BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukan untuk data-data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut yang berjudul **"Pengaruh Atmosphere toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada Clothing Airplane System Bandung".**

Di dalam penelitian ini, penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (*Variabel Independent*)

   Menurut Sugiyono (2008:59) "variabel bebas (*Variabel Independent*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat".

   Dimana variabel bebas dalam penelitian ini adalah "Atmosphere toko".

2. Variabel terikat (*Variabel Dependent*)

   Menurut Sugiyono (2008:59) "variabel terikat (*variabel dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat,

karena adanya variabel bebas".

Dimana variabel terikat dalam penelitian ini adalah "Keputusan pembelian Konsumen".

3.2. Metode Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif karena penulis ingin mendeskripsikan pengaruh atmosphere toko terhadap keputusan pembelian konsumen. Menurut **Nazir (2003:54)**, mengatakan bahwa metode deskriptif adalah sebagai berikut :

> Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang, dengan tujuan membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

3.2.1. Desain Penelitian

Penelitian yang baik harus didahului oleh perencanaan penelitian agar penelitian berjalan dengan lancar sesuai dengan yang dikemukakan oleh **M. Iqbal (2004:24)**,

"Desain penelitian adalah kerangka kerja dalam suatu studi tertentu, guna mengumpulkan, mengukur dan melakukan analisis data sehingga dapat

menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian".

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan penelitian, mulai dari perencanaan sampai pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mencari dan menetapkan fenomena yang terjadi pada clothing airplane system bandung.
2. Merumuskan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dari tujuan dan hipotesis untuk diuji. Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah atmosphere toko (variabel X) sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian konsumen (variabel Y) sebagai variabel terikat.
3. Memilih serta member definisi terhadap setiap pengeluaran variabel. Pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengukuran dengan skala ordinal karena data yang diukurnya berupa tingkatan. Pada skala ini, urutan simbol atau kode berupa angka yang mempunyai arti urutan jenjang yang dimulai dari yang positif sampai yang paling negatif dan sebaliknya.
4. Menetapkan indikator variabel independent: komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan wangi-wangian sedangkan indikator

variabel dependent : seberapa menarik pekerjaan saat ini, tersedianya alternative pekerjaan di tempat lain dalam waktu dekat, tersedianya alternatif pekerjaan di tempat lain dalam waktu mendatang.

5. Melihat dan menganalisis data-data mengenai atmosphere toko dan keputusan pembelian konsumen pada clothing airplane system bandung.
6. Melakukan pembahasan terhadap masalah melalui data dan informasi yang diperoleh dari perusahaan kemudian data tersebut diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi Rank spearman, koefisien determinasi dan uji t.
7. Menyimpulkan penelitian, sehingga akan diperoleh penjelasan dan jawaban atas identifikasi masalah dalam penelitian.

3.2.2. Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan penguraian variabel penelitian ke dalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran (Umi Narimawati, 2008:21)

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:58).

Operasional variabel dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh pengukuran variabel-variabel penelitian. Penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel yang akan diteliti didalam penelitian ini menurut Sugiyono (2007:39) adalah:

1. Variabel independent

Variable bebas adalah merupakan variabel yang menjadi sebuah perubahan atau timbulnya *Variable Dependent* (terikat). Adapun yang menjadi *variable independent* (bebas) dalam penelitian ini adalah Atmosphere toko.

2. Variabel dependent

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi *variable dependent* (terikat) adalah keputusan pembelian konsumen. Operasionalisasi variabelnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Kuesioner	Sumber Data
Atmosphere toko (X)	"desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang" **Utami (2006:238)**	1. Komunikasi visual	• Keunikan dan kemenarikan desain interior ruangan • Daya tarik dan kejelasan papan nama • Penataan layout	Ordinal	1,3	Karyawan Clothing airplane system Bandung
		2. Pencahayaan	• Kesesuaian pencahayaan di dalam ruangan	Ordinal	4	
		3. Warna	• Daya tarik warna interior dinding toko	Ordinal	5	
		4. Musik	• Kejelasan volume musik • Kesesuaian musik latar	Ordinal	6,7	
		5. Aroma / wangi-wangian	• Kenyamanan temperature suhu udara didalam ruangan • Aroma suasana	Ordinal	8,10	

			toko • Kebersihan suasana toko			

Tabel 3.1

Operasional Variabel Atmosphere Toko

Tabel 3.2

Operasional Variabel Keputusan Pembelian Konsumen

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Kuesioner	Sumber Data
Keputusan pembelian konsumen (Y)	" pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif" **(Sumarwan, 2005 : 220)**	1. Pengenalan kebutuhan	• Waktu • Pemilikan produk • Konsumsi produk	Ordinal	1,3	Karyawan Clothing airplane system Bandung
		2. Pencarian informasi	• Informasi internal • Informasi eksternal	Ordinal	4,5	
		3. Evaluasi alternatif	• Harga • Nama merek • Negara asal	Ordinal	6,7	
		4. Keputusan pembelian	• Terencana • Separuh terencana • Tidak terencana	Ordinal	8,10	

		5. Perilaku pasca pembelian	• Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen	Ordinal	11,12	

3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1. Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini bersumber dari dua jenis data yang dikumpulkan oleh penulis, yang terdiri:

1. Data sekunder, merupakan data yang telah diubah oleh pihak perusahaan dan biasanya sudah di dokumentasikan sehingga kita tinggal mencari dan mengumpulkanya. (Umi Narimawati, 2008:94).
2. Data primer, adalah data yang hanya dapat kita peroleh dari sumber asli atau pertama. (Umi Narimawati, 2008:94).

3.2.3.2. Teknik Penentuan Data

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,

2004:72**)**

Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah pengunjung airplane system selama tahun 2008 di dapat dari data perusahaan yg dilampirkan yaitu sebanyak ±800 konsumen.

2. Sampel

Sampel diambil dari kelompok populasi. Untuk mengambil jumlah sampel, penulis menggunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2001 : 78), yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana : n = Ukuran sample

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir yaitu 10%

Sehingga diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{800}{1 + (800x0.1^2)}$$

$$n = 88{,}88$$

$n = 90$

Jadi dalam penelitian ini besarnya sampel yang akan diambil adalah 90 orang Sampel diambil secara random, jumlah sampel yang diperoleh adalah jumlah minimal (Umar, 2002 : 133-134).

3.2.4. TeknikPengumpulan Data

Dalam penelitian ini, untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis menggunakan teknik pengumpulan data yang terdiri dari:

a. Observasi

   Observasi dilakukan terhadap sumber data sesuai dengan unit observasi / unit analisis yang telah disebutkan.

b. Kuesioner

   Kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti.

c. Wawancara

   Peneliti melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan dan mempunyai wewenang untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dan mempunyai pengaruh langsung dengan

masalah yang tengah diteliti oleh penulis.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara yang dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan/laporan dan dokumen-dokumen lain dari berbagai organisasi yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti, yang dalam hal ini adalah atmosphere toko dan keputusan pembelian konsumen.

Teknik pengolahan data hasil kuesioner digunakan skala *likert* dimana alternative jawaban nilai 5 sampai dengan 1. pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan baik mengenai atmosphere toko (variabel X) maupun keputusan pembelian konsumen (variabel Y). karena data ini berskala ordinal, maka selanjutnya nilai-nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan untuk setiap responden.

3.2.4.1 Uji Validitas

Uji validitas ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana alat ukur, dalam ini kuesioner mengukur apa yang hendak di ukur atau sejauh mana alat ukur yang di gunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat test, maka alat tersebut semakin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukan apa yang seharusnya di ukur.

Alat ukur yang di gunakan adalah dengan menggunakan rumus teknik korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total. Hal ini di

lakukan untuk mengetahui pernyatan mana yang valid dan yang tidak dengan mengkonsultasikan data tersebut dengan tingkat Signifikan 0.3 apabila akat ukur tersebut berada < 0.3 (tidak valid) dan jika >0.3 (valid).

Kriteria validitas setiap butir pertanyaan selanjutnya di uji signifikanya, dengan kriteria ujian bahwa koefisien validitas kuesioner dengan mengunakan software khusus untuk mengolah data yang bernama studi program *for social siencest* (*SPSS 15.0 for Windows*).

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Atmosphere Toko
(Variabel X)

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.809	0.435	Valid
2	0.654	0.435	Valid
3	0.825	0.435	Valid
4	0.713	0.435	Valid
5	0.599	0.435	Valid
6	0.736	0.435	Valid
7	0.809	0.435	Valid
8	0.654	0.435	Valid
9	0.825	0.435	Valid
10	0.713	0.435	Valid

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa r hitung dari semua item pernyataan sudah berada diatas angka rtabel sebesar 0.435. maka dapat disimpulkan bahwa kelima belas item pernyataan tentang atmosphere toko sudah valid dan dapat digunakan dalam instrument penelitian.

Untuk mengetahui lebih jelas hasil uji validitas tiap item pernyataan dengan menggunakan SPSS 15.0 for windows dapat dilihat pada lampiran "Hasil Komputasi Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Konsumen
(Variabel Y)

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.806	0.435	Valid
2	0.703	0.435	Valid
3	0.820	0.435	Valid
4	0.651	0.435	Valid
5	0.602	0.435	Valid
6	0.720	0.435	Valid
7	0.627	0.435	Valid
8	0.743	0.435	Valid
9	0.844	0.435	Valid

10	0.806	0.435	Valid
11	0.703	0.435	Valid
12	0.820	0.435	Valid

Sumber : hasil uji komputasi dengan SPSS 15.0 for windows

Berdasarkan table dapat diketahui bahwa r hitung dari semua item pernyataan sudah berada diatas angka rtabel sebesar 0.435. maka dapat disimpulkan bahwa keempat item loyalitas konsumen sudah valid dan dapat digunakan dalam instrument penelitian.

Untuk mengetahui lebih jelas hasil uji validitas tiap item pernyataan dengan menggunakan SPSS 15.0 for windows dapat dilihat pada lampiran "Hasil Komputasi Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y.

3.2.4.2 Uji Reabilitas

Reabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil pengeluaran yang di lakukan untuk mengetahui derajat kepandaian ketelitian azas keakuratan

yang di tunjukan pada instrutment pengukuran.

Uji reabilitas di tunjukan untuk menguji sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran di ulang dua kali atau lebih jadi reabilitas adalah indeks yang menunjukan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan dua kali untuk konsisten.

Dengan menggunakan metode software pengolahan data yang bernama (*SPSS 15.0 for Windows*) dengan program ini maka hanya membelah data ganjil dan genap kemudian data tersebut dimasukan ke dalam program *SPSS* lalu klik *reability* analisis maka komputer akan memproses dan menampilkan *output*.

Bila setelah pengujian yang telah dilakukan terhadap instrutment dan dinyatakan telah valid dan reliable seluruh butirnya maka intretment ini telah dapat di pergunakan untuk pengukuran dalam rangka pengumpulan data serta diharapkan mampu mengungkapkan data yang dapat dipercaya.

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas Atmosphere Toko (Variabel X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.915
		N of Items	5(a)
	Part 2	Value	.867
		N of Items	5(b)
	Total N of Items		10
Correlation Between Forms			.768
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.869
	Unequal Length		.869
Guttman Split-Half Coefficient			.866

a The items are: a, c, e, g, i.
b The items are: b, d, f, h, j.

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian Konsumen (Variabel Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.859
		N of Items	6(a)
	Part 2	Value	.872
		N of Items	6(b)
	Total N of Items		12
Correlation Between Forms			.971
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.986
	Unequal Length		.986
Guttman Split-Half Coefficient			.984

a The items are: a, c, e, g, i, k.
b The items are: b, d, f, h, j, l.

Adapun hasil analisis uji reliabilitas pada *Spearman-Brown*

atmosphere toko (Variabel X) dan keputusan pembelian konsumen (Variabel Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.8

Hasil uji reliabilitas atmosphere toko (Variabel X) dan keputusan pembelian konsumen (Variabel Y)

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.869	0.6	Reliabel
2	0.986	0.6	Reliabel

Berdasarkan tabel 3.8 dapat diketahui bahwa r hitung dari variabel atmosphere toko dan keputusan pembelian konsumen positif dan r table sebesar 0.6, maka variabel atmosphere toko dan keputusan pembelian konsumen sudah reliabel.

3.2.5. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Pada proses pengolahan hasil data penelitian, maka perlu dilakukan pengujian kualitas data sebelum diolah dan dianalisis. Ada pun konsep untuk mengukur kualitas data, yaitu : validitas dan reliabilitas. Artinya suatu penelitian akan menghasilkan kesimpulan yang bisa jika datanya kurang Reliabel dan kurang valid. Sedangkan kualitas data penelitian ditentukan oleh kualitas instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data.

3.2.5.1.1. Metode Analisis Deskriptif/Kualitatif

Analisis kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Analisis deskriptif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik. Dalam menganalisis data, penulis menggunakan analisis kualitatif. Analisis kualitatif dilakukan dengan menggunakan informasi-informasi yang diperoleh dari data perusahaan serta wawancara yang bersifat untuk memperjelas masalah.

Teknik pengolahan data hasil kuesioner menggunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai positif 5 sampai dengan 1. Pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan, baik mengenai atmosphere toko (variabel X), maupun keputusan pembelian konsumen (variabel Y). Karena data ini berskala ordinal, maka selanjutnya nilai-nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan untuk setiap responden.

Sugiyono (2004:89), mengatakan bahwa jawaban responden kemudian diberi skor dengan menggunakan skala likert, seperti terdapat pada tabel 3.9 berikut ini:

Tabel 3.9
Skala Likert

Jawaban	Skala Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Cukup	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2014:85)

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4 dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan presisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

1. Atmosphere Toko

Untuk variabel sumber atmosphere toko dari 5 indikator dengan 10 item kuesioner dengan jumlah responden 90, maka akan diperoleh kriteria sebagai berikut ini:

Skor aktual: jawaban seluruh responden 90 atas kuesioner 10 yang diajukan.

Skor ideal: Bobot tertinggi 5 x 90 x 10 = 4500

2. Kesadaran mahasiswa atas merek

Untuk variabel sumber keputusan pembelian konsumen dari 5 indikator dengan 12 item kuesioner dengan jumlah responden 90, maka

akan diperoleh kriteria berikut:

Skor aktual: jawaban seluruh responden 90 atas kuesioner 12 yang diajukan.

Skor ideal: Bobot tertinggi 5 x 90 x 12 = 5400

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.9 sebagai berikut:

Tabel 3.10
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 - 36.00	Tidak Baik
2	36.01 – 52.00	Kurang Baik
3	52.01 – 68.00	Cukup
4	68.01 – 64.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

3.2.5.1.2. Metode Analisis Verifikatif / Kuantitatif

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah ada atau tidaknya pengaruh signifikan dari atmosphere toko (variabel X) sebagai variabel bebas dengan keputusan pembelian konsumen (variabel Y) sebagai variabel tidak bebas. Jika tidak terdapat pengaruh signifikan maka diformulasikan dalam Hipotesis Nol (H_0), yaitu hipotesis untuk ditolak. Apabila kedua variabel tersebut dihipotesiskan memiliki pengaruh yang signifikan maka diformulasikan dalam Hipotesis Alternatif (H_1), yaitu merupakan hipotesis yang diharapkan untuk diterima.

Selanjutnya akan diuraikan satu per satu mengenai tes statistik yang akan digunakan, sebagai berikut :

1. Analisis koefisien korelasi rank spearmen

Pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dengan menggunakan koefisien Rank Spearman.

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh atmosphere toko (variabel X) terhadap keputusan pembelian konsumen (variabel Y) pada clothing airplane system Bandung, dengan menggunakan koefisien korelasi Rank Spearman.

Husein Umar (2004;138), mengatakan bahwa rumus koefisien korelasi Rank Spearman adalah sebagai berikut :

$$rs = \frac{1 - 6\sum di^2}{n - \left(n^2 - 1\right)}$$

Dimana :

Rs = Koefisien korelasi Rank Spearman

Di^2 = Perbedaan ranking antara variabel X dan Variabel Y

n = Banyaknya responden

Jika terdapat rank kembar dalam perankingan untuk kedua variabel harus digunakan faktor korelasi yang mengharuskan kita menghitung $\sum X^2$ dan $\sum Y^2$ terlebih dahulu sebelum menghitung besarnya rs.

$$\sum X^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum TX$$

$$\sum Y^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum TY$$

Besarnya T dalam perumusan diatas merupakan faktor korelasi bagi tiap kelompok dengan angka yang sama. **Sugiyono (2004:141)**, besarnya t

dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$t = \frac{t^3 - t}{12}$$

Dimana:

t = jumlah variabel yang mempunyai angka yang sama pada suatu ranking tertentu

Rank Spearman ini bervariasi antara -1 sampai dengan 1, maka korelasi spearman dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$rs = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum di^2}{2\sqrt{\sum x^2 . \sum y^2}}$$

Dimana :

rs = Koefisien korelasi rank spearman

$\sum X^2$ = Jumlah ranking yang sama pada variabel X

$\sum Y^2$ = Jumlah ranking yang sama pada variabel Y

$\sum di$ = Jumlah hasil perhitungan antara ranking yang terdapat pada variabel X dan variabel Y melalui perhitungan diatas

Untuk mempermudah dalam melakukan perhitungan data, selain menggunakan langkah-langkah diatas, penulis menggunakan alat bantu *software* SPSS 15.0 *for windows*. Setelah koefisien korelasi rank spearman (rs) diperoleh, kemudian dilanjutkan dengan melakukan pendistribusian (rs) kedalam pengujian uji t untuk menguji tingkat signifikansi korelasi tersebut, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika nilai r > 0, artinya terjadi hubungan linear positif, yaitu semakin besar nilai variabel X (*independent*), maka semakin besar pula nilai variabel Y (*dependent*).
2. Jika nilai r < 0, artinya terjadi hubungan linear negatif, semakin kecil nilai variabel X (*independent*), maka semakin kecil nilai variabel Y (*dependent*).
3. Jika nilai r = 0, artinya tidak ada hubungan sama sekali antara variabel X (*independent)* dengan variabel Y (*dependent*).
4. Jika nilai r =1 atau -1, artinya terjadi hubungan linear sempurna yaitu berupa garis lurus untuk r yang semakin mengarah angka 0, maka garis semakin tidak lurus.

Dalam menggunakan interpretasi dari nilai korelasi, penulis menggunakan pedoman yang diberikan oleh Sugiyono (2003:149) sebagai berikut:

Tabel 3.11
Interprestasi Tingkat Hubungan Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan

0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2004:214)

1. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya pengaruh antara kedua variabel yang diteliti, maka dihitung koefisien determinasi (Kd) dengan asumsi dasar faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan atau tetap (ceteris paribus).

Husein Umar (2002:296), Untuk mengetahui besarnya pengaruh variable x terhadap variable y dilakukan perhitungan koefisien determinasi dengan rumus:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

Kd: Koefisien Determinasi

r: Koefisien Korelasi

3.2.5.2 Uji Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2008:221). Kebenaran dari hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul sehingga perlu adanya pengujian hipotesis.

Uji hipotesis yang penulis gunakan adalah Uji Dua Pihak (*Two Tail Test*). Menurut Sugiyono (2008:225), Uji dua pihak digunakan bila hipotesis nol (Ho) berbunyi "sama dengan" dan hipotesis alternatifnya (Ha) berbunyi "tidak sama dengan" (Ho =; Ha ≠)

Format hipotesis yang penulis gunakan adalah Hipotesis Nol dan Alternatif.

Hipotesis nol (Ho)= Tidak ada pengaruh yang signifikan atmosphere toko terhadap keputusan pembelian konsumen

Hipotesi alternatif (Ha)= Ada pengaruh yang signifikan atmosphere toko terhadap keputusan pembelian konsumen

Ho : ρ = 0 (berarti tidak ada pengaruh)

Ha : ρ ≠ 0 (berarti ada pengaruh)

Uji t digunakan untuk membandingkan nilai rata-rata satu populasi atau lebih dengan menggunakan sampel kecil**.**

Husein Umar (2004;134), untuk pengajuan hipotesis digunakan statistik t dengan rumus sebagai berikut :

$$t = r\frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

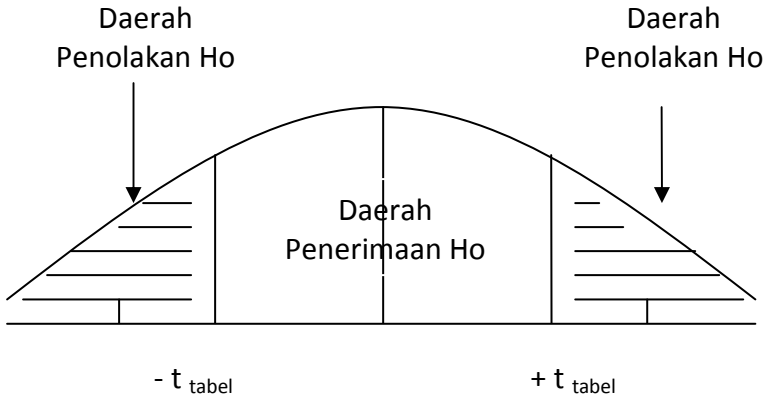
t = Statistik uji korelasi
r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Variabel Y

N = Banyaknya sampel dalam penelitian

Dengan kriteria sebagai berikut:

Bila nilai t_{hitung} > nilai t tabel, maka Ho ditolak

Bila nilai t_{hitung} < nilai t tabel, maka Ho diterima



Gambar 3.1
Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis