

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data empiris dan fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) mengenai:

1. Hubungan antara *visual merchandising* dengan keputusan pembelian impulsif
2. Hubungan antara atmosfer toko dengan keputusan pembelian impulsif
3. Hubungan antara citra merek dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Peneliti memiliki alasan melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta banyak memiliki masalah ketika berbelanja di *Matahari Department Store Arion Mall* mengenai tampilan visual penataan produk yang kurang menarik dan suasana toko yang tidak nyaman.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 5 (lima) bulan, yaitu dimulai dari bulan Februari 2018 sampai bulan Juni 2018. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti untuk mencurahkan perhatian dalam melakukan penelitian.

C. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian pada dasarnya merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”⁴⁵. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti memilih metode ini dikarenakan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Menurut Neuman W Lawrence dalam buku Sugiyono mengatakan bahwa:

*Survey are quantitative beasth. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic and past or present behavior. Survey are appropriate for research questions about self reported belief of behavior*⁴⁶.

Artinya, penelitian *survey* adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian *survey*, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2014), h.3.

⁴⁶*Ibid.*, h. 12.

dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian *survey* berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

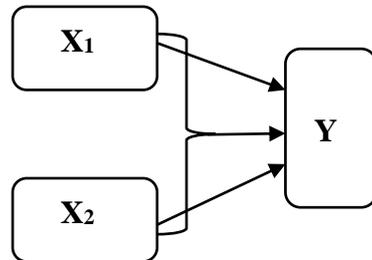
Sedangkan, pendekatan yang dilakukan adalah korelasional. Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara variabel bebas (*visual merchandising*) yang diberi simbol X₁ dengan variabel terikat (pembelian impulsif) yang diberi simbol Y dan variabel bebas (atmosfer toko) yang diberi simbol X₂ dengan variabel terikat (pembelian impulsif) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi, serta hubungan antara variabel bebas (*visual merchandising*) yang diberi simbol X₁ dan variabel bebas (atmosfer toko) yang diberi simbol X₂ dengan variabel terikat (pembelian impulsif) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa:

- a. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *visual merchandising* dengan pembelian impulsif.
- b. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara atmosfer toko dengan keputusan impulsif.
- c. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *visual merchandising* dan atmosfer toko dengan pembelian impulsif.

Maka, konstelasi hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar III. 1. Konstelasi X1 dan X2 (Visual Merchandising dan Atmosfer Toko) dengan Y (Pembelian Impulsif)

Keterangan:

Variabel Bebas (X₁) : *Visual Merchandising*

Variabel Bebas (X₂) : Atmosfer Toko

Variabel Terikat (Y) : Pembelian Impulsif

—————> : Arah Hubungan

D. Populasi dan Sampling

Populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”⁴⁷.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan *survey* awal melalui angket yang distribusikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, terdapat

⁴⁷*Ibid.*, h. 119.

banyak mahasiswa yang melakukan pembelian impulsif di *Matahari Department Store Arion Mall*.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁴⁸. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*. Menurut Sugiyono mengatakan bahwa, “*Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”⁴⁹.

Dalam penelitian ini, yang menjadi sampelnya adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah mengunjungi dan melakukan pembelian impulsif di *Matahari Department Store Arion Mall* dengan jumlah responden 130 mahasiswa.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu *Visual Merchandising* (Variabel X1), Atmosfer Toko (Variabel X2) dan Pembelian Impulsif (Variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pembelian Impulsif (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Pembelian impulsif adalah pembelian barang atau jasa yang tidak direncanakan sebelumnya.

⁴⁸*Ibid.*, h. 120.

⁴⁹*Ibid.*, h. 126.

b. Definisi Operasional

Pembelian impulsif mencerminkan empat indikator, yaitu indikator pertama adalah spontan dan sub indikator keadaan mendesak, indikator kedua adalah ketidakseimbangan psikologi dengan sub indikator diluar kontrol diri, indikator ketiga, yaitu emosi, dengan sub indikator senang, dan indikator yang keempat adalah tidak mempertimbangkan konsekuensi.

c. Kisi-kisi Instrumen Pembelian Impulsif

Kisi-kisi instrumen yang akan dijelaskan pada bagian ini adalah kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel pembelian impulsif yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel pembelian impulsif. Kisi-kisi ini dijelaskan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji coba reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.1.

Tabel III. 3. Kisi-kisi Instrumen Pembelian Impulsif

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Spontan	Keadaan Mendesak	8, 17	4, 15		8, 17	4, 15	8, 17	4, 15
Ketidakseimbangan Psikologis	Diluar Kontrol Diri	2, 14	6, 19		2, 14	6, 19	2, 14	6, 19

Emosi	Senang	3, 9, 11, 27	20, 25		3, 9, 11, 27	20, 25	3, 9, 11, 27	20, 25
Tidak Mempertimbangkan Konsekuensi		5, 28	16, 22	16	5, 28	22	5, 28	22

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 2. Skala Penilaian Instrumen Pembelian Impulsif

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Pembelian Impulsif

Proses pengembangan instrumen pembelian impulsif dimulai dengan penyusunan instrumen model skala Likert yang mengacu pada indikator-indikator variabel pembelian impulsif yang terlihat pada tabel III.1

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk,

yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel pembelian impulsif sebagaimana tercantum pada tabel III.1. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data instrumen uji coba tersebut, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{50}$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 5 halaman 111) dari 28 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan

⁵⁰ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*, (Jakarta: Grasindo, 2008), h.

yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 24 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{51}$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}^{52}$$

Dimana:

- Si^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil Si^2 0.45 , St^2 = 68.50 dan r_{ii} sebesar 0.855 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 114). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas

⁵¹ *Ibid.*, h. 89.

⁵² Sudjana, *Metoda Statistika*, (Bandung: PT. Tarsito, 2013), h. 94.

termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 24 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur pembelian impulsif.

2. *Visual Merchandising* (Variabel X₁)

a. Definisi Konseptual

Visual Merchandising (tampilan visual) merupakan kegiatan mempresentasikan barang-barang yang ada di toko dengan semenarik mungkin.

b. Definisi Operasional

Visual merchandising (tampilan visual) dapat diukur dengan enam dimensi. Dimensi pertama adalah pencahayaan dengan indikator yaitu, *spot light* (lampu sorot) dan *foxture light* (lampu pada rak displai). Dimensi kedua adalah, *audio visual* dengan indikator yaitu, *in-store audio*. Lalu dimensi ketiga adalah *furniture*, dengan indikator yaitu, meja dan gondola dan wagon. Sedangkan dimensi yang keempat adalah *hanger display* dengan indikator yaitu, produk yang digantung atau ditempelkan di dinding. Dimensi yang kelima adalah *special display stand* dengan indikator desain khusus dan unik (*valentine's day, imlek*). Dimensi yang terakhir adalah *desain interior* dengan indikator *promotional signage* dan sub indikator diskon.

c. Kisi-kisi Instrumen *Visual Merchandising*

Kisi-kisi instrumen yang dijelaskan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel *visual merchandising* yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel *visual merchandising*. Kisi-kisi ini dijelaskan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.3.

Tabel III. 3. Kisi-kisi Instrumen *Visual Merchandising*

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pencahayaan	<i>Spot Light</i>		5, 28	16, 22	16	5, 28	22	5, 28	22
	<i>Foxture Light</i>		3, 9, 11, 27	20, 25		3, 9, 11, 27	20, 25	3, 9, 11, 27	20, 25
<i>Audio Visual</i>	<i>In Store Audio</i> (TV Plasma dan musik)		5, 28	16, 22	16	5, 28	22	5, 28	22
<i>Furniture</i>	Gondola		1, 12, 18, 26	23, 24,		1, 12, 18, 26	23, 24,	1, 12, 18, 26	23, 24,
	Wagon		7, 10, 21	13	13	7, 10, 21		7, 10, 21	
<i>Hanger display</i>	Produk yang digantung atau ditempelkan		4, 9, 24	20, 29		4, 9, 24	20, 29	4, 9, 24	20, 29

	di dinding								
<i>Special display stand</i>	Desain khusus dan unik (<i>valentine's day, imlek</i>)		4, 9, 24	20, 29		4, 9, 24	20, 29	4, 9, 24	20, 29
<i>Desain interior</i>	<i>Promotional signage</i>	Diskon	3, 28	10, 16		3, 28	10, 16	3, 28	10, 16

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 4. Skala Penilaian Instrumen *Visual Merchandising*

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen *Visual Merchandising*

Proses pengembangan instrumen *visual merchandising* (tampilan visual) dimulai dengan penyusunan instrumen model skala Likert yang mengacu pada indikator-indikator variabel pembelian impulsif yang terlihat pada tabel III.3

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk,

yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel *visual merchandising* sebagaimana tercantum pada Tabel III.3. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{53}$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 11 halaman 119) dari 27 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 3 pernyataan

⁵³ Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*

yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 24 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad ^{54}$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n} \quad ^{55}$$

Dimana:

- Si^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil Si^2 0.45, St^2 = 68.50 dan r_{ii} sebesar 0.855 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 halaman 122). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien

⁵⁴*Ibid.*, h. 89.

⁵⁵ Sudjana, *loc. cit.*.

reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 24 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur *visual merchandising*.

3. Atmosfer Toko (Variabel X₂)

a. Definisi Konseptual

Atmosfer toko adalah kombinasi karakteristik fisik toko yang tersedia dari peritel yang menghasilkan kesan menarik di mata pelanggan.

b. Definisi Operasional

Atmosfer toko memiliki empat indikator yang meliputi: indikator pertama adalah bagian luar toko (*Exterior*) dengan sub indikator pertama, yaitu logo toko. Indikator yang kedua adalah bagian dalam toko (*general interior*) dengan sub indikator pertamanya adalah pencahayaan. Indikator ketiga adalah tata letak barang dengan sub indikator pertama adalah lorong gerak konsumen dan sub indikator yang kedua adalah pengelompokkan barang. Sedangkan indikator yang terakhir adalah *point of purchase* dengan sub indikator penempatan barang dilokasi strategis (mudah dilihat konsumen).

c. Kisi-kisi Instrumen Atmosfer Toko

Kisi-kisi instrumen yang dijelaskan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel atmosfer toko yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabelatmosfer toko. Kisi-kisi ini dijelaskan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.5.

Tabel III. 5. Kisi-kisi Instrumen Atmosfer Toko

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Exterior (Luar toko)	Logo toko	5, 15, 25	2		5, 15, 25	2	5, 15, 25	2
<i>General interior</i> (Bagian dalam toko)	<i>Desain interior</i>	6, 8, 21	13, 17		6, 8, 21	13, 17	6, 8, 21	13, 17
Tata letak barang	Lorong gerak konsumen	1, 11, 14	7		1, 11, 14	7	1, 11, 14	7
	Pengelompokkan barang	3, 28	10, 16		3, 28	10, 16	3, 28	10, 16
<i>Point of purchase</i>	Penempatan barang dilokasi strategis (mudah terlihat oleh konsumen)	4, 9, 24	20, 29		4, 9, 24	20, 29	4, 9, 24	20, 29

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 6. Skala Penilaian Instrumen Atmosfer Toko

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Atmosfer Toko

Proses pengembangan instrumen kualitas produk dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kualitas produk terlihat pada Tabel III.5 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel atmosfer toko.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel atmosfer toko sebagaimana tercantum pada Tabel III.5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{56}$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 17 halaman 127) dari 28 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 22 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian

⁵⁶ Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*

butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad ^{57}$$

Dimana:

r_{ii} = Reliabilitas instrumen
 k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
 $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
 st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

⁵⁸

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

Si^2 = Simpangan baku
 n = Jumlah populasi
 $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
 $\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil Si^2 0.56, $St^2 = 56.33$ dan r_{ii} sebesar 0.827 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 20 halaman 130). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur atmosfer toko.

⁵⁷*Ibid.*, h. 89.

⁵⁸ Sudjana, *loc. cit.*.

F. Teknik Analisis Data

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah model yang peneliti gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu, dengan menggunakan uji statistic (Uji *Kolmogrov Smirnov*) dan uji grafik (*Normal Probability Plot*)⁵⁹.

Hipotesis penelitiannya adalah:

- 1) H_0 : data berdistribusi normal
- 2) H_a : data tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian dengan uji statistic Kolmogrov Smirnov, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data berdistribusi normal.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data tidak berdistribusikan normal.

Sedangkan kriteria pengujian dengan analisis *Normal Probability Plot*, yaitu sebagai berikut:

⁵⁹ Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda dengan SPSS* (Semarang: Semarang University Press, 2012), h. 35.

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka H_0 diterima artinya data berdistribusi normal.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka H_0 ditolak artinya data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”⁶⁰.

Hipotesis penelitiannya adalah:

- 1) H_0 : artinya data tidak linier
- 2) H_a : artinya data linier

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data linier.

2. Persamaan Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda dimasukkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel *independent (explanatory)* terhadap satu

⁶⁰ Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian* (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015), h. 180.

variabel dependen. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2^{61}$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel terikat (kepuasan pelanggan)

X_1 = variabel bebas pertama (citra merek)

X_2 = variabel bebas kedua (kualitas produk)

a = konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b_1 = koefisien regresi variabel bebas pertama, X_1 (citra merek)

b_2 = koefisien regresi variabel bebas kedua, X_2 (kualitas produk)

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen⁶².

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel dependen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen, atau:

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_n = 0$$

⁶¹ Dyah Nirmala Arum Janie, *op.cit.*, h. 13.

⁶² Santoso, *Statistika Hospitalis* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), h. 106.

Hipotesis alternatifnya (H_a) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_1 \neq b_2 = \dots \neq b_n \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

1. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $F_{hitung} > F_{Tabel}$ atau nilai probabilitas $sig. < 0,05$
2. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $F_{hitung} < F_{Tabel}$ dan nilai probabilitas $sig. > 0,05$

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen⁶³.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap dependen, atau:

$$H_0 : b_i = 0$$

Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_i \neq 0$$

⁶³ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 335.

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

1. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai probabilitas sig. $< 0,05$
2. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai probabilitas sig. $> 0,05$

4. Analisis Korelasi Ganda

Analisis korelasi ganda dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independent (X_1, X_2, \dots, X_n) terhadap variabel dependent secara bersamaan/simultan. Analisis korelasi ganda ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 22.

5. Perhitungan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Untuk melakukan perhitungan koefisien determinasi, dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 22.