

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai maka penelitian ini termasuk kategori penelitian *explanatory* (penelitian penjelasan), yaitu dengan mencari dan mengumpulkan sejumlah data untuk mendapatkan suatu gambaran. Fakta-fakta yang jelas tentang hal-hal, keadaan dan situasi yang ada di dalam perusahaan. Sesuai dengan tujuan dari jenis pengaruh ini maka sasaran utamanya adalah untuk mengetahui hubungan kausal dan pengaruh antara variabel-variabel.

Hal tersebut didukung oleh pernyataan Singarimbun dan Effendi (Ed, 2005: 5) menjelaskan :

“Penelitian *explanatory riset* apabila data yang sama peneliti menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis maka penelitian dinamakan penelitian pengujian hipotesis atau penelitian penjelasan. Metode riset ini dapat digunakan dengan lebih banyak segi dan lebih luas dari metode lain dan memberikan informasi yang mutakhir yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan”.

Demikian maka penelitian ini termasuk penelitian *survey*, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai maka penelitian ini berusaha untuk mencari pengaruh antara *store atmosphere* dengan keputusan pembelian.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengunjung *Planet Surf Mall Olympic Garden* kota Malang. *Planet Surf Mall Olympic Garden* kota Malang terletak di daerah strategis di pusat Kota Malang, yakni di Jl. Kawi no. 24, Malang. Lokasi ini dipilih karena *Planet Surf Mall Olympic Garden* kota Malang merupakan tempat berbelanja yang menjadi pilihan pengunjung yang sangat beragam di kota Malang, memiliki suasana yang nyaman, selain itu, lokasi tersebut tergolong ritel moderen yang lengkap variasi produknya dan ditawarkan dalam berbagai kategori produk, ukuran produk, variasi merk produk, dan juga kelengkapan dan kenyamanan suasana toko yang menguat pelanggan nyaman dalam berbelanja. *Planet Surf* juga merupakan salah satu *distro Internasional* di Indonesia

C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

1. Konsep

Menurut Singarimbun dan Effendi (2006:33) mendefinisikan konsep sebagai istilah dan definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Tujuan konsep ialah untuk menyederhanakan pemikiran dengan jalan menggabungkan peristiwa-peristiwa (*event*) di bawah suatu judul yang umum. Konsep dari penelitian ini ada dua, yaitu *store atmosphere* dan keputusan pembelian.

2. Variabel

Pada hakikatnya proses penelitian itu merupakan langkah dan kegiatan untuk menguji suatu variabel. Menurut Sugiyono (2007: 58) variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (X) yang terdiri dari *Exterior*, *General Interior*, *Store Layout*, dan *Interior Display*. Variabel terikat (Y) adalah Keputusan Pembelian.

3. Definisi Operasional

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan, maka dalam penelitian ini variabel yang akan di analisis adalah *Exterior*, *General Interior*, *Store Layout*, *Interior Display* serta Keputusan Pembelian.

a. *Store Atmosphere* (X)

Terciptanya *store atmosphere* merupakan melalui visual, penataan, cahaya, musik dan aroma yang dapat menciptakan lingkungan pembelian yang nyaman sehingga dapat mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan variabel-variabel sebagai berikut :

1) *Eksterior*

Merupakan bagian toko yang termuka. Bagian luar toko menjadi terlihat unik, menarik, menonjol dan mengundang orang untuk masuk ke dalam toko.

2) *General Interior*

Berbagai motif konsumen memasuki toko. Mulai dari penataan yang dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu mereka agar mudah

mengamati, memeriksa dan memilih barang-barang itu dan akhirnya melakukan suatu pembelian.

3) *Store Layout*

Merupakan rencana untuk menentukan lokasi tertentu dan pengaturan dari peralatan barang dagangan di dalam toko serta fasilitas toko antara pengaturan lalu-lintas toko, pengelompokan barang, dan alokasi ruang.

4) *Interior Display*

Interior Display (point of purchase) bertujuan untuk memberikan informasi pada konsumen yang berbelanja, merupakan tambahan untuk memberikan kesan berbeda pada *store atmosphere* dan berfungsi sebagai alat promosi. Yang termasuk *Interior Display* ialah : poster, tanda petunjuk lokasi, *display* barang-barang pada hari-hari khusus seperti lebaran dan tahun baru.

b. Keputusan Pembelian (Y)

Suatu proses dimana konsumen melakukan penelitian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

4. Skala Pengukuran

Skala yang digunakan dalam mengukur masing-masing indikator variabel adalah skala Likert, Singarimbun dan Effendi (2006:111) menyebutkan bahwa:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran Variabel jawaban Responden

No	Alternatif Jawaban	Makna Jawaban
A	Diberi skor 5	Sangat setuju
B	Diberi skor 4	Setuju
C	Diberi skor 3	Kurang setuju
D	Diberi skor 2	Tidak setuju
E	Diberi skor 1	Sangat tidak setuju

“Skala Likert salah satu cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor adalah dengan menggunakan skala likert. Cara pengukurannya adalah dengan menghadapkan seseorang responden dengan sebuah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban ‘sangat setuju’ setuju’ ragu-ragu’, ‘tidak setuju’, ‘sangat tidak setuju’, jawaban ini diberikan skor 1 sampai 5

Tabel 3.2
Operasionalisasi variabel Penelitian

Konsep	Variabel	Indikator	Item
<i>Store Atmosphere</i> (X)	<i>Exterior</i> (X ₁)	Bagian depan toko	a. Display bagian depan toko unik b. Tampilan bagian luar toko menarik
		Papan nama toko	a. Ukuran papan nama toko yang sesuai b. Penempatan papan nama toko yang mudah terlihat
		Pintu masuk toko	a. Penempatan pintu masuk yang tepat b. Ukuran pintu masuk yang lebar
		Luas bangunan	a. Langit-langit toko tinggi b. Bangunan toko luas
		Keunikan	a. Keseluruhan <i>Exterior</i> b. Keseluruhan <i>interior</i>
	<i>General Interior</i> (X ₂)	Lantai dalam toko	a. Kondisi lantai dalam toko yang selalu bersih b. Pemilihan jenis lantai yang menarik

L8anjutan Tabel 3.2

Konsep	Variabel	Indikator	Item
Store Atmosphere (X)	General Interior (X ₂)	Pencahayaan	a. Pencahayaan dalam toko yang terang b. Pemilihan warna dinding yang menarik
		Peralatan Penunjang	a. Rak untuk setiap jenis barang b. Tersedia kamar pas
		Suhu udara dalam toko	a. Temperatur suhu udara dalam toko yang sejuk c. Udara dalam toko memberi kenyamanan
		Jarak antara rak barang	a. Rapi b. Tidak sempit
		Dead area Ruang di dalam toko	a. Penataan mannaquin rapi b. Terdapat hiasan di dinding took
		Merchandise (barang dagangan)	a. Variasi produk yang dijual bermacam-macam b. Kualitas produk yang dijual
		Harga	a. Kejelasan label harga pada produk barang b. Harga yang tercantum pada rak tempat produk
	Kebersihan	a. Kondisi toko yang selalu bersih b. Aroma/bau dalam toko yang wangi	
	Store Layout (X ₃)	Alokasi ruang	a. Tersedianya gudang untuk tempat persediaan barang b. Tersedianya tempat penitipan barang
		Pengelompokan Produk	a. Pengelompokan produk-produk sesuai jenisnya b. penataan produk sejenis yang unik
Lalu lintas toko		a. Pengaturan gang dalam toko yang teratur b. Jarak antara rak yang lebar	
Interior Display (X ₄)	Assortment Display	a. Ruang barang dagangan b. Ruang konsumen	

Lanjutan Tabel 3.2

Konsep	Variabel	Indikator	Item
Store Atmosphere (X)	Interior Display (X ₄)	<i>Them-setting Display</i>	a. Pemasangan display sesuai dengan tren b. Kesuaian display toko dengan tren
		<i>Essemble display</i>	a. Produk disusun sesuai kategori b. Produk yang dikategorikan di tata rapi
		<i>Rack display</i>	a. kerapian penataan barang pada rak b. Penataan produk dalam rak yang unik
		<i>Posters</i>	a. Tanda petunjuk lokasi produk yang terlihat jelas b. Papan promosi yang terlihat jelas
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian	Proses Keputusan Pembelian	a. Kelengkapan barang dalam toko b. Sumber Informasi c. Adanya potongan harga d. Keinginan untuk berebelanja lebih banyak e. Lama waktu berada di dalam toko f. Jumlah barang yang dibeli

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2007: 115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Suatu penelitian memerlukan populasi dari suatu obyek untuk memperoleh suatu data. Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen *Planet Surf* Mall Olympic Garden lantai 3 Malang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Pengambilan sampel menurut Sekaran (2006:123) adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat peneliti dapat mengeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi. Peneliti menggunakan rumus Machin dan Campbell (1987: 89) karena jumlah populasi dalam penelitian ini belum diketahui, adapun rumus dari sampel yaitu :

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

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U\rho')^2} + 3$$

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

Keterangan :

$U\rho$ = Standardized normal random variabel corresponding to particular value of the correlation coefficient ρ

n = Ukuran sampel

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

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

ρ = Koefisien korelasi terkecil yang diharapkan dapat dideteksi secara signifikan

Berdasarkan pertimbangan bahwa nilai r terendah yang diperkirakan akan diperoleh melalui penelitian ini adalah $r = 0,3$; $\alpha = 0,10$ pada pengujian dua arah

dan $\beta = 0,05$; maka diperoleh n (minimum) = 116. Jadi, sampelnya adalah 116 orang yang melakukan pembelian di *Distro Planet Surf* lebih dari atau sama dengan dua kali.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Dalam Sugiyono (2007:122) *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik ini dipilih karena konsumen yang melakukan pembelian produk atau telah berbelanja di *Planet Surf* Mall Olympic Garden Kota Malang tidak selalu mudah ditemui untuk kemudian diminta informasi serta tidak diketahui dengan pasti jumlah konsumen yang melakukan pembelian di *Planet Surf* Mall Olympic Garden Kota Malang.

E. Teknik Pengumpulan data

1. Sumber data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber, diamati, dicatat, untuk pertama kalinya. Dalam penelitian ini, peneliti mempergunakan data premier berupa data yang diambil dari hasil jawaban kuesioner responden yang menjadi sampel dari penelitian ini. Data ini di peroleh dari konsumen yang

melakukan aktivitas pembelian pada Distro *Planet Surf* Mall Olympic Garden Kota Malang saat penelitian dilakukan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian dapat berupa dokumen-dokumen perusahaan, *internet website*, jurnal-jurnal, media cetak, buku-buku yang digunakan sebagai data untuk mendukung kegiatan penelitian.

2. Metode Pengumpulan Data

Kegiatan pengumpulan data merupakan usaha secara operasional dalam melaksanakan penelitian yang dapat memberikan pengaruh positif bagi pelaksanaan analisa dan interpretasi data. Berkaitan dengan hal tersebut, karena teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yang relevan dengan permasalahan penelitian adalah:

a. Kuesioner

Teknik pengambilan data dengan cara menyebarkan angket atau daftar pernyataan yang telah disusun kepada responden. Metode ini dilakukan untuk memperoleh data primer yaitu dengan cara meminta responden mengisi kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang disusun kepada konsumen yang berbelanja di Distro *Planet Surf* Mall Olympic Garden Kota Malang. Kuesioner ini disebarkan kepada 116 orang responden.

b. Dokumentasi

Mengumpulkan data dari dokumen-dokumen yang ada pada perusahaan yang berhubungan dengan kegiatan penelitian.

3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data di lapangan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Kuisisioner

Yaitu daftar pertanyaan yang diberikan pada responden untuk diisi sesuai dengan informasi yang dibutuhkan dalam kegiatan penelitian.

b. Dokumentasi

Yaitu daftar panduan yang akan ditanyakan kepada perusahaan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam kegiatan penelitian.

F. Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting bagi suatu penelitian, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat untuk membuktikan hipotesis. Oleh karena itu, data dalam suatu penelitian dapat dikumpulkan dengan suatu instrumen. Instrumen yang dipakai dalam mengumpulkan data haruslah memenuhi dua persyaratan penting yaitu validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Ancok dalam Singarimbun dan Effendi (2006 : 122) mengungkapkan:

“Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukuran itu mengukur apa yang

ingin diukur. Bila seseorang ingin mengukur berat suatu benda, maka dia harus menggunakan timbangan. Timbangan alat pengukur yang valid bila dipakai untuk mengukur berat. Tetapi timbangan, bukanlah alat pengukur yang valid bilamana digunakan untuk mengukur panjang

Dari jawaban yang diperoleh kemudian dilakukan perhitungan korelasi *product moment*, dengan rumus seperti yang dikemukakan oleh Arikunto (2006:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x^2)][N \sum y^2 - (\sum y^2)]}}$$

Dimana:

R= Koefisien variabel bebas dan variabel terikat

N= Banyaknya sampel

X= Skor tiap item

Y= Skor tiap variabel

Setelah nilai r diperoleh, selanjutnya membandingkan antara hasil nilai r perhitungan dengan nilai kritis r pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$). Apabila r hitung yang diperoleh berada diatas nilai kritis berarti alat ukur yang digunakan telah valid. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan komputer dengan bantuan program *SPSS for Windows Release 16.0*. Instrumen yang dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat (Simamora, 2004: 172). Ghazali (2009) menyatakan bahwa instrumen dikatakan valid jika koefisien r hasil $> r$ tabel dan nilai positif, sebaliknya jika r hasil $> r$ tabel dan nilai negatif maka variabel dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Ancok dan Singarimbun dan Effendi (Ed, 2006:140) mengemukakan bahwa reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan, pada penelitian ini perhitungan reliabilitas menggunakan rumus alpha (Simamora, 2002:53) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum ob^2}{\sigma^2} \right)$$

Dimana:

$$\sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{\sum x^2}{N}}{N}$$

r_{11} = Reliabilitas Instrument
 k = Banyak Butir Pertanyaan
 $\sum ob^2$ = Jumlah Varians Butir
 σ^2 = Varians Total

Menurut Malhotra dalam Singarimbun dan Effendi (2006:32) suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel nilai alpha lebih besar atau sama dengan 0,60. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan komputer dengan bantuan program *SPSS for Windows Release 16.0*

3. Hasil uji validitas

Berdasarkan hasil uji coba instrumen yang telah dilakukan dengan menggunakan 30 responden, diketahui hasil perhitungan statistik pada Tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua *item* dari setiap indikator mempunyai nilai yang signifikan ($<0,05$), sehingga keseluruhan *item* dinyatakan valid. Hasil rekapitulasi uji validitas dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3
Hasil Rekapitulasi Uji Validitas Instrumen

No.	Indikator	Item	Koefisien Korelasi	Sig.	Ket.
1	Bagian depan toko (X _{1.1})	(X _{1.1.1})	0,850	0,000	Valid
		(X _{1.1.2})	0,888	0,000	Valid
2	Papan nama toko (X _{1.2})	(X _{1.2.1})	0,892	0,000	Valid
		(X _{1.2.2})	0,928	0,000	Valid
3	Pintu masuk toko (X _{1.3})	(X _{1.3.1})	0,948	0,000	Valid
		(X _{1.3.2})	0,870	0,000	Valid
4	Luas bangunan (X _{1.4})	(X _{1.4.1})	0,815	0,000	Valid
		(X _{1.4.2})	0,905	0,000	Valid
5	Keunikan toko (X _{1.1})	(X _{1.1.1})	0,908	0,000	Valid
		(X _{1.1.2})	0,857	0,000	Valid
6	Lantai dalam toko (X _{2.1})	(X _{2.1.1})	0,951	0,000	Valid
		(X _{2.1.2})	0,723	0,000	Valid
7	Pencahayaan (X _{2.2})	(X _{2.2.1})	0,943	0,000	Valid
		(X _{2.2.2})	0,838	0,000	Valid
8	Peralatan penunjang (X _{2.3})	(X _{2.3.1})	0,913	0,000	Valid
		(X _{2.3.2})	0,884	0,000	Valid
9	Suhu udara dalam toko (X _{2.4})	(X _{2.4.1})	0,605	0,000	Valid
		(X _{2.1.2})	0,874	0,000	Valid
10	Jarak rak dan barang (X _{2.5})	(X _{2.5.1})	0,851	0,000	Valid
		(X _{2.5.2})	0,898	0,000	Valid
11	Ruangan di dalam toko (X _{2.6})	(X _{2.6.1})	0,928	0,000	Valid
		(X _{2.6.2})	0,888	0,000	Valid
12	Barang dagangan (X _{2.7})	(X _{2.7.1})	0,951	0,000	Valid
		(X _{2.7.2})	0,887	0,000	Valid
13	Harga (X _{2.8})	(X _{2.8.1})	0,928	0,000	Valid
		(X _{2.8.1})	0,893	0,000	Valid
14	Kebersihan (X _{2.9})	(X _{2.9.1})	0,955	0,000	Valid
		(X _{2.9.2})	0,898	0,000	Valid
15	Alokasi ruang (X _{3.1})	(X _{3.1.1})	0,730	0,000	Valid
		(X _{3.1.2})	0,829	0,000	Valid
16	Pengelompokan (X _{3.2})	(X _{3.2.1})	0,949	0,000	Valid
		(X _{3.2.2})	0,904	0,000	Valid
17	Lalu lintas toko (X _{3.3})	(X _{3.3.1})	0,806	0,000	Valid
		(X _{3.3.2})	0,734	0,000	Valid

Lanjutan Tabel 3.3

No.	Indikator	Item	Koefisien Korelasi	Sig.	Ket.
18	Bagian depan toko (X _{1.1})	(X _{1.1.1})	0,513	0,000	Valid
		(X _{1.1.2})	0,874	0,000	Valid
19	Papan nama toko (X _{1.2})	(X _{1.2.1})	0,892	0,000	Valid
		(X _{1.2.2})	0,881	0,000	Valid
20	Pinyu masuk toko (X _{1.3})	(X _{1.3.1})	0,859	0,000	Valid
		(X _{1.3.2})	0,858	0,000	Valid
21	Luas bangunan (X _{1.4})	(X _{1.4.1})	0,739	0,000	Valid
		(X _{1.4.2})	0,668	0,000	Valid
22	Proses Keputusan pembelian (Y)	(Y _{1.1.1})	0,814	0,000	Valid
		(Y _{1.1.2})	0,465	0,010	Valid
		(Y _{1.1.3})	0,763	0,000	Valid
		(Y _{1.1.4})	0,839	0,000	Valid
		(Y _{1.1.5})	0,766	0,000	Valid
		(Y _{1.1.6})	0,754	0,000	Valid

4. Hasil uji reliabilitas

Berdasarkan hasil uji coba instrumen yang telah dilakukan dengan menggunakan sebanyak 30 responden diketahui hasil statistik pada Tabel 3.4 menunjukkan bahwa semua *item* dari setiap indikator mempunyai nilai koefisien *Alpha Cronbach* lebih dari pada 0,6 (>0,6), sehingga keseluruhan variabel dinyatakan reliabel. Hasil rekapitulasi uji validitas dapat dilihat pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4
Rekapitulasi Uji Reliabilitas Instrumen

No.	Variabel	Koefisien <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
1	<i>Exterior</i>	0,790	Reliabel
2	<i>General Interior</i>	0,772	Reliabel
3	<i>Store Layout</i>	0,803	Reliabel
4	<i>Interior Display</i>	0,787	Reliabel
5	Keputusan Pembelian	0,785	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2014

5. Analisis Data

Setelah data dikumpulkan, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data tersebut sesuai dengan metode yang ada, agar data mentah tersebut dapat dipahami sekaligus menjawab permasalahan yang di kemukakan selanjutnya. Sesuai dengan perumusan masalah yang telah di kemukakan maka dalam analisisnya digunakan:

a. Analisis Deskriptif

Analisis yang digunakan untuk memberikan uraian dan penafsiran terhadap karakteristik lokasi penelitian, responden yang diteliti dan distribusi item dari masing-masing variabel penelitian. Data-data yang telah di kumpulkan kemudian diedit dan ditabulasikan ke dalam tabel, setelah itu dilakukan pembahasan secara deskriptif dengan pemberian angka baik dalam responden maupun dalam angka presentase.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini merupakan suatu proses untuk mengukur pengaruh dari sebuah variabel bebas (*store atmosphere*) terhadap suatu variabel terkait (keputusan pembelian) sedangkan rumus yang digunakan dalam Sugiyono (2007:277) sebagai berikut;

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Dimana:

Y	= Variabel terikat (keputusan pembelian)
X ₁	= Variabel <i>Exterior</i>
X ₂	= Variabel <i>General Interior</i>
X ₃	= Variabel <i>Store Layout</i>
X ₄	= Variabel <i>Interior Display</i>
a	= Bilangan konstan

- b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefesien regresi
 e = Residual atau *predictor error*

Untuk mengetahui besarnya $b_1, b_2, b_3,$ dan b_4 dicari dengan menggunakan program *SPSS for windows Release16.0* Regresi berganda memiliki beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi agar dapat menghasilkan estimator linier yang akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan. Asumsi-asumsi dasar tersebut dikenal dengan sebutan asumsi klasik. Pengujian asumsi ini terdiri dari beberapa asumsi yang meliputi uji normalitas, autokorelasi, multikolinieritas, dan heterokedasitas (Gujarati dalam Ghozali, 2009: 86).

c. Pengujian Hipotesis

1) Uji F

Uji F ditujukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

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

(Puspasari, 2007:97)

Dimana:

- F = F hitung
 R_2 = Koefesien determinasi korelasi berganda
 K = Jumlah variabel bebas
 N = Jumlah smapel

Peneliti menggunakan uji F untuk menguji pengaruh jenis variabel independen (*Store Atmosphere*) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) secara bersama-sama. Kriteria Pengujian secara bersama-sama yakni

apabila nilai Signifikan $F < \alpha$ (0,05) maka H_0 di tolak. Sebaliknya apabila nilai Signifikan $F > \alpha$ (0,05) maka H_0 di terima.

2) Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui apakah persamaan regresi diperoleh secara signifikan atau tidak maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t.

kriteria pengambilan keputusan adalah

$$t = \frac{b}{Sb}$$

(Puspitasari, 2007:97)

keterangan :

t	= Nilai t
Sb	= Standard error of true regresstion coefecient
B	= Koefesien regresi linier

Hipotetis statistiknya dirumuskan :

Peneliti menggunakan uji t untuk menguji pengaruh jenis variabel independen (*Store Atmosphere*) terhadap variable dependen (Keputusan Pembelian) secara parsial. Kriteria pengujian pengaruh secara parsial (uji t) yakni apabila nilai Signifikan $t < \alpha$ (0,05) maka H_0 di tolak. Sebaliknya apabila nilai signifikan $> \alpha$ (0,05) maka H_0 di terima.