

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena penelitian berupa angka-angka. Menurut Sugiyono (2016:16) metode kuantitatif adalah metode dengan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan secara simultan anatar variabel independen (X) yaitu *store atmosphere* (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel dependen (Y), yaitu keputusan pembelian.

3.2. Obyek Penelitian

Adapun sebagai obyek peneliti adalah variabel independent (X) yang terdiri dari *Store atmosphere* (X_1), kualitas pelayanan (X_2), terhadap variabel dependen (Y) berupa keputusan pembelian di Outlet Edelwissoutdoor kota Lumajang.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer biasanya diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data ordinal, Kuncoro, (2013:148).

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen yang pernah dan sedang berkunjung dan berbelanja di Outlet Edelwissoutdoor Lumajang. dari hasil wawancara dengan konsumen Outlet Edelwissoutdoor Lumajang.

b. **Data Sekunder**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data atau sumber yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan tidak hanya untuk keperluan riset tertentu saja (Amirullah, 2013:116). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa dokumen-dokumen tentang profil perusahaan, data penjualan perusahaan.

3.3.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data internal. Data internal adalah data intern atau data yang berasal dari dalam perusahaan yang bersangkutan (Oei, 2010:34). Data internal biasanya jurnal-jurnal penjualan perusahaan, laporan penjualan, surat berharga dan beberapa catatan mengenai perusahaan. Data internal yang di peroleh dari *Outlet Edelweisoutdoor Lumajang* adalah gambaran umum perusahaan dan profil tentang perusahaan.

3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Sugiyono, (2015:119). Populasi adalah merupakan keseluruhan objek atau subyek yang berada pas suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan ruang lingkup yang akan diteliti. Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit kecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan (Kuncoro, 2013:123).

Populasi penelitian ini adalah semua konsumen yang telah melakukan pembelian pada Outlet Edelwissoutdoor Lumajang dari bulan maret sampai dengan april 2020. Jumlah konsumen yang telah melakukan pembelian pada Outlet Edelwissoutdoor Lumajang kurang lebih 60 orang.

3.4.2. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” (Sugiyono, 2015:149).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Nonprobability Sampling*, dengan teknik yang dipilih adalah *accidental sampling*, *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel Sugiyono (2015:125). *Accidental Sampling* adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data Sugiyono (2009:85). Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam bukunya *For Business* (1982:253) seperti yang dikutip dalam (Sugiyono, 2015:164), sebagai *research methods* berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- b. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 (sepuluh) kali dari jumlah variabel yang diteliti, termasuk di dalamnya adalah jumlah variabel independen dan dependen.
- c. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Berdasarkan pendapat diatas maka sampel dalam penelitian ini merujuk kepada jumlah variabel, yaitu 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, jadi jumlah variabel dalam penelitian ini 3 (tiga) variabel. Sampel yang diambil sebanyak 3 (tiga) variabel x 20 responden = 60 sampel.

3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1. Identifikasi Variabel

Menurut Sugiyono (2015:38) “variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya”.

Variabel dalam penelitian ini terdiri 3 (tiga) variabel yaitu 2 (dua) variabel independen atau bebas dan 1 (satu) dependen.

a. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif Sugiyono, (2015:96). Variabel yang dilambangkan dengan (X) ini memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependennya.

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah: a) *Store Atmosphere* (X1) b) Kualitas pelayanan (X2).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen dan sering di sebut sebagai variabel konsekuensi Sugiyono (2015:97). Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenai berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari faktor inilah yang berusaha yang dijelaskan oleh seorang peneliti.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependennya adalah keputusan pembelian (Y).

3.5.2. Definisi Operasional

a. *Store Atmosphere*

Store atmosphere adalah kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, warna, temperatur, musik, aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen (Utami,2018:322).

Melalui suasana toko yang sengaja diciptakan oleh ritel, ritel berupaya untuk mengkomunikasikan informasi yang terkait dengan layanan, harga maupun ketersediaan barang dagangan yang bersifat *fashionable*. Hal ini akan didiskusikan secara khusus dalam bab pengelolaan barang dagangan.

Indikator *Store atmosphere* Suasana di dalam outlet edelwissoutdoor Lumjang yang sengaja didesain untuk mempengaruhi emosi konsumen sehingga menarik minat untuk membeli.

1. *Lighting* (cahaya)
2. *Music background* (latar belakang musik)
3. *Temperature* (suhu)
4. *Aroma of Building* (Aroma bangunan)
5. *Layout* (Tata ruangan)
6. *Building design* (desain bangunan)

Berdasarkan indikator *store atmosphere* tersebut, maka disusun kuesionar dengan jawaban skala likert:

1. Pencahayaan yang ada di outlet edelwissoutdoor Lumajangterang.
2. Musik yang ada di outlet edelwissoutdoor Lumajang membuat suasana nyaman.
3. Suhu yang ada di outlet edelwissoutdoor Lumajang tidak terlalu panas.
4. Aroma yang ada di outlet edelwissoutdoor Lumajang memiliki bau yang khas.
5. Penataan yang ada di outlet edelwissoutdoor Lumajang tertata rapi.
6. Bangunan yang ada di outlet edelwissoutdoor Lumajang mulai dari papan nama luar ruangan, pintu masuk dan juga tempat parkir aman.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan pertarungan bagi reputasi perusahaan. Kualitas adalah penampilan produk atau kinerja yang merupakan bagian utama dari strategi

perusahaan dalam rangka meraih keunggulan berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun inovator pasar (Priansa, 2017:83).

Berdasarkan indikator kualitas pelayanan tersebut, maka disusun kuesionar dengan jawaban skala likert:

1. Keandalan
2. Keresposifan
3. Keyakinan
4. empati
5. berwujud

Berdasarkan indikator keputusan pembelian tersebut, maka disusun kuesionar dengan jawaban skala likert:

1. Prosedur pelayanan cepat dan ramah.
2. Kemampuan membantu konsumen dengan ketanggapan.
3. Kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan.
4. Karyawan di outlet edelwissoutdoor Lumajang bersikap sopan.
5. Kebersihan dan penampilan karyawan rapi.

a. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian ialah suatu pilihan atau tindakan dari beberapa alternatif yang tersedia yaitu membeli dan tidak membeli. Jika konsumen membeli, maka posisi konsumen membuat suatu keputusan Sudaryono (2016:99).

Menurut Kotler (2009) terdapat tiga indikator keputusan pembelian yang

dilalui oleh setiap individu dalam melakukan pembelian, yaitu:

1. Pengenalan kebutuhan. Tahap awal keputusan membeli, konsumen mengenali adanya masalah kebutuhan akan produk yang akan dibeli. Konsumen merasa adanya perbedaan antara keadaan nyata dan keadaan yang diinginkan. Kebutuhan sangat dipicu oleh rangsangan internal (kebutuhan) dan eksternal (pengaruh pengguna produk serupa sesuai kebutuhan).
2. Pencarian informasi. Tahap keputusan pembelian yang dapat merangsang konsumen untuk mencari informasi lebih banyak. Konsumen mungkin hanya meningkatkan perhatian atau mungkin aktif mencari informasi.
3. Evaluasi alternatif. Proses yang dilakukan konsumen untuk menggunakan informasi yang didapat untuk mengevaluasi alternatif yang ada, proses memilih produk yang akan dibeli

Berdasarkan indikator keputusan pembelian tersebut, maka disusun kuesionar dengan jawaban skala likert:

1. Saya membeli produk sesuai dengan kebutuhan.
2. Saya mencari informasi dari sumber-sumber yang berkaitan sebelum saya memutuskan untuk membeli barang di outlet edelweissoutdoor.
3. Saya melakukan perbandingan terlebih dahulu sebelum memutuskan pembelian di outlet edelwissoutdoor.

3.6. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam, oleh karena itu ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian dinamakan instrument penelitian yaitu suatu alat yang digunakan untuk

mengukur fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati, secara spesifik fenomena ini disebut dengan variable penelitian (Sugiyono, 2009:146).

Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas hasil penelitian, yaitu kualitas instrument penelitian, dan kualitas pengumpulan data. Dalam penelitian kuantitatif, kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reabilitas instrument dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrument yang telah teruji validitas dan reabilitasnya, belum tentu menghasilkan data yang valid dan reliable, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. Instrumen dalam penelitian kuantitatif dapat berupa test, pedoman wawancara, pedoman observasi, dan kuesioner. (Sugiyono, 2015: 372)

Secara terperinci variabel penelitian dan instrumennya disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Variabel, Indikator Penelitian dan Instrumen Pernyataan

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	<i>Store Atmosphere</i> (X_1)	Cahaya	Pencahayaannya yang ada di outlet edelweissoutdoor Lumajang terang	Ordinal	Utami, (2018:322)
		Musik	Musik yang ada di outlet edelweissoutdoor Lumajang bikin suasana nyaman	Ordinal	
		Suhu Ruangan	Suhu yang ada di outlet edelweissoutdoor Lumajang tidak terlalu panas	Ordinal	

	Aroma Ruangan	Aroma yang ada di outlet edelweissoutdoor Lumajang memiliki bau yang khas	Ordinal		
	Tata ruangan	Penataan yang ada di outlet edelweissoutdoor Lumajang tertata rapi	Ordinal		
	Bangunan	Bangunan yang ada di outlet edelweissoutdoor Lumajang mulai papan nama luar ruangan, pintu masuk dan juga tempat parkir aman	Ordinal		
2.	Kualitas pelayanan	Keandalan	Prosedur pelayanan cepat dan ramah	Ordinal	Priansa, (2017:83)
		Keresposifan	Kemampuan membantu konsumen dengan ketanggapan	Ordinal	
		Keyakinan	Kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan	Ordinal	
		Empati	Karyawan di outlet edelweissoutdoor Lumajang bersikap sopan	Ordinal	
		Berwujud	Kebersihan dan penampilan karyawan rapi	Ordinal	
3.	Keputusan pembelian(Y)	Pengenalan kebutuhan	Saya membeli produk sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	Kotler dan Keller (2009:16)
		Pencarian informasi	Saya mencari informasi dari sumber-sumber yang berkaitan sebelum saya memutuskan untuk membeli barang di outlet edelweissoutdoor Lumajang	Ordinal	
		Evaluasi alternative	Saya melakukan perbandingan terlebih dahulu sebelum memutuskan pembelian di outlet edelweissoutdoor Lumajang	Ordinal	

3.7. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang diperoleh dengan beberapa metode/teknik pengumpulan data, yaitu:

3.7.1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila di bandingkan dengan teknik yang lain dan tidak terbatas pada orang tetapi juga pada objek-objek alam yang lain (Sugiyono, 2017:229)

Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah mengamati secara langsung responden yaitu konsumen pada outlet edelwissoutdoor Lumajang.

3.7.2. Kuisoner

Kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisoner merupakan teknik yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan juga cocok apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar luas di berbagai wilayah (Sugiono, 2017:225).

Pengukuran data untuk variabel *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dilakukan dengan pemberian skor pada setiap pertanyaan dari kuisoner. Pemberian skor ini berdasarkan skala *likert*.

Menurut (Sugiyono,2017:158) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur di jabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Adapun bentuk skala *likert* adalah sebagai berikut:

- | | |
|---|---|
| a. Setuju/selalu/sangat/positif diberi skor | 5 |
| b. Setuju/sering/postif diberi skor | 4 |
| c. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor | 3 |

- d. Tidak Setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor 2
- e. Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif diberi skor 1

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Uji Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangkau data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner yaitu data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

(1) Uji validitas

Menurut Sugiyono (2009:67), Validitas menunjukkan tingkat kemampuan instrumen penelitian, mengikuti apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Validitas ialah hasil penelitian yang terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Valid berarti Instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Pengujian validitas penelitian ini menggunakan analisis korelasi *Product Moment*, dengan mengkolerasikan skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item. Rumus korelasi Product Moment Sugiyono (2009:250) sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2 - (\sum x)^2)(\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

keterangan :

r : Koefisien Korelasi antara variabel X dan Y

n : Jumlah observasi/responden

X : Variabel bebas

Y : Variabel terikat

Menurut Sugiyono (2012: 178), analisa faktor yang dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan valid.

(2) Uji reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena reliabilitas memusatkan perhatian pada masalah konsistensi (kuncoro, 2013:175).

Menurut Nugroho (2011:33), Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel berikut.

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 – 0,80	Reliabel
5	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Nugroho (2011: 33)

3.8.2. Pengujian Asumsi Klasik

a. Pengujian normalitas data

Pengujian normalitas data dilakukan dengan tujuan mengetahui variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak.. Variabel Y mempunyai distribusi normal untuk setiap pengamatan variabel X, dapat diketahui

dari normal maka *plot residual*, bila data menyebar disekitar garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Pengujian normalitas dapat juga dilakukan dengan melihat histogram, jika histogram berbentuk *Bell-Shaped*, maka asumsi normalitas terpenuhi (Besral, 2010:116).

Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika penyebaran disekitar garis regional dan mengikuti garis diagonal dan mengikuti garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Umar, 2008:181).

b. Pengujian multikolinieritas

Menurut Ghozali (2005:91), Multikolinieritas muncul apabila diantara variabel-variabel bebas memiliki hubungan yang sangat kuat, dengan kata lain, diantara variable-variable bebas berkorelasi sempurna atau mendekati sempurna. Untuk mendeteksi ada atau tidak ada multikolinieritas dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation faktor (VIF)* antara variabel-variabel bebas. Selanjutnya jika hasil perhitungan variabel bebas > 10 maka terdapat derajat multikolinieritas yang tinggi, dan sebaliknya jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10 maka tidak terdapat multikolinieritas

c. Heteroskedastisitas

Jika varian dari *residual* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap berbeda, maka di sebut heteroskedastisitas. Suatu persamaan regresi yang baik adalah persamaan yang tidak mengandung heteroskedastisitas atau persamaan yang mengandung heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dapat

dilakukan dengan melihat *Scatter-Plot*, bila sebaran data menyebar di 4(empat) kuadran dan tidak berbentuk pola yang pasti maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Besral, 2010:118).

d. Analisis statistik deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai hasil tabulasi data kuesioner yang telah diisi responden. Yang dinyatakan dalam angka dan prosentase. Analisis data secara deskriptif data bertujuan untuk memberikan dukungan interpretasi analisis data dan penjelasan temuan hasil penelitian (Sugiyono, 2012:13)

3.8.3. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi berganda berfungsi untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel bergantung. Menurut Umar (2008:188), secara matematis fungsi persamaan regresi linier berganda dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

- E = Error
- Y = Kinerja Pegawai
- A = Konstanta
- X₁ = Variabel Kepuasan Kerja
- X₂ = Variabel Motivasi Kerja
- β_1 = Koefisien Regresi Variabel Kepuasan Kerja
- β_2 = Koefisien Regresi Variabel Motivasi Kerja

3.8.4. Pengujian hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel dependen (Y), baik secara parsial maupun simultan.

(1) Uji t (Uji parsial)

Menurut Kuncoro (2007:81), Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial yang diuji dengan cara signifikansi. Uji t pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian di outlet edelwisoutdoor Lumajang secara parsial diuji dengan cara signifikansi.

Adapun langkah-langkah pengujian merumuskan hipotesis sebagai berikut :

i. Merumuskan hipotesis

H1: *Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

H2: kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

j. Menentukan level of signifikan dengan $\alpha = 5 \%$

k. Menentukan kriteria pengujian :

Jika $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

2. Menentukan nilai t hitung dengan rumus : $t_{hitung} = \frac{\text{koefisien } \beta}{\text{standar Error}}$
3. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{table}

(2) Uji F (Uji simultan)

Menurut Kuncoro (2007:82), “Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan yang diuji dengan cara signifikansi”. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian di outlet edelwisoutdoor Lumajang yang di uji secara signifikan, dengan hipotesis :

$H_1 = \text{store atmosphere dan kualitas pelyanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di outlet edelwisoutdoor Lumajang.}$

Adapun kriteria pengujiannya adalah :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.8.5 Koefisien determinasi (R^2)

“Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R Square*”. (Santoso, 2012:355). Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam

prosentase.

