BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Metode Penelitian

Menurut Husein Umar (2005:203), objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, dan bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu.

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut. Objek dalam penelitian ini adalah *store atmosphere,* gaya hidup, dan keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini, penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Yaitu sebagai berikut:

1. Variabel *Indpendent* (Variabel Bebas), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel *dependent* (variabel tidak bebas).

   Varibel *independent* (X1) dalam penelitian ini adalah *store atmosphere,* dan variable *independent* (X2) adalah gaya hidup.
2. Variabel *dependent* (variabel tidak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent*. Variabel *dependent* (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Store atmosphere dan gaya hidup merupakan faktor penyebab, sedangkan keputusan pembelian merupakan faktor akibat. Objek penelitian ini dilakukan terhadap outlet The Secret Bandung dan terhadap konsumen outlet The Secret Bandung.

Metode penelitian menurut Sugiyono (2009:2) pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian adalah suatu teknis atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan atau mencatat data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah dan kemudian menganalisa faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan sehingga akan terdapat suatu kebenaran data-data yang akan diperoleh. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan metode verifikatif.

Metode deskriptif menurut Sugiyono (2009:206) yaitu penelitian yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.

Metode verifikatif menurut Mashuri (2008:45) yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang variabel *store atmosphere* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan

metode deskriptif. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh *store atmosphere* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode verifikatif.

Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data tersebut dapat dikumpulkan, dianalisis, dan diproses lebih lanjut sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari, sehingga dari semua data tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan tentang penelitian ini.

3.1.1 Desain Penelitian

Menurut Moh. Nazir (2005:84), desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Dalam melakukan suatu penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis.

Menurut Sugiyono (2008:13), proses penelitian dapat disimpulkan seperti teori sebagai berikut:

1. Sumber masalah
2. Rumusan masalah
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Pengajuan hipotesis
5. Metode penelitian

6. Menyusun instrument penelitian
7. Kesimpulan

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian, karena langkah dalam melakukan penelitian mengacu kepada desain penelitian yang telah dibuat.

Dari penjelasan di atas maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan penelitian mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu.

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan desain penelitian yang lebih luas, yang mencangkup proses-proses berikut ini:

1. Sumber masalah

   Peneliti menentukan masalah-masalah sebagai fenomena untuk dasar penelitian.

2. Perumusan masalah

   Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Pada penelitian ini masalah-masalah dirumuskan melalui suatu pertanyaan, yang akan diuji dengan cara yang relevan dan penemuan yang relevan.

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

   Untuk menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara (berhipotesis), maka penulis dapat membaca referensi teoritis yang relevan dengan masalah dan

berfikir. Selain itu penemuan penelitian sebelumnya yang relevan juga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan jawaban sementara terhadap masalah penelitian (hipotesis). Telaah teoritis mempunyai tujuan untuk menyusun kerangka teoritis yang menjadi dasar untuk menjawab atau pertanyaan penelitian yang merupakan tahap penelitian dengan menguji terpenuhinya kriteria pengetahuan yang rasional.

4. Pengajuan hipotesis

   Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (faktual) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat pada penelitian ini adalah Pengaruh *store atmosphere* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen.

5. Metode Penelitian

   Untuk menguji hipotesis tersebut penulis dapat memilih metode yang sesuai. Pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisten yang dikehendaki, sedangkan pertimbangan praktis adalah tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan metode verifikatif.

6. Menyusun instrument penelitian

   Peneliti dapat menyusun instrument penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Pada penelitian ini untuk menguji adanya hubungan dari *store atmosphere* (Variabel Independen“X1”) dan gaya hidup (Variabel

Independen“X2”) terhadap keputusan pembelian (Variabel dependen“Y”) digunakan korelasi analisis regresi linear berganda, dan untuk menguji pengaruh dari *store atmosphere* (Variabel Independen“X1”) dan gaya hidup (Variabel Independen“X2”) terhadap keputusan pembelian (Variabel dependen“Y”) digunakan koefisien determinasi.

7. Kesimpulan

   Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah, dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Jenis Penelitian	Metode yang Digunakan	Unit Analisis	Time Horizon
T-1	Deskriptif	Konsumen outlet The Secret Bandung	*Cross sectional*
T-2	Deskriptif	Konsumen outlet The Secret Bandung	*Cross sectional*
T-3	Deskriptif	Konsumen outlet The Secret Bandung	*Cross sectional*
T-4	Deskriptif & Verifikatif	Konsumen outlet The Secret Bandung	*Cross sectional*
T-5	Deskriptif & Verifikatif	Konsumen outlet The Secret Bandung	*Cross sectional*

3.1.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Nur Indrianto (2002:69), operasionalisasi variabel yaitu penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu dapat digunakan oleh penelitian dalam mengoperasionalisasikan *construct* ,sehingga memungkinkan bagi penelitian yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan rumusan masalah pada penelitian.

Variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel *store atmosphere* sebagai variabel *independent* pertama (X1).
2. Variabel gaya hidup sebagai variabel *independent* kedua (X2).
3. Variabel keputusan pembelian sebagai variabel *dependent* (Y).

Selengkapnya dapat dijelaskan dengan menggunakan tabel operasionalisasi variabel dibawah ini :

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

No.	Nama Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
1.	X1 *Store Atmosphere*	*"Atmosphere refers to the store's physical characteristics that project an image and draw customer".* (Berman dan Evans, 2007:454)	1. *Store Exterior* • Desain bangunan • Papan nama toko • Pintu masuk • Halaman toko • Fasilitas parkir	 • Tingkat daya tarik • Tingkat kejelasan • Tingkat kemudahan • Tingkat keluasan • Tingkat keluasan	Ordinal
			2. *General Interior* • Pencahayaan • Aroma • Suara	 • Tingkat kesesuaian • Tingkat kesesuaian • Tingkat kesesuaian	
			3. *Store layout* • Tata letak • Penyusunan produk • Pengaturan lalu lintas	 • Tingkat kerapihan • Tingkat kerapihan • Tingkat kemudahan	
			4. Interior display • Poster • Papan petunjuk • Aksesoris	 • Tingkat daya tarik • Tingkat kemudahan • Tingkat daya tarik	
2.	X2 Gaya Hidup	Gaya Hidup Menunjukan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan bagaimana mereka	1. *Activities* • Hobi • Belanja	 • Tingkat hobi • Tingkat belanja	Ordinal

		mengalokasikan waktu mereka. Dimensi Gaya Hidup merupakan pengklasifikasian konsumen berdasarkan AIO, yaitu *activities* (aktivitas), *interest* (minat) dan *opinion* (opini). (John C. Mowen, 2002:282)	2. *Interest* • Rekreasi • Pakaian	• Tingkat minat • Tingkat minat	
			3. *Opinion* • Produk	• Tingkat pendapat/pandangan	
3.	Y Keputusan Pembelian	"Keputusan pembelian suatu produk dalam diri konsumen tidak terjadi begitu saja, tetapi membutuhkan suatu proses. Proses pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap beberapa alternatif, yang selanjutnya akan tercipta suatu keputusan pembelian serta terbentuknya perilaku pasca pembelian (Kotler, 2009:184)	1. Pengenalan Masalah	• Tingkat pengenalan kebutuhan	Ordinal
			2. Pencarian informasi	• Tingkat pencarian informasi	
			3. Evaluasi alternatif	• Tingkat evaluasi alternatif	
			4. Keputusan pembelian	• Tingkat keputusan pembelian	
			5. Perilaku pasca pembelian	• Tingkat perilaku pasca pembelian	

3.1.3 Sumber Data dan Teknik Penentuan Data

3.1.3.1 Sumber Data (Data Primer dan Data Sekunder)

3.1.3.1.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2009: 137), data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara observasi, wawancara, dan menyebarkan kuesioner kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini adalah outlet The Secret Bandung dan konsumen outlet The Secret Bandung.

3.1.3.1.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2009:139), data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan.

Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini melalui cara mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam perusahaan, dalam hal ini yaitu dokumen outlet The Secret Bandung.

3.1.3.2 Teknik Penentuan Data

3.1.3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2009:80), 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 kesimpulan.

Berdasarkan pengertian di atas, maka populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada satu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian ini. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di outlet The Secret Bandung, dengan rata-rata perbulan sebanyak 2.400 orang.

3.1.3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2009:116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Untuk membuktikan kebenaran jawaban yang masih sementara (hipotesis), maka penulis melakukan pengumpulan data pada objek tertentu. Karena objek dalam populasi terlalu luas maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Teknik yang diambil dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *accidental random sampling*. Adapun yang menjadi sampel yang digunakan untuk pengukuran kuesioner adalah konsumen di outlet The Secret Bandung.

Untuk menentukan jumlah sampel (n), Husein Umar (2004:78) menentukan sampel menggunakan rumus sebagai berikut :

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

$$n = \frac{2.400}{1+2.400\ (0.1)^2}$$

$$n = \frac{2.400}{25}$$

$$n = 96$$

Sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang, dibulatkan menjadi 100 orang.

3.1.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research)*

   Yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung di perusahaan yang menjadi objek penelitian. Data yang diperoleh merupakan data primer yang diperoleh dengan cara:

   a. Observasi (Pengamatan Langsung)

      Yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di lokasi tempat penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan.

b. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang di bahas.

c. Kuisioner

Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab berupa daftar pertanyaan yang dibuat dengan metode pertanyaan terstruktur (tertutup dan terbuka) kepada responden tentang variabel *store atmosphere*, gaya hidup dan keputusan pembelian.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research)*

Penelitian kepustakaan dilakukan sebagai usaha guna memperoleh data yang bersifat teori sebagai perbanding dengan data penelitian yang diperoleh. Data tersebut dapat diperoleh dari literatur, catatan kuliah serta tulisan lain yang berhubungan dengan penelitian.

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, salah satunya yaitu dengan cara melakukan penyebaran kuisioner kepada responden terpilih. Sebelum kuesioner disebarkan, maka harus dilakukan uji validitas terlebih dahulu pada butir-butir yang benar-benar dapat mengukur apa yang akan diukur. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi validitas suatu alat ukur, maka alat ukur tersebut akan semakin tepat pada sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur.

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kestabilan hasil dari apa yang diukur. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrumen. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *split half method* (*spearman–brown correlation*) atau tehnik belah dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subjek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil).

1. Uji Validitas

   Menurut Sugiyono (2012:361), **v**aliditas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Sedangkan valid menurut Sugiyono (2009:173), valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Jadi suatu penelitian dapat dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

   Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(\sum X^2 - (X)^2) \times (\sum Y^2 - (Y)^2)}}$$

Keterangan:

r : Nilai koefesien korelasi pearson

X : Skor item pertanyaan

Y : Skor total item pertanyaan

N : Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Keputusan pengujian validitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan dengan nilai kritis ≥ 0,300, yaitu adalah sebagai berikut:

a. Item instument dikatakan valid jika $t_{hitung} \geq 0{,}300$, maka instrument tersebut dapat digunakan.
b. Item instrument dikatakan tidak valid jika $t_{hitung} \leq 0{,}300$, maka item tersebut tidak dapat digunakan.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Store Atmosphere*

Item Pernyataan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
1	0,375	0,300	Valid
2	0,392	0,300	Valid
3	0,305	0,300	Valid
4	0,356	0,300	Valid
5	0,500	0,300	Valid
6	0,415	0,300	Valid
7	0,364	0,300	Valid
8	0,404	0,300	Valid
9	0,445	0,300	Valid
10	0,488	0,300	Valid
11	0,367	0,300	Valid
12	0,429	0,300	Valid
13	0,463	0,300	Valid
14	0,394	0,300	Valid

Sumber: Data yang diolah

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel Gaya Hidup

Item Pernyataan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
1	0,594	0,300	Valid
2	0,353	0,300	Valid
3	0,560	0,300	Valid
4	0,456	0,300	Valid
5	0,480	0,300	Valid
6	0,302	0,300	Valid
7	0,503	0,300	Valid

Sumber: Data yang diolah

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian

Item Pernyataan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
1	0,462	0,300	Valid
2	0,539	0,300	Valid
3	0,385	0,300	Valid
4	0,554	0,300	Valid
5	0,467	0,300	Valid
6	0,400	0,300	Valid
7	0,324	0,300	Valid
8	0,399	0,300	Valid
9	0,637	0,300	Valid
10	0,563	0,300	Valid
11	0,367	0,300	Valid
12	0,429	0,300	Valid
13	0,463	0,300	Valid
14	0,394	0,300	Valid

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan data pada tabel hasil uji validitas setiap item pernyataan dari variabel di atas, data tersebut menunjukkan semua item pernyataan memiliki koefisien validitas yang lebih besar dari nilai kritis sebesar 0,300. Berdasarkan hal

tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dikatakan valid sehingga dapat digunakan dalam instrument penelitian

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini akan dilakukan secara internal. Menurut Sugiyono (2000:104), pengujian reliabilitas instrumen secara internal dapat dilakukan dengan menggunakan teknik belah dua (*split-half*), yaitu pengujian reliabilitas internal yang dilakukan dengan membelah item-item instrumen menjadi dua kelompok (ganjil dan genap), kemudian ditotal, dicari korelasinya, dan kemudian dianalisis dengan rumus koefisien korelasi *produk moment pearson*. Cara kerjanya adalah sebagai berikut:

a. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.
b. Skor untuk masing–masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
c. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II.
d. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Ґ1 = \frac{2Ґb}{1+Ґb}$$

Keterangan:

Ґ1 : Reliabilitas *internal* seluruh item

Ґ*b* : Korelasi *product moment* antara belahan pertama dan belahan kedua

Keputusan pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan taraf signifikan 5 % satu sisi adalah:

a. Jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5%, maka instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan.
b. Jika t_{hitung} kurang dari $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat digunakan.

Untuk menghitungnya, penulis menggunakan bantuan sofware *SPSS* for windows, setelah uji validitas dan reliabilitas dilakukan, dan diperoleh hasil data yang bersifat valid dan *reliabel*, maka analisis lebih lanjut dapat dilakukan untuk memperoleh kesimpulan akhir dengan resiko kesalahan kecil dan dapat dipertanggung jawabkan. Apabila koefisien reliabilitas lebih dari 0,700 maka secara keseluruhan peryataan dinyatakan andal (*reliabel*).

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Keterangan
Store Atmosphere	0,789	0,700	Reliabel
Gaya Hidup	0,747	0,700	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,797	0,700	Reliabel

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan data pada tabel hasil uji reliabilitas di atas, data tersebut menunjukkan semua item pernyataan memiliki nilai koefisien reliabilitas yang lebih besar dari nilai titik kritis sebesar 0,700. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan

bahwa seluruh item pernyataan dari setiap variabel dikatakan reliabel sehingga dapat digunakan dalam instrument penelitian.

3.1.5 Rancangan Analisis dan Perancangan Hipotesis

3.1.5.1 Rancangan Analisis

3.1.5.1.1 Analisis Deskriptif / Kualitatif

Analisis deskriptif atau kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. 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.

Menurut Sugiyono (2004:89), teknik pengolahan data jawaban dari responden kemudian diberi skor aktual dengan menggunakan skala likert dimana alternatif jawabannya terdiri dari (1, 2, 3, 4, dan 5). Dalam penelitian ini pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan, baik mengenai *store atmosphere* (variabel X1), gaya hidup (variabel X2) maupun keputusan pembelian (variabel Y). Karena data ini berskala ordinal, maka selanjutnya nilai-nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan untuk setiap responden. Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi

nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden dengan menggunakan rumus dibawah ini:

$$\% \text{ Skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

Keterangan :

Skor aktual : Jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.

Skor ideal : Skor atau bobot tertinggi atas semua jawaban responden yang diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

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

Tabel 3.7
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden

No.	% Jumlah Skor	Kriteria
1.	20,00% - 36,00%	Tidak baik
2.	36,01% - 52,00%	Kurang baik
3.	52,01% - 68,00%	Cukup baik
4.	68,00% - 84,00%	Baik
5.	84,01% - 100%	Sangat baik

3.1.5.1.2 Analisis Verifikatif / Kuantitatif

Analisis verifikatif adalah metode yang digunakan untuk memilih metode penelitian, menyusun instrumen penelitian, mengumpulkan data, menganalisanya, dan menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis verifikatif menitik beratkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis verifikatif pada penelitian ini terdiri dari uji MSI, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, dan analisis koefisien determinasi.

1. Uji MSI

   Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*methode of successive interval"* (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

   Untuk mengubah tingkat pengukuran dari ordinal menjadi interval dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

   a. Berdasarkan jawaban responden, untuk setiap pernyataan, hitung frekuensi setiap jawaban.
   b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, hitung proporsi setiap jawaban.
   c. Berdasarkan proporsi tersebut, untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.

d. Untuk setiap pernyataan, tentukan nilai batas untuk Z pada setiap pilihan jawaban.

e. Hitung nilai numeric penskalaan (*scala value*) untuk setiap pilihan jawaban menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\textit{Means of interval} = \frac{\textit{Density at Lower limit} - \textit{Density at Upper Limit}}{\textit{Area at Below Density Upper Limit} - \textit{Area at Below Lower Limit}}$$

Keterangan:

- *Means of Interval* = Rata-Rata Interval
- *Density at Lower Limit* = Kepadatan batas bawah
- *Density at Upper Limit* = Kepadatan atas bawah
- *Area Under Upper Limit* = Daerah di bawah batas atas
- *Area Under Lower Limit* = Daerah di bawah batas bawah

f. Hitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\textit{Score} = \textit{Scale Value} + \textit{Scale Value Minimum} + 1$$

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau *independent variable* (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau *dependent variable* (Y).

Dalam penelitian ini, variabel independen adalah *store atmosphere* (X1) dan gaya hidup (X2), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y), sehingga persamaan regresi linear berganda estimasinya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan pembelian

α : Konstanta dari persamaan regresi

β1 : Koefisien regresi dari variable X1 (*store atmosphere*)

β2 : Koefisien regresi dari variable X2 (gaya hidup)

X1: *Store atmosphere*

X2: Gaya hidup

3. Analisis Koifisien Korelasi

Untuk menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y, dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *product moment method* atau dikenal dengan rumus *pearson* yaitu:

$$r = \frac{n\,(\sum XiYi) - (\sum Xi)\,(\sum Y)}{\sqrt{(n\,(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2) - (n\,(\sum Yi^2) - (\sum Yi)^2)}}$$

(Sumber : Sugiyono, 2006:212)

Keterangan:

r : Nilai korelasi *pearson*

n : Jumlah responden

$\sum Xi$: Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum Yi$: Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum X_i Y_i$: Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum X^2$: Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

$\sum Y^2$: Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut, dan untuk dapat mengetahui besar atau kecil tingkat hubungannya, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel di bawah in:

Tabel 3.8
Tingkat Keeratan Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.19	Sangat rendah
0.20 – 0.39	Rendah
0.40 – 0.59	Sedang
0.60 – 0.79	Kuat
0.80 – 0.100	Sangat kuat

(Sumber : Sugiyono, 2008:250)

4. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X1 (*store atmosphere*) dan variabel X2 (gaya hidup) terhadap Y (keputusan pembelian) secara parsial. Rumus Koefisien

determinasinya yang dikemukakan oleh Gujarati (2003:172) adalah sebagai berikut:

$$KD = B \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

(Sumber : Gujarati, 2003:172)

Keterangan:

B : Beta (nilai *standardized coefficients)*

Zero order : Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila:

Kd = 0 (Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y lemah)

Kd = 1 (Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y kuat)

3.1.5.2 Perancangan Hipotesis

Menurut Sugiyono (2008:377), hipotesis didefinisikan sebagai dugaan atas jawaban sementara mengenai suatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris untuk mengetahui apakah pernyataan atau dugaan jawaban itu dapat diterima atau tidak.

Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis, yaitu menentukan ada atau tidaknya pengaruh variabel X1 (*store atmosphere*) dan variabel X2 (gaya hidup) sebagai variabel bebas terhadap variabel Y (keputusan pembelian) sebagai variabel tidak bebas secara parsial.

1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Melakukan uji T untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel tidak bebas secara parsial. Uji T dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Rumus uji T yang digunakan adalah:

$$t_{hitung}\ (X1.\ X2) = \frac{b1,\ b2}{se\ (b1,\ b2)}$$

Keterangan:

t_{hitung} (X1, X2) : Nilai t_{hitung} X1 (*store atmosphere*), X2 (gaya hidup)

b1, b2 : Koefisien regresi X1, X2

se : Std. error koefisien regresi X1, X2

b. Merumuskan hipotesis

Ho : $\beta_1 = 0$: *Store atmosphere* tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian pada outlet The Secret Bandung.

Ha : $\beta_1 \neq 0$: *Store atmosphere* memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada outlet The Secret Bandung.

Ho : $\beta_2 = 0$: Gaya hidup tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian kosumen pada otlet The Secret Bandung.

Ha : $\beta_2 \neq 0$: Gaya hidup memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada outlet The Secret Bandung.

c. Menentukan tingkat signifikan yaitu α = 5%, untuk menentukan nilai t_{tabel} sebagai batas penerimaan dan penolakan hipotesis.

d. Hasil t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} sebagai berikut:

- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.
- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka Ho diterima dan Ha ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.



Gambar 3.1
Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho