

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah-masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris dan fakta yang tepat (sahih, benar dan *valid*), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) mengenai:

1. Hubungan antara citra merek dan keputusan pembelian.
2. Hubungan antara suasana toko dan keputusan pembelian.
3. Hubungan antara citra merek dan suasana toko secara bersama-sama dengan keputusan pembelian.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Alasan peneliti memilih di tempat tersebut karena berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan, di tempat tersebut memiliki masalah mengenai keputusan pembelian *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Arion Mall pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta di antaranya, yaitu rendahnya kualitas pelayanan, citra merek yang kurang baik dan suasana toko yang tidak nyaman. Selain itu, juga karena faktor keterjangkauan, sehingga memudahkan dalam pengambilan data.

## 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama 5 (lima) bulan, yaitu terhitung dari bulan Februari 2018 sampai dengan Juni 2018. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian.

## C. Metode Penelitian

### 1. Metode

Metode penelitian pada dasarnya merupakan “Cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”<sup>52</sup>. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Lawrence berpendapat 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 or behavior*<sup>53</sup>.

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

---

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2014), p. 3

<sup>53</sup> *Ibid.*, p. 12

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

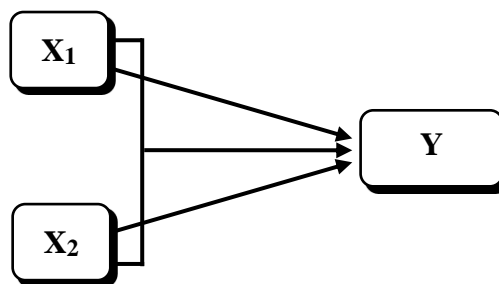
Sedangkan, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasional. Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, seberapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara variabel bebas (citra merek) yang diberi simbol  $X_1$  dengan variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol  $Y$  dan hubungan antara variabel bebas (suasana toko) yang diberi simbol  $X_2$  dengan variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol  $Y$  sebagai variabel yang dipengaruhi.

## **2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel**

Sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa:

- a. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian.
- b. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara suasana toko dengan keputusan pembelian.
- c. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek dan suasana toko secara bersama-sama dengan keputusan pembelian.

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



**Gambar III. 1. Konstelasi X1 dan X2 (Citra Merek dan Suasana Toko) dengan Y (Keputusan Pembelian)**

Keterangan :

Variabel Bebas ( $X_1$ ) : Citra Merek

Variabel Bebas ( $X_2$ ) : Suasana Toko

Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian

—————> : Arah Hubungan

#### D. Populasi dan Sampling

Populasi yaitu “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”<sup>54</sup>.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta yang melakukan keputusan pembelian di *Kentucky Fried Chicken (KFC) Arion Mall*. Hal ini didasarkan setelah melakukan *survey* awal melalui angket yang distribusikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta, terdapat cukup banyak yang melakukan keputusan pembelian di *Kentucky Fried Chicken (KFC) Arion Mall*.

---

<sup>54</sup>*Ibid.*, p. 119

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”<sup>55</sup>. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan cara *purposive sampling*. Sugiyono mendefinisikan, “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”<sup>56</sup>.

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta yang melakukan keputusan pembelian di *Kentucky Fried Chicken (KFC) Arion Mall* berjumlah 163 orang.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian dilakukan untuk meneliti tiga variabel yaitu citra merek (variabel  $X_1$ /variabel bebas) dan suasana toko ( $X_2$ /variabel bebas) serta keputusan pembelian ( $Y$ / variabel terikat). Instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut adalah sebagai berikut :

### **1. Keputusan Pembelian**

#### **a. Definisi Konseptual**

Keputusan pembelian adalah tahapan yang harus dilewati oleh konsumen untuk menentukan pilihan atas produk atau jasa yang akan dikonsumsinya.

#### **b. Definisi Operasional**

Keputusan pembelian terdiri dari beberapa dimensi. Dimensi pertama pengenalan kebutuhan, dengan indikator pertama

---

<sup>55</sup>*Ibid.*, p. 120

<sup>56</sup>*Ibid.*, p. 126

rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri; indikator kedua yaitu rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh teman. Dimensi kedua pencarian informasi, dengan indikator pertama sumber pribadi, dengan sub indikator pertama keluarga dan sub indikator kedua teman; indikator kedua yaitu sumber komersial, dengan sub indikator iklan; indikator ketiga yaitu sumber pengalaman, dengan sub indikator pernah menggunakan. Dimensi ketiga, yaitu evaluasi alternatif, dengan indikator memilih diantara dua atau lebih alternatif. Dimensi keempat yaitu keputusan pembelian, dengan indikator membeli merek yang disukai.

**c. Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian**

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

**Tabel III.1. Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y)**

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji coba		Drop	No.Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalalan Kebutuhan	Rangsangan Internal	Diri Sendiri	7, 23	14, 29	14, 29	7, 23	-	6,20	
	Rangsangan Eksternal	Pengaruh Orang Lain	1,15	24	-	1,15	24	1,15	21
Pencarian Informasi	Sumber Pribadi	Keluarga	8,9, 16, 17	-	16	8,9, 17	-	7,8, 14	
		Teman	2	25	25	2	-	2	-
	Sumber Komersial	Iklan	18, 10	3, 26	3	18, 10	26	9,15	22
	Sumber Pengalaman	Pernah Menggunakan	4, 20	11, 27	-	20	11, 27	3,17	10, 23
Evaluasi Alternatif	Memilih diantara dua atau lebih alternatif		12, 21	5	-	12, 21	5	11, 18	4
Pembelian	Membeli merek yang disukai		13, 22	6,28	-	13, 22	6, 28	12, 22	5, 24

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 Keputusan Pembelian**

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 Keputusan Pembelian

Proses pengembangan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian terlihat pada Tabel III.1. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana tercantum pada Tabel III.1. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di 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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}x_t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 57$$

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 (perhitungan terdapat pada lampiran 6 halaman 117) dari 29 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 5 pernyataan 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

---

<sup>57</sup> Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), p.

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 58$$

Dimana:

$r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen  
 $k$  = Jumlah 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:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n} \quad 59$$

Dimana:

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $Si^2 = 0,57$ ,  $St^2 = 131,87$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,8737 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 119). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 24 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

---

<sup>58</sup> *Ibid.*, p. 89

<sup>59</sup> Sudjana, *Metoda Statistika*, (Bandung: PT. Tarsito, 2013), p. 94

## **2. Citra Merek**

### **a. Definisi Konseptual**

Citra merek adalah serangkaian pemikiran yang dimiliki seseorang terhadap suatu merek.

### **b. Definisi Operasional**

Citra merek diukur dengan 2 dimensi, yaitu dimensi pertama asosiasi merek, dengan indikator pertama, yaitu atribut produk, dengan sub indikator harga, indikator kedua yaitu keuntungan, dengan sub indikator pertama pengalaman, sub indikator kedua, yaitu simbol dan sub indikator ketiga, yaitu fungsional (memuhi rasa lapar dan haus). Dimensi kedua yaitu, keunggulan dan keunikan dengan indikator pertama yaitu pelopor restoran cepat saji; indikator kedua yaitu merek terkenal.

### **c. Kisi-Kisi Instrumen Citra Merek**

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

Tabel III.3. Kisi-Kisi Instrumen Citra Merek (Variabel X1)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Asosiasi merek	Atribut Produk	Harga	5, 18	10, 19	19	5,18	10	5, 17	9
	Keuntungan	Pengalaman	6,11	20	-	6,11	20	10,6	18
		Simbol	1,12, 21, 22, 23	13	-	1,12, 21, 22, 23	13	1,11, 19, 20, 21	12
		Fungsional (memenuhi rasa lapar dan haus)	2,24	8, 14	-	2,24	8,14	2,22	7,13
keunggulan dan keunikan	Pelopor Restoran Cepat Saji	-	3,7, 25	15	7	3,25	15	3,23,	14
	Merek Terkenal	-	9, 17	4, 16	-	9, 17	4,16	8,16	15,4

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 Citra Merek**

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 Citra Merek**

Proses pengembangan instrumen citra merek dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel citra merek terlihat pada Tabel III.3. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel citra merek.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel citra merek sebagaimana tercantum pada Tabel III.3. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di 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:

60

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

Dimana:

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 (perhitungan terdapat pada lampiran 12 halaman 125) dari 25 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 23 pernyataan.

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

---

<sup>60</sup> Djaali dan Pudji Muljono, *loc.cit.*.

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

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

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:

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

Dimana:

$S_i^2$  = Simpangan baku

$n$  = Jumlah populasi

$\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 0,58$ ,  $St^2 = 105,36$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,879 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 halaman 127). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 23 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur citra merek.

<sup>61</sup> *Ibid.*, p. 89

<sup>62</sup> Sudjana, *loc.cit.*.

### **3. Suasana Toko**

#### **a. Definisi Konseptual**

Suasana toko adalah karakteristik fisik toko yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen.

#### **b. Definisi Operasional**

Suasana toko terdiri dari beberapa indikator yaitu, indikator pertama bagian luar toko (*exterior store*), dengan sub indikator pertama papan nama toko, sub indikator kedua logo toko, sub indikator ketiga, yaitu pintu masuk toko. Indikator kedua yaitu, bagian dalam toko (*general interior*), dengan sub indikator pertama pencahayaan, sub indikator kedua, yaitu suhu udara, sub indikator ketiga ventilasi, sub indikator keempat warna, sub indikator kelima musik, sub indikator keenam aroma.

#### **c. Kisi-Kisi Instrumen Suasana Toko**

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



Tabel III.5. Kisi-Kisi Instrumen Suasana Toko (Variabel X2)

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji coba		Drop	No.Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Bagian luar toko ( <i>exterior</i> )	Papan nama toko	13	25, 32	32	13	25	12	21
	Logo toko	31	14	14	31	-	26	
	Pintu masuk toko	7, 15, 24	2	24	7, 15	2	13,7	2
Bagian dalam toko ( <i>general interior</i> )	Pencahayaan	1,8	16, 23	23	1, 8	16	1,8	14
	suhu udara	3, 27	18, 19	-	3, 27	18, 19	3,22	16, 17
	Ventilasi	9	17, 26	26	9	17	9	15
	Warna	10, 20, 28	4, 29	-	10, 20, 28	4, 29	10, 18, 23	4,24
	Musik	11, 21	5	-	11, 21	5	11, 19	5
	Aroma	6, 12, 22	30	12	6, 14, 22	6,22	6,20	25

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 Suasana Toko**

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

**d. Validasi Instrumen Suasana Toko**

Proses pengembangan instrumen suasana toko dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel suasana toko terlihat pada Tabel III.6. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel suasana 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 suasana toko sebagaimana tercantum pada Tabel III.6. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di 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:

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

63

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 (perhitungan terdapat pada lampiran 18 halaman 133) dari 32 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 6 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 26 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:

---

<sup>63</sup> Djaali dan Pudji Muljono, *loc.cit.*.

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 64$$

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:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 65$$

Dimana:

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $Si^2 = 0,41$ ,  $St^2 = 128,65$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,9177 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 20 halaman 135 ). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 26 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur suasana toko.

---

<sup>64</sup>*Ibid.*, p. 89

<sup>65</sup>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 *Kolmogorov Smirnov*) dan uji grafik (*Normal Probability Plot*)<sup>66</sup>.

Hipotesis penelitiannya adalah:

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

Kriteria pengujian dengan uji statistic *Kolmogorov 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:

---

<sup>66</sup> Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistika Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS* (Semarang: Semarang University Press, 2012), p. 38

- 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”<sup>67</sup>.

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 dan atau lebih variabel independen (*explanatory*) terhadap satu variabel

---

<sup>67</sup> Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian* Edisi Kedua (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015), p. 180

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

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$
<sup>68</sup>

Keterangan:

- $\hat{Y}$  = variabel terikat (keputusan pembelian)
- $X_1$  = variabel bebas pertama (citra merek)
- $X_2$  = variabel bebas kedua (suasana toko)
- $a$  = 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,  $X_2$  (suasana toko)

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Signifikan 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 dependen<sup>69</sup>.

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

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

---

<sup>68</sup> *Ibid.*, p. 187

<sup>69</sup> 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 Signifikan Parsial (Uji t)**

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen<sup>70</sup>.

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:

$$H_a : b_i \neq 0$$

---

<sup>70</sup> Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2011), p. 135



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 independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) terhadap variabel dependen secara bersamaan simultan. Analisis korelasi ganda ini dilakukan dengan menggunakan *software SPSS* versi 24.

#### **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 24.