *Layout Internal* (X1.1), Desain Interior Bangunan (X1.2), Suara(X1.3), Bau (X1.4), dan *Outstore Atmosphere* (X2): *Layout Eksternal* (X2), Tekstur Bangunan (X2.2), Desain Eksterior Bangunan (X2.3)

b. Keputusan Pembelian Konsumen

Keputusan Pembelian Konsumen ialah suatu tahapan konsumen dalam memutuskan suatu produk tertentu yang menurutnya sudah paling baik.

Berikut adalah tabel konsep, variabel, indikator dan item:

Tabel 3.1 Konsen, Variabel, Indikator dan Item

X7 2 - 1 1			
Variabel	Sub Variabel	Indikator	Item
Pokok			
Store Atmosphere (X)	Instore Atmosphere	• Layout Internal (X1.1),	Tata letak meja rak tertata rapi
		八人	Tata letak meja kasir mudah dijangkau
			Letak pendingin ruangan
	71	Desain Interior (Y1 2)	Kesesuaian luas ruang pengunjung
	\. .	Bangunan (X1.2),	dengan ruas jalan yang memberikan kenyamanan
	Щ	¥ 1\\I'III	Desain penataan hiasan dan
		5 HAN	produk-produk unggulan memberikan kesan keindahan
			Sistem pencahayaan dalam ruangan
			Barang diatus berdasarkan klasifikasi jenisnya
			Tanda petunjuk lokasi barang terlihat dengan jelas
MAYA	A. W		Tanda atau gambar untuk special event atau special price terlihat
		G (771.0)	dengan baik
BRAW	HUD	• Suara (X1.3) ,	Suara music yang disajikan menghadirkan suasana santai sayaktu berbalania
TAS RE	BRANA		sewaktu berbelanja Kesan suara dalam toko tidak gaduh

Lanjutan Tabel 1

SAUNI MAYAY BRARA BRARA AS BRA AS BRA BRA BRA BRA BRA BRA BRA BRA BRA BRA	Outstore Atmosphere	 Bau (X1.4), Layout Eksternal (X2.1) Tekstur Bangunan (X2.2) Desain Eksterior 	 Aroma yang ditimbulkan oleh pewangi ruangan Sirkulasi udara dalam toko membuat anda merasa nyaman berbelanja Tata letak papan nama Penataan bagian luar terlihat rapid an bersih Tekstur dinding bangunan luar ruangan Desain papan nama luar rungan Penempatan pintu masuk
Keputusan	Keputusan	Bangunan (X2.3) Keputusan Pembelian	Bentuk bangunan dilihat dari luar Sistem pencahayaan luar ruangan Jenis / ragam produk yang dijual
Pembelian (Y)	Pembelian		 tergolong lengkap Kesesuaian luas ruang pengunjung menciptakan keserasian antara unsur, keindahan, suasana modern dan kenyamanan sewaktu berbelanja di toko. Lokasi yang strategis dan tata letak parkir pengunjung mudah dijangkau dan memotivasi untuk berkunjung. Desain instore Atmosphere mempengaruhi ketertarikan serta kenyamanan anda untuk berkunjung atau berbelanja Desain outstore Atmosphere mempengaruhi ketertarikan serta kenyamanan anda untuk berkunjung atau berbelanja Desain Atmosphere secara keseluruhan mempengaruhi ketertarikan serta kenyamanan konsumen untuk berkunjung atau berbelanja.
		RHIVE	 Desain Atmosphere secara keseluruhan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli barang konsumen merasa nyaman dan puas ketika berbelanja di toko ini dan akan kembali berbelanja di toko ini

2. Teknik Pengukuran

Teknik pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Dimana menurut Effendi dalam Singarimbun dan Effendi (2006:111) cara pengukuran skala Likert adalah dengan menghadapkan seorang responden dengan pertanyaan-pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban "sangat setuju", "setuju", "ragu-ragu", "tidak setuju", dan "sangat tidak setuju" jawaban-jawaban ini diberi skor 1 sampai 5.

Dalam penelitian ini tanggapan responden diukur dengan menggunakan skala Likert yaitu dengan memberikan pilihan jawaban untuk satu pertanyaan. Skor tersebut akan bergeser antara satu sampai lima. Sistem skor yang digunakan adalah :

- 1. Jawaban SS diberi skor 5
- 2. Jawaban S diberi skor 4
- 3. Jawaban RR diberi skor 3
- 4. Jawaban TS diberi skor 2
- 5. Jawaban STS diberi skor 1

Keterangan:

SS : sangat setuju

S : setuju

RR : ragu-ragu

TS: tidak setuju

STS : sangat tidak setuju

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Singarimbun dan Effendi (2006: 152) memberikan definisi populasi adalah jumlah keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Berdasarkan teori di atas maka populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan konsumen yang berbelanja atau pernah berbelanja di Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya.

Dalam hal ini seluruh konsumen Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya tidak dapat diketahui jumlahnya secara pasti oleh karena itu jumlah populasi dianggap tidak diketahui.

2. Sampel

Menurut Hasan (2002: 58) sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui. Adapun teknik pengambilan sampel machin adalah sebagai berikut:

$$Up = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+r}{1-r} \right) + \frac{r}{2(n-1)}$$

$$n = \frac{\left(\frac{Z_{1-\alpha} + Z_{1+\beta}}{(Up')^2} \right)^2}{\left(\frac{Up'}{1-r} \right)^2} + 3$$

$$Up' = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+r}{1-r} \right)$$

Keterangan:

Uρ = Standardized normal random variable corresponding to particular value of the correlation coeficient ρ

 $U'\rho = initial \ estimate \ of \ U\rho$

n = ukuran sampel

 $Z_{1-\alpha}$ = harga yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan alpha yang telah ditentukan

 $Z_{1-\beta}$ = harga yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan beta yang telah ditentukan

r = koefisien korelasi terkecil yang diharapkan dapat dideteksi secara signifikan

Berdasarkan pertimbangan bahwa nilai r terendah yang diperkirakan akan diperoleh melalui penelitian ini adalah r=0,40; $\alpha=0,10$; $\alpha/2=0,05$ pada pengujian dua arah dan $\beta=0,05$ maka diperoleh n (minimum) = 63. Jadi, sampelnya adalah 63 orang. Adapun perhitungan sampelnya adalah sebagai berikut:

Perhitungan I:

$$Up' = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+r}{1-r} \right)$$

$$= \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0.40}{1-0.40} \right)$$

$$= \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1.40}{0.60} \right)$$

$$= 0.42364893$$

$$n 1 = \frac{\left(Z_{1-\alpha} + Z_{1+\beta} \right)^2}{\left(U_{1} \right)^2} + \frac{1}{2} \left(U_{2} \right)^2$$

$$n 1 = \frac{\left(Z_{1-\alpha} + Z_{1+\beta}\right)^2}{\left(Up'\right)^2} + 3$$

$$= \frac{\left(1,645 + 1,645\right)^2}{\left(0,42364893\right)^2} + 3$$

$$= \frac{10,8241}{0,179478416} + 3$$

$$= 63,30864458$$

Sehingga dalam penelitian ini penulis mengambil sampel minimal 63. Hasil itu sesuai dengan tabel penarikan sampel yang dikemukakan Machin

D. Pengumpulan Data

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dilaksanankannya penelitian yang dilakukan oleh seorang peneliti. Objek penelitiannya ini adalah Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya yang berlokasi di Jalan Puncak Lontar No. 2 Surabaya 60213 Surabaya. Adapun alasan dipilihnya Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya. Konsumen Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya merupakan komunitas yang heterogen dan diasumsikan mempunyai pengetahuan serta kemampuan yang cukup sehingga akan diperoleh penilaian kritis terhadap masing-masing item kuisioner yang diberikan.

2. Sumber Data

Untuk penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu:

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian Data primer yang digunakan penulis adalah data dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden yaitu konsumen Hypermart Supermall

Pakuwon Indah Surabaya dan telah diijawab oleh responden yang dijadikan sampel

b. Data sekunder

Data sekunder yang digunakan oleh penulis berasal dari pihak-pihak lain, yaitu teori-teori maupun hasil-hasil penelitian dari pihak yang tidak terlibat langsung.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Kuesioner

Yaitu sejumlah pertanyaan disusun secara tertulis yang berguna untuk menjaring data sehingga diperoleh data yang akurat berupa tanggapan pelanggan tentang keputusan pembelian konsumen yang berdasarkan suasana di dalam Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya.

b. Wawancara

Adalah melakukan tanya jawab langsung dengan pihak pengelola dan sebagian kecil responden.

4. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan alat bantu berupa instrumen penelitian, meliputi:

a. Pedoman kuesioner

Berupa daftar pertanyaan yang disebarkan kepada responden agar mengetahui data akurat mengenai keputusan pembelian konsumen yang berdasarkan suasana di dalam Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya.

b. Pedoman wawancara

Wawancara dilakukan kepada pihak perusahaan dan sebagian kecil responden. Tujuan dari wawancara ini hanya sebagai pelengkap data.

E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Ancok dalam Singarimbun dan Effendi (2006: 122) validitas adalah sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur.

$$r = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{N\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan: r: korelasi produk moment

N: jumlah responden

X : skor nilai total

Y: skor nilai total item

Apabila nilai koefisien korelasi antara item dengan total item mempunyai taraf signifikan di bawah 0,05 (α = 0.05%) maka item yang digunakan dalam instrumen penelitian tersebut valid. Sebaliknya, jika nilai koefisien korelasi

Tabel 3.2 Hasil Uii Validitas

Variabel	Sub	Item	R	Sig	Keterangan
Variabei	Variabel	ItCIII	K	Sig	Reterangan
X.1	X.1.1	X.1.1.1	0,787	0.000	Valid
Λ.1	Λ.1.1	X.1.1.1 X.1.1.2	0.299	0.000	
					Valid Valid
	37.1.0	X.1.1.3	0.528	0.000	
	X.1.2	X.1.2.1	0.787	0.000	Valid
		X.1.2.2	0.787	0.000	Valid
		X.1.2.3	0.624	0.000	Valid
		X.1.2,4	0.544	0.000	Valid
		X.1.2.5	0.397	0.001	Valid
		X.1.2.6	0.603	0.000	Valid
	X.1.3	X.1.3.1	0.631	0.000	Valid
		X.1.3.2	0.626	0.000	Valid
	X.1.4	X.1.4.1	0.640	0.000	Valid
		X.1.4.2	0.666	0.000	Valid
X.2	X.2.1	X.2.1.1	0.516	0.000	Valid
14+1 L		X.2.1.2	0.523	0.000	Valid
	X.2.2	X.2.2.1	0.473	0.000	Valid
11772		X.2.2.2	0.669	0.000	Valid
	X.2.3	X.2.3.1	0.732	0.000	Valid
		X.2.3.2	0.689	0.000	Valid
144		X.2.3.3	0.658	0.000	Valid
		X.2.3.4	0.631	0.000	Valid
Y		Y1	0.610	0.000	Valid
AWW		Y2	0.565	0.000	Valid
E-SA		Y3	0.478	0.000	Valid
13/5/	AW	Y4	0.690	0.000	Valid
KAR		Y5	0.745	0.000	Valid
	C BK	Y6	0.702	0.000	Valid
LAIT L		Y7	0.734	0.000	Valid
		Y8	0.709	0.000	Valid

Sumber: data diolah, Juni 2009

antara item dengan total item mempunyai taraf signifikan di atas 0,05 (α = 5%) maka item yang digunakan dalam penelitian tidak valid.

Dari hasil analisis terdapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total, nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0.05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n)=63, didapat r tabel 0.248.

Berdasarkan tabel 3.2 dapat diketahui bahwa semua indikator pada masing-masing variabel nilai r hitungnya lebih besar dari r tabel yaitu 0,248 sehingga dapat dikatakan bahwa semua pertanyaan instrumen adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Ancok dalam Singarimbun dan Effendi (2006 : 122) adalah menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Sehingga seberapa jauh pengukuran bekas dari uraian kesalahan acak, yaitu kesalahan yang menurunkan tingkat kendala hasil pengukuran nilai.

Menurut Arikunto (2006 : 196) teknik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah dengan menggunakan Alpha Cronbach:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1}\right] \left[1 - \frac{\sum_{i} \sigma_{b}^{2}}{\sigma_{i}^{2}}\right]$$

Keterangan:

= reliabilitas instrumen r_{11}

= banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

 $\sum_{b} \sigma_{b}^{2} = \text{jumlah varian butir}$

= varian total

Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu instrumen pengambil data dari suatu penelitian dapat dilakukan dengan melihat nilai koefisien reliabilitas. Nilai koefisien reliabilitas berkisar 0 sampai 1. Apabila nilai koefisien mendekati 1, maka instrumen tersebut semakin realibel. Hasil dapat dilihat pada tabel 3.3.

> Tabel 3.3 Hasil Penguijan Reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha
1. Instore Atmosphere	0, 847
2. Outstore Atmosphere	0, 781

3. Keputusan Pembelian 0, 708

Sumber: data diolah. Juni 2009

Berdasarkan hasil uji reliabilitas seperti yang tercantum pada tabel di atas dapat diketahui bahwa semua item yang diuji menghasilkan nilai yang reliabel, dan dapat diterima sebagai ukuran variabel. Dapat dikatakan reliabel karena nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6, dalam hal ini menunjukkan bahwa pengukuran yang digunakan reliabel.

F. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Untuk memenuhi hasil analisis yang optimal (mencerminkan kondisi riil dari analisis), maka data yang diperoleh harus lolos dari uji normalitas. Distribusi data yang baik adalah data yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Data yang diperoleh tidak miring ke kiri atau ke kanan dengan kemiringan yang tidak dapat ditoleransi. Normalitas data akan mempengaruhi derajat kesalahan yang ditoleransi (standart error), standart deviasi, dari data yang digunakan dalam analisis

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual berdistribusi normal merupakan suatu kurva berbentuk lonceng (bell shaped curve) yang kedua sisinya melebar sampai tak terhingga. (Suliyanto 2005: 63)

Uji normalitas dapat dilakukan dengan grafik data atau melihat besarnya Kolmogorov-Smirnov (kecenderungan dalam garis uji dan tidak ada data yang menjauh dari sebaran data) dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05. Uji normalitas diperlukan untuk mengetahui kecenderungan data untuk masuk dalam daerah uji atau mendekati titik tengah dari garis uji. Sebaran data yang tidak normal akan mempengaruhi hasil analisis penelitian. Apabila ada data yang terletak jauh dari sebaran datanya, maka data tersebut dikataka tidak normal (tidak memiliki distribusi normal)

Uji asumsi normalitas juga dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normal P-P Plot. Adapun pengambilan keputusan didasarkan kepada:

- 1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*time series*) atau ruang (*cross section*). (Suliyanto 2005: 64)

Menurut Gujarati dalam Suliyanto (2005: 64), ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, yaitu dengan menggunakan metode grafik, metode *Durbin-Watson*. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala autokorelasi dalam model analisis regresi yang digunakan yaitu dengan melakukan pengujian serial korelasi dengan menggunakan metode *Durbin-Watson*, dengan kaidah keputusan:

Jika h_0 = tidak ada autokorelasi positif atau negative

D<d₁ yang artinya menolak H₀ dengan demikian ada autokorelasi

D>d₁ yang artinya tidak menolak H₀ dengan demikian tidak ada autokorelasi

D≠d≠d₁ yang artinya pengujian tidak meyakinkan

D>4-d₁ berarti menolak H₀. Dengan demikian ada autokorelasi yang bersifat negatif

D>4-d_u berarti menerima H₀. Dengan demikian ada autokorelasi yang bersifat negatif

4-d_u≤d≤4-d berarti kondisi tidak ada kesimpulan.

3. Uji Multikolinearitas

Multicollinearity atau multikolinearitas merupakan suatu keadaan diman terjadinya satu atau lebih variabel bebas yang berkorelasi sempurna atau mendeteksi ada atau tidaknya gejala *Multicollinearity*,

Cara yang dapat digunakan dalam menanggulangi gejala multikolinearitas yaitu dengan mengeluarkan salah satu atau lebih variabel yang diduga menunjukkan gejala multikolinearitas tersebut.

Asumsi yang menyatakan tidak adanya hubungan sempurna atau mendekati sempurna antar variabel bebas dalam model ada yang tidak terpenuhi. Hal ini ditunjukkan oleh uji VIF (*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel bebas, dimana pada umumnya jika VIF lebih dari 5, maka variabel tersebut mempunyai masalah multikolineritas. menurut Algifari dalam Suliyanto (2005: 63) jika nilai VIF tidak lebih dari 5, maka model tidak terdapat multikolinearitas. Tujuan uji multikolinineritas adalah menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

G. Analisis Data

Menurut Effendi dan Manning dalam Singarimbun dan Effendi (2006 : 122) analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. sehingga memungkinkan peneliti untuk menguji apakah hubungan yang diamati memang betul terjadi karena adanya hubungan sistematis antara variabel-variabel yang diteliti. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik penelitian dengan menggambarkan obyek penelitian yang terdiri dari gambaran lokasi penelitian, keadaan responden yang diteliti serta item-item yang didistribusikan dari masing-masing variabel. Setelah seluruh data yang diperlukan diperoleh, maka selanjutnya adalah mengolah data, kemudian mentabulasikannya ke dalam tabel. Tahap berikutnya adalah membahas data yang diperoleh tersebut secara deskriptif. Ukuran deskriptifnya adalah dengan pemberian angka, baik dalam jumlah responden maupun dalam angka persentase.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah melakukan uji asumsi klasik lalu menganalisis dengan metode regresi linear berganda dengan alasan variabel bebas terdiri dari beberapa variabel. Berdasarkan hubungan dua variabel yang dinyatakan dengan persamaan linear dapat digunakan untuk membuat prediksi (ramalan) tentang besarnya nilai Y (variabel dependen) berdasarkan nilai X tertentu (Variabel independent Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dapat dirumuskan:

$$Y = \alpha + \beta_l X_l + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

Keterangan:

Y : Variabel Dependen : Keputusan Pembelian.

α : koefisien konstanta

 $\beta_1, \beta_2, ..., \beta_n$: Koefisien Regresi Parsial

 $X_1, X_2,...X_n$: Variabel Independen: Store Atmosphere

(a). Analisis Regresi Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen $(X_1, X_2...X_n)$ secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y), (Priyatno 2008:81).

Analisis Regresi Simultan (Uji F) mengukur secara bersama-sama antara variabel independen dengan variabel dependen dengan melihat tingkat signifikansi F pada α =0,05 atau 5%, rumus yang digunakan:

$$F_h = \frac{\frac{R^2}{K-1}}{\left(\frac{1-R^2}{N-K}\right)}$$

Keterangan:

R²: koefisien determinasi

 F_h : F hitung.

K: jumlah variabel bebas.

N : jumlah sampel yang dipakai.

Pengujian setiap koefisien regresi bersama-sama dikatakan signifikan bila nilai mutlak $F_h \geq F_t$ maka hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternative (H1) diterima, sebaliknya dikatakan tidak signifikan bila nilai $F_h < F_t$ maka hipotesis nol (H0) diterima dan hipotesis alternatif (H1) ditolak.

Berarti secara simultan variabel independen berpengaruh nyata terhadap variabel dependen pada tingkat kesalahan 0.05 atau 5%

(b). Analisis Regresi Parsial (Uji t)

Pengukuran uji t dimaksudkan untuk mempengaruhi apakah secara individu ada pengaruh antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat. Pengujian secara parsial untuk setiap koefisien regresi diuji untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat, dengan melihat tingkat signifikansi nilai t pada 0,05 atau 5%, rumus yang digunakan:

$$t_h = \frac{\beta_1}{S_e(\beta_1)}$$

Keterangan:

t_h: t hitung.

βi : parameter yang diestimasi

S_e: standar error.

Pengujian setiap koefisien regresi dikatakan signifikan bila nilai mutlak $t_h > t_t$ maka hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternative (H1) diterima, sebaliknya dikatakan tidak signifikan bila nilai $t_h < t_t$ maka hipotesis nol (H0) diterima dan hipotesis alternative (H1) ditolak.

(c). Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinan (R^2) atau koefisien determinasi menurut Priyatno (2008:79) digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen ($X_1, X_2...X_n$) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). R^2 mengukur besarnya jumlah reduksi dalam variabel dependen yang diperoleh dari penggunaan variabel bebas. R^2 mempunyai nilai antara 0 sampai 1. R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika R^2 sama dengan 1, maka presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.

Adjusted R^2 yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. Adjusted R^2 merupakan indikator untuk mengetahui pengaruh penambahan suatu variabel

independen ke dalam persamaan. nilai *Adjusted R*² selalu lebih kecil daripada R² dan nilai ini bisa memiliki harga negatif. menurut Santoso dalam Priyatno (2008: 81) bahwa untuk regresi dengan lebih dari 2 variabel bebas digunakan *Adjusted R*² sebagai koefisien determinasi.

