

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Waktu Dan Tempat Penelitian**

Waktu penelitian berlangsung selama enam bulan, yaitu pada bulan Januari 2020 hingga bulan Juni 2020. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian, karena jadwal peneliti sudah tidak padat, sehingga bisa memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan target responden yaitu yang pernah membeli makanan cepat saji Burger King. Penelitian ini dilaksanakan daring atau *online* melalui survei *Google Form* yang disebar dengan tujuan untuk efisiensi pengumpulan data penelitian.

#### **B. Pendekatan Penelitian**

##### **1. Metode**

Metode penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono (2017, p. 8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

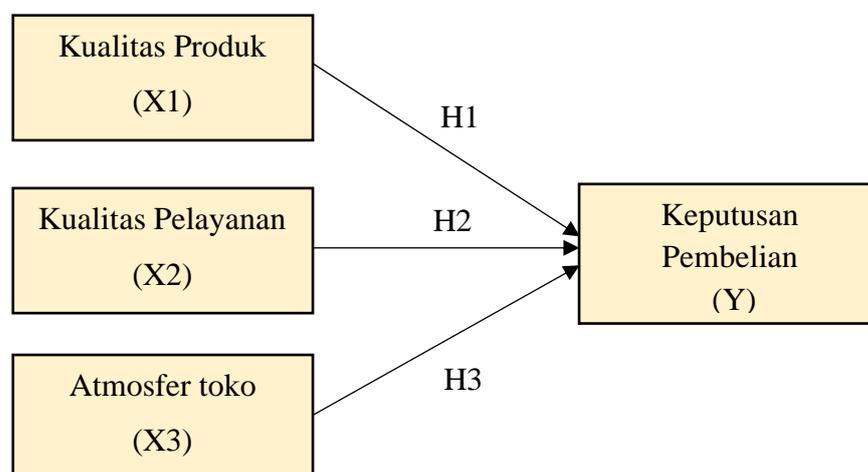
Peneliti dalam pengumpulan data menggunakan metode survei. Peneliti menggunakan metode survei untuk mendapatkan data mengenai permasalahan yang akan diteliti sehingga peneliti akan mendapatkan data mengenai pengaruh antar variabel yang ingin diteliti.

## 2. Konstelasi Pengaruh Antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa:

- a. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian
- b. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian
- c. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara atmosfer toko dengan keputusan pembelian.

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



Keterangan:

Variabel Bebas ( $X_1$ )	: Kualitas Produk
Variabel Bebas ( $X_2$ )	: Kualitas Pelayanan
Variabel Bebas ( $X_3$ )	: Atmosfer toko
Variabel Terikat (Y)	: Keputusan Pembelian
—————→	: Arah Hubungan

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017, p. 80) 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. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

#### 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017, p. 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sama halnya dengan pendapat Sandu Siyoto (2015, p. 64) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.

Teknik *sampling* yang digunakan peneliti adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu Sugiyono (2017, p. 85). Pertimbangan yang dapat

dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Sampel yang akan peneliti ambil adalah mahasiswa yang pernah membeli makanan cepat saji Burger King dengan responden sebanyak 150.

#### **D. Penyusunan Instrumen**

Penelitian ini meneliti empat variabel, yaitu kualitas produk variabel ( $X_1$ ), kualitas pelayanan variabel ( $X_2$ ), atmosfer toko variabel ( $X_3$ ) dan keputusan pembelian variabel ( $Y$ ). Adapun instrumen untuk mengukur keempat variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

##### **1. Keputusan pembelian (variabel Y)**

###### **a. Definisi konseptual**

Keputusan pembelian adalah sebuah proses ketika konsumen menentukan pilihannya untuk membeli suatu produk dan merek yang paling disukai.

###### **b. Definisi operasional**

Keputusan pembelian terdiri dari empat dimensi. Dimensi pertama pengenalan kebutuhan, dengan indikator pertama rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri, indikator kedua yaitu rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain. 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 media elektronik, 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 sangat 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 diuji cobakan 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.

**Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian**

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		D r o p	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenal an Kebutuhan	Rangsangan Internal	Diri sendiri	1			1		1	
	Rangsangan Eksternal	Pengaruh orang lain	2			2		2	
Pencarian Informasi	Sumber Pribadi	Keluarga	3			3		3	
		Teman	4			4		4	
	Sumber Komersial	Media Elektronik	5 7,8,9, 11	6 10	7	5 8 9 11	6 10	5 7, 8 10	6 9
			Sumber Pengalaman	Pernah Menggunakan	12 13			12 13	

Evaluasi Alternatif	Mengevaluasi dari beberapa alternatif yang tersedia	Memilih diantara dua atau lebih alternatif	14			14		13	
Keputusan Pembelian	Sikap	Membeli merek yang disukai	15, 16	17		15 16	17	14 15	16

Pada variabel keputusan pembelian peneliti melakukan uji coba dan memiliki pernyataan sebanyak 17 dan terdapat drop pada nomor 7 sebesar 0,269 kemudian untuk butir valid nomor 1 sebesar 0,882, nomor 2 sebesar 0,758, nomor 3 sebesar 0,809, nomor 4 sebesar 0,786, nomor 5 sebesar 0,760, nomor 6 sebesar 0,834, nomor 8 sebesar 0,738, nomor 9 sebesar 0,757, nomor 10 sebesar 0,828, nomor 11 sebesar 0,756, nomor 12 sebesar 0,742, nomor 13 sebesar 0,733, nomor 14 sebesar 0,752, nomor 15 sebesar 0,889, nomor 16 sebesar 0,861, nomor 17 sebesar 0,752.

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 3. 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 3.1 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 3.1. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan 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. Sugiyono (2018, p. 136) menyatakan bahwa rumus yang digunakan sebagai berikut:

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

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*.

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. Menurut Sugiyono (2018, p. 139) 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:

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

Dimana:

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

## **2. Kualitas produk (variabel X1)**

### ***a. Definisi konseptual***

Kualitas produk adalah hasil dari keseluruhan karakteristik suatu produk atau jasa yang memiliki keunggulan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

### ***b. Definisi operasional***

Kualitas produk dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama, yaitu kinerja (*performance*) dengan indikator yaitu karakteristik utama. Dimensi kedua fitur (*features*), dengan indikator pelengkap. Dimensi ketiga adalah estetika (*aesthetics*) dengan indikator pertama yaitu rasa produk, indikator kedua yaitu kemasan produk. Dimensi keempat kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specifications*) dengan indikator kesesuaian produk.

### ***c. Kisi-kisi instrumen kualitas produk***

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas.

**Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Kualitas Produk**

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Kinerja ( <i>Performance</i> )	Karakteristik utama	1,2			1,2		1,2	
Fitur ( <i>Features</i> )	Pelengkap	3,4		4	3		3	
Estetika ( <i>Aesthetics</i> )	Rasa produk	5,6			5,6		4,5	
	Kemasan produk	7,8			7,8		6,7	
Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to specifications)	Kesesuaian produk	9,10	11		9,10	11	8,9	10

Pada variabel keputusan pembelian peneliti melakukan uji coba dan memiliki pernyataan sebanyak 11 dan terdapat drop pada nomor 4 sebesar 0,191 kemudian untuk butir valid nomor 1 sebesar 0,695, nomor 2 sebesar 0,767, nomor 3 sebesar 0,469, nomor 5 sebesar 0,707, nomor 6 sebesar 0,710, nomor 7 sebesar 0,484, nomor 8 sebesar 0,409, nomor 9 sebesar 0,598, nomor 10 sebesar 0,487, nomor 11 sebesar 0,726.

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 3. 4 Skala Penilaian Instrumen Kualitas Produk**

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 kualitas produk**

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 3.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kualitas produk.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas produk sebagaimana tercantum pada tabel 3.3. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan 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. Sugiyono (2018, p. 136) menyatakan bahwa rumus yang digunakan sebagai berikut:

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

Dimana:

r = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

$x_i$  = Deviasi skor butir dari Xi

$x_t$  = 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*.

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. Menurut Sugiyono (2018, p. 139) uji reliabilitas dengan rumus Alpha Cronbach, yaitu:

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

$r_{ii}$  = 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

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

$X_i$  = Jumlah data

### 3. Kualitas pelayanan (variabel X2)

#### a. *Definisi konseptual*

Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan persepsi konsumen terhadap kinerja pelayanan yang diberikan dalam memenuhi harapannya.

#### b. *Definisi operasional*

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi. Dimensi pertama yaitu berwujud (*tangible*) dengan indikator pertama penampilan, indikator kedua yaitu sarana dan prasarana. Dimensi kedua adalah reliabilitas dengan indikator pertama yaitu akurat. Dimensi ketiga adalah ketanggapan (*responsiveness*) dengan indikator pertama yaitu memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat. Dimensi keempat adalah jaminan dan kepastian (*assurance*) dengan indikator pertama yaitu pengetahuan, indikator kedua adalah kesopansantunan, indikator ketiga yaitu dapat dipercaya. Dimensi kelima adalah empati (*empathy*) dengan indikator pertama sikap.

#### c. *Kisi-kisi instrumen kualitas pelayanan*

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan. Kisi-kisi

ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas.

**Tabel 3. 5 Kisi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan**

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Berwujud ( <i>Tangible</i> )	Penampilan	1,2			1,2		1,2	
	Sarana dan prasarana	3,4			3,4		3,4	
Reliabilitas	Akurat	5,6			5,6		5,6	
Ketanggapan ( <i>Responsiveness</i> )	Memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat	7,8			7,8		7,8	
Jaminan dan kepastian ( <i>Assurance</i> )	Pengetahuan	9			9		9	
	Kesopansantunan	10	11		10	11	10	11
	Dapat dipercaya	12			12		12	
Empati ( <i>Empathy</i> )	Sikap	13 14		13	14		13	

Pada variabel keputusan pembelian peneliti melakukan uji coba dan memiliki pernyataan sebanyak 14 dan terdapat drop pada nomor 13 sebesar 0,145 kemudian untuk butir valid nomor 1 sebesar 0,848, nomor 2 sebesar 0,828, nomor 3 sebesar 0,827, nomor 4 sebesar 0,640, nomor 5 sebesar 0,412, nomor 6 sebesar 0,620, nomor 7 sebesar 0,674, nomor 8 sebesar 0,429, nomor 9 sebesar 0,463, nomor 10 sebesar 0,600, nomor 11 sebesar 0,658, nomor 12 sebesar 0,458, nomor 14 sebesar 0,802.

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 3. 6 Skala Penilaian Instrumen Kualitas Pelayanan**

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 kualitas pelayanan**

Proses pengembangan instrumen kualitas pelayanan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala likert yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kualitas pelayanan terlihat pada tabel 3.5 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kualitas pelayanan.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas pelayanan sebagaimana tercantum pada tabel 3.5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

#### **4. Atmosfer toko (variabel X3)**

##### ***a. Definisi konseptual***

Atmosfer toko merupakan karakteristik fisik toko yang sengaja diciptakan untuk menggambarkan toko sehingga dapat menarik konsumen.

##### ***b. Definisi operasional***

Atmosfer toko dapat diukur melalui beberapa dimensi. Dimensi pertama adalah bagian luar toko (*exterior*) dengan indikator pertama yaitu papan, indikator kedua yaitu logo. Dimensi kedua adalah bagian dalam toko (*general interior*), dengan indikator pertama yaitu pencahayaan, indikator kedua yaitu musik, indikator ketiga yaitu suhu udara, indikator keempat yaitu aroma ruangan, indikator kelima yaitu warna dan indikator keenam yaitu kebersihan toko. Dimensi ketiga adalah (*store layout*) dengan indikator pertama yaitu penataan. Dimensi keempat adalah (*interior point of purchase display*) dengan indikator pertama yaitu poster, indikator kedua yaitu tanda petunjuk gambar.

##### ***c. Kisi-kisi instrumen atmosfer toko***

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel atmosfer toko yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel atmosfer toko. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas.

**Tabel 3. 7 Kisi-kisi Instrumen Atmosfer toko**

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Bagian luar toko ( <i>Exterior</i> )	Papan	1,2			1,2		1,2	
	Logo	3			3		3	
Bagian dalam toko ( <i>general interior</i> )	Pencahayaan	4			4		4	
	Musik	5,6	7	6	5	7	5	6
	Suhu udara	8	9		8	9	7	8
	Aroma ruangan	10 11		10	11		9	
	Warna	12 13			12 13		10 11	
	Kebersihan toko	14			14		12	
Tata letak toko ( <i>Store layout</i> )	Penataan	15 16 17			15 16 17		13 14 15	
<i>(Interior point of purchase display)</i>	Poster	18			18		16	
	Tanda petunjuk gambar	19			19		17	

Pada variabel keputusan pembelian peneliti melakukan uji coba dan memiliki pernyataan sebanyak 19 dan terdapat drop pada nomor 6 sebesar 0,336 dan nomor 10 sebesar 0,262 kemudian untuk butir valid nomor 1 sebesar 0,641, nomor 2 sebesar 0,764, nomor 3 sebesar 0,582, nomor 4 sebesar 0,444, nomor 5 sebesar 0,621, nomor 7 sebesar 0,494, nomor 8 sebesar 0,785, nomor 9 sebesar 0,590, nomor 11 sebesar 0,641, nomor 12 sebesar 0,693, nomor 13 sebesar 0,565 nomor 14 sebesar 0,532, nomor 15 sebesar 0,384, nomor 16 sebesar 0,402, nomor 17 sebesar 0,550, nomor 18 sebesar 0,715, nomor 19 sebesar 0,499.

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 3. 8 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 atmosfer toko dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala likert yang mengacu pada model indikator-indikator variabel atmosfer toko terlihat pada tabel 3.7 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 3.7. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan

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. Sugiyono (2018, p. 136) menyatakan bahwa rumus yang digunakan sebagai berikut:

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

Dimana:

$r$  = 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*.

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. Menurut Sugiyono (2018, p. 139) uji reliabilitas dengan rumus Alpha Cronbach, yaitu:

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

- $r_{ii}$  = 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:

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

Dimana:

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

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting dan berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari settingnya data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (natural seting), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, dan lain-lain. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Selanjutnya kalau dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka

teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview, kuesioner (angket), observasi Sugiyono (2017, p. 137).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2017, p. 142) kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/ pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

## **F. Teknik Analisis Data**

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

### **1. Uji persyaratan analisis**

#### **a. Uji Normalitas**

Menurut Purnomo (2016, p. 108), uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Untuk mendeteksi apakah model yang digunakan peneliti memiliki distribusi normal atau tidak yaitu, dengan menggunakan uji statistik (Uji *Kolmogrov Smirnov*). Merumuskan hipotesis:

- 1)  $H_0$  : data terdistribusi normal
- 2)  $H_a$  : data tidak terdistribusi normal.

Kriteria pengujian:

- 1) Jika Signifikansi < 0,05 maka Ho ditolak
- 2) Jika Signifikansi > 0,05 maka Ho diterima

**b. Uji Linieritas**

Purnomo (2016, p. 94) menyatakan bahwa uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

Merumuskan hipotesis:

- 1) Ho : Model regresi linier
- 2) Ha : Model regresi tidak linier

Kriteria pengujian:

- 1) Jika Signifikansi < 0,05 maka Ho ditolak artinya data linier
- 2) Jika Signifikansi > 0,05 maka Ho diterima artinya data tidak linier.

**2. Persamaan regresi linier berganda**

Menurut Kuncoro (2013, p. 241) Regresi linier berganda merupakan model analisis yang digunakan untuk melihat secara langsung pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = variabel terikat (keputusan pembelian)

$X_1$  = variabel bebas pertama (kualitas produk)

$X_2$  = variabel bebas kedua (kualitas pelayanan)

$X_3$  = variabel bebas ketiga (atmosfer toko)

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

$b_1$  = koefisien regresi variabel bebas pertama,  $X_1$   
(kualitas produk)

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

$b_3$  = koefisien regresi variabel bebas kedua,  $X_3$  (atmosfer  
toko)

### 3. Uji hipotesis

#### a. Uji signifikansi parsial (uji t)

Menurut (Kuncoro 2018:107) Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

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:

$$H_0 : b_i \neq 0$$

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 Koefisien Korelasi Pearson**

Analisis korelasi pearson Sugiyono (2013, p. 228) digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara korelasi kedua variabel dimana variabel lainnya yang dianggap berpengaruh dikendalikan atau dijadikan sebagai variabel kontrol. Berikut ini pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi menurut Sugiyono (2013, p. 231):

0,00 – 0,199 artinya: Sangat rendah

0,20 – 0,399 artinya: Rendah

0,40 – 0,599 artinya: Sedang

0,60 – 0,799 artinya: Kuat

0,80 – 1,000 artinya: Sangat kuat

## **5. Perhitungan koefisien determinasi**

Menurut Suharyadi & Purwanto (2015, p. 233) koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu kemampuan variabel X ( $X_1, X_2 \dots X_K$ ), yang merupakan variabel bebas, menerangkan atau menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi, semakin baik kemampuan variabel X menerangkan atau menjelaskan variabel Y.