

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat di artikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan (Sugiyono, 2014).

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y), maka dalam penelitian ini di gunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat di uji hipotesis yang akan menyatakan ada pengaruh secara parsial dan simultan antara variabel independen yaitu *store atmosphere* (X1), keragaman produk (X2) dan harga (X3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

3.2 Objek Penelitian

Objek dalam peneiltian ini adalah variabel independen yang terdiri dari *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Alasan peneliti mengambil objek penelitian ini, karena di Kabupaten Lumajang terdapat banyak konsumen yang berbelanja pakaian di GM Plaza Lumajang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, yaitu sebagai berikut:

a) Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama (Suliyanto, 2018).

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner dan wawancara yang diajukan pada konsumen yang berbelanja pakaian di GM Plaza Lumajang.

b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian. Data sekunder sudah dikumpulkan dan disajikan oleh pihak lain, baik dengan tujuan komersial maupun non komersial. Data sekunder biasanya berupa data statistik hasil penelitian dari buku laporan survei, majalah atau surat kabar, dokumentasi maupun arsip-arsip resmi (Suliyanto, 2018).

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.3.2 Sumber Data

Menurut Sujarweni (2014) sumber data yaitu subjek dari mana asal data suatu penelitian di peroleh, sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini berupa data internal dan data eksternal, yaitu sebagai berikut :

a) Data Internal

Data internal adalah data hasil penelitian yang berasal dari lembaganya sendiri (Sugiyono, 2015). Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari konsumen yang berbelanja pakaian di GM Plaza Lumajang.

b) Data Eksternal

Data eksternal adalah data hasil penelitian yang berasal dari luar lembaganya sendiri (Sugiyono, 2015). Data eksternal dapat berupa data yang dipublikasikan. Data eksternal yang di gunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari kuesioner yang di berikan kepada responden yang telah atau baru telah berbelanja pakaian di GM Plaza Lumajang.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan mutu tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan disimpulkan.

Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang telah berbelanja pakaian di GM Plaza Lumajang.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari keseluruhan pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel

yang diambil dari populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah berbelanja pakaian di GM Plaza Lumajang.

Metode penentuan ukuran sampel yang akan dipergunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe dengan memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini (Sugiyono, 2018).

- a) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian yaitu antara 30 sampai dengan 500.
- b) Bila sampel dibagi dalam beberapa kategori (misalnya: pria dan wanita, pegawai negeri swasta dan lainnya) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c) Bila dalam penelitian ingin melakukan analisis regresi dengan *multivariate* (analisis regresi berganda) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitian ada 4 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 4 = 40$.
- d) Untuk penelitian eksperimen sederhana dengan menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota kelompok sampel masing-masing 10 sampai dengan 20.
- e) Analisis dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari (3) variabel independen dan (1) variabel dependen maka ukuran sampel yang diambil 15×4 variabel = 60 anggota sampel.

3.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2012) teknik sampling adalah suatu teknik untuk pengambilan sampel. Metode pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini yaitu *probability*

sampling dengan teknik *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2017) *probability sampling* merupakan teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *simple random sampling* merupakan cara sederhana pengambilan pada anggota sampel dari sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang terdapat dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2017).

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut dan dapat disimpulkan. Adapun variabel dalam penelitian ini terdiri dari 4 (empat) variabel yaitu 3 (tiga) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen.

a) Variabel independen

Menurut Sugiyono (2012) variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

- 1) *Store Atmosphere* (X1)
- 2) Keragaman Produk (X2)
- 3) Harga (X3)

b) Variabel dependen

Menurut Sugiyono (2012) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

a) Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan konsumen adalah perilaku konsumen dalam menentukan suatu barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya (Irham Fahmi, 2016).

b) *Store Atmosphere* (X1)

Atmosphere (suasana toko) adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar Sasarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli dan menyebabkan atau mempengaruhi pembelian, Kotler dan Keller (2011).

c) Keragaman Produk (X2)

Menurut Utami dalam Najati Rinanda (2020) keragaman produk merupakan banyaknya item pilihan dari tiap-tiap jenis produk.

d) Harga (X3)

Menurut Indrasari (2019:) harga merupakan suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah untuk suatu proses pertukaran atau transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa. Harga menjadi ukuran

bagi konsumen dalam menilai mutu produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

3.5.3 Definisi Operasional

Suatu bentuk penjabaran antara konsep dengan melakukan kegiatan yang lebih luas dan lengkap disertai dengan batasan atau spesifikasi dari variabel-variabel penelitian yang secara konkrit berhubungan dengan realitas yang akan diukur dan merupakan manifestasi dari hal yang akan diamati peneliti berdasarkan sifat yang didefinisikan dan diamati sehingga terbuka untuk diuji kembali oleh orang atau peneliti lain. Adapun batasan atau definisi operasional variabel yang diteliti adalah:

a) *Store Atmosphere* (X1)

Store Atmosphere (suasana toko) adalah desain terencana yang sesuai dengan pasar sasarnya pada suatu ruang dalam rangka menciptakan efek yang diinginkan pada konsumen untuk menarik dan mempengaruhi pembelian sehingga dapat meningkatkan pembelian pada konsumen.

Menurut Kotler dalam Dwi Putra Hendro Arianto (2018) indikator *Store Atmosphere* (suasana toko) sebagai berikut :

- 1) *Interior* (bagian dalam toko)
- 2) *Exterior* (bagian luar toko)
- 3) *Store Layout* (tata letak)
- 4) *Interior Display* (dekorasi pemikat dalam toko)

Berdasarkan indikator tentang *Store Atmosphere* (suasana toko), maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut:

- 1) Warna pada cat dinding didalam toko menarik dan pencahayaannya cukup terang.
- 2) Memiliki tempat parkir yang sangat luas .
- 3) Area dan jalur di tiap ruangan didalam terasa luas dan lebar
- 4) Simbol atau tanda penunjuk yang sudah ada terlihat dengan jelas.

b) Keragaman Produk (X2)

Keragaman produk adalah banyaknya item pilihan dari tiap-tiap jenis produk yang ditawarkan penjual tertentu untuk dijual kepada pembeli.

Menurut Kotler dalam Utami (2015) indikator dari keragaman adalah sebagai berikut:

- 1) Variasi merek produk
- 2) Variasi kelengkapan produk
- 3) Variasi ukuran produk
- 4) Variasi kualitas produk

Berdasarkan indikator tentang keragaman produk, maka dapat di susun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut :

- 1) Variasi merek produk yang sangat beragam.
- 2) Jenis produk sangat lengkap, mulai dari pakaian dalam, kemeja, kaos, baju, *dress*, celana hingga pakaian tidur.

- 3) Ukuran produk sangat lengkap, mulai dari pakaian balita, anak-anak, remaja, hingga dewasa.
- 4) Kualitas produk sangat beragam, mulai dari kualitas biasa, sedang, bagus, hingga sangat bagus yang sesuai dengan merek.

c) Harga (X3)

Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah untuk proses pertukaran atau transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.

Menurut Kotler dalam Indrasari (2019) terdapat beberapa indikator yang mencirikan harga yaitu sebagai berikut :

- 1) Keterjangkauan Harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Kesesuaian harga dengan manfaat
- 4) Daya saing harga

Berdasarkan indikator tentang harga, maka dapat di susun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut:

- 1) Memiliki harga yang sangat terjangkau.
- 2) Harga sesuai dengan kualitas yang ada.
- 3) Harga sesuai manfaat produk yang diterima.
- 4) Harga yang ditawarkan lebih rendah dibandingkan dengan toko lainnya.

d) Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah perilaku konsumen dalam menentukan suatu barang atau jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) adapun indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

- 1) Pengenalan kebutuhan
- 2) Pencarian informasi
- 3) Evaluasi alternatif
- 4) Keputusan pembelian
- 5) Perilaku pasca membeli

Berdasarkan indikator tentang keputusan pembelian, maka dapat di susun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut:

- 1) Keputusan membeli pakaian karena sesuai kebutuhan.
- 2) Keputusan membeli produk berdasarkan informasi orang lain.
- 3) Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada, sehingga muncul minat untuk membeli produk.
- 4) Produk sangat sesuai berdasarkan merek kesukaan.
- 5) Produk yang didapatkan sangat sesuai, sehingga menimbulkan kepuasan tersendiri dan akan membelinya kembali.

3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

3.6.1 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) instrumen penelitian merupakan suatu alat yang berfungsi sebagai menilai fenomena alam maupun sosial yang diamati.

3.6.2 Skala Pengukuran

Skala pengukuran menurut Sugiyono (2017) adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan suatu panjang pendek yang terdapat pada alat ukur, sehingga pengukuran tersebut menghasilkan data kuantitatif.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian adalah skala ordinal. Menurut Siregar (2013) skala ordinal merupakan skala yang menggunakan data yang berasal dari kategori yang disusun secara berjenjang mulai dari tingkat terendah hingga ke tingkat tinggi dan sebaliknya, dengan rentang yang tidak harus sama.

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

Tabel 3.1
Variabel, Instrumen Penelitian, dan Skala Pengukuran

No	Variabel Penelitian	Indikator Penelitian	Instrumen Penelitian	Skala Pengukuran	Sumber
1	<i>Store Atmosphere</i>	1. <i>Interior</i> (bagian dalam toko) 2. <i>Exterior</i> (bagian luar toko) 3. <i>Store Layout</i> (tata letak) 4. <i>Interior Display</i> (dekorasi pemikat dalam toko)	1. Warna pada cat dinding didalam toko menarik dan pencahayaannya cukup terang 2. Memiliki tempat parkir yang sangat luas 3. Area dan jalur di tiap ruangan didalam terasa luas dan lebar 4. Simbol atau	Ordinal	Kotler (2006:102), dalam Arifianto (2018)

			tanda penunjuk yang sudah ada terlihat dengan jelas		
2	Keragaman Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variasi merek produk 2. Variasi kelengkapan produk 3. Variasi ukuran produk 4. Variasi kualitas produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variasi merek produk yang sangat beragam 2. Jenis produk sangat lengkap, mulai dari pakaian dalam, kemeja, kaos, baju, dress, celana hingga pakaian tidur 3. Ukuran produk sangat lengkap, mulai dari pakaian balita, anak-anak, remaja, hingga dewasa 4. Kualitas produk sangat beragam, mulai dari kualitas biasa, sedang, bagus, hingga sangat bagus yang sesuai dengan merek 	Ordinal	Kotler dalam Utami (2015:358)
3	Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Daya saing harga 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki harga yang sangat terjangkau 2. Harga sesuai dengan kualitas yang ada 3. Harga sesuai dengan manfaat produk yang diterima 4. Harga yang ditawarkan lebih rendah dibandingkan dengan toko lainnya 	Ordinal	Kotler dalam Indrasari (2019:42)
4	Keputusan Pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keputusan membeli pakaian karena sesuai kebutuhan 2. Keputusan 	Ordinal	Kotler dan Amstrong (2012:25)

<p>alternatif</p> <p>4. Keputusan pembelian</p> <p>5. Perilaku pasca membeli</p>	<p>membeli produk berdasarkan informasi orang lain</p> <p>3. Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada, sehingga timbul minat untuk membeli produk</p> <p>4. Produk sangat sesuai berdasarkan merek kesukaan</p> <p>5. Produk yang didapatkan sangat sesuai, sehingga menimbulkan kepuasan tersendiri dan akan membelinya kembali</p>
--	--

Sumber : data di olah (2021)

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Wawancara

Wawancara menurut Sugiyono (2017) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan mengetahui hal-hal responden lebih mendalam.

Pengumpulan data wawancara dalam penelitian ini memberikan pertanyaan kepada konsumen yang telah berbelanja pakaian di GM Plaza Lumajang tentang *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian di GM Plaza Lumajang.

3.7.2 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seputar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015).

Untuk menyebarkan kuesioner sebagai bahan penelitian yang dilakukan kepada konsumen yang telah berbelanja pakaian di GM Plaza Lumajang. Dengan menyebarkan kuesioner ini diharapkan akan mendapatkan data tentang *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian.

Pengukuran data variabel pengaruh *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian, dilakukan dengan memberikan skor pada setiap jawaban dari butir pernyataan kuesioner.

Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*. Adapun bentuk skala *likert* (Sugiyono, 2015) sebagai berikut:

- a) Sangat setuju/selalu/sangat positif diberi skor 5
- b) Setuju/sering/positif diberi skor 4
- c) Kurang setuju/ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor 3
- d) Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor 2
- e) Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor 1

3.7.3 Observasi

Menurut Sutrisno dalam Sugiyono (2017) observasi adalah suatu proses yang kompleks, tersusun dari berbagai proses biologi dan psikologi. Pada dua proses ini yang penting yaitu proses pengamatan dan ingatan.

Pengumpulan data melalui observasi maka peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap responden yaitu konsumen yang telah berbelanja pakaian di GM Plaza Lumajang.

3.7.4 Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2012) dokumentasi adalah catatan tentang terjadinya suatu peristiwa yang telah berlalu. Dokumen biasanya seperti tulisan, gambar karya monumental dari seseorang. Penelitian ini mengumpulkan data dan mencatat dokumen-dokumen yang akan dilakukan dalam bentuk dokumentasi dalam bentuk arsip dan dokumentasi berupa foto.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2014)

3.8.1 Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian hipotesis dapat dilanjutkan ketika pengujian validitas dan pengujian reabilitas pada kuesioner sudah dilakukan yaitu dengan cara mengevaluasi data-data responden yang diperoleh karena kuesioner harus valid dan dapat dibuktikan kebenaran datanya.

a) Pengujian Validitas

Validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya yang terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2015).

Uji validitas adalah suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Validitas artinya sejauh mana suatu tes yang dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya (Sugiyono, 2015).

Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat dan dinyatakan valid. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2012).

Rumus korelasi yang dimaksudkan sebagai berikut:

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

Keterangan :

- r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y
- X = Variabel bebas
- Y = Variabel teikat

Dari pengertian dan rumusan diatas dapat disimpulkan “Uji validitas dilakukan dengan cara mengorelasikan antara skor item. Dalam menentukan layak atau tidak layaknya suatu item yang digunakan, maka perlu dilakukan uji signifikan koefisien

korelasi pada taraf signifikan 0,05 artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor totalnya” (Winoyo, 2011).

b) Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu cara untuk mengukur dengan melakukan pengukuran dua kali atau lebih pada gejala yang sama dengan pengukuran yang sama agar diketahui hasil pengukuran tersebut konsisten atau tidak (Siregar, 2013). Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat koefisien pada *Alpha Cronbach* yang dapat ditentukan dari indeks kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut, Nugroho (2011) :

Tabel 3.2
Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval Alpha Cronback	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 - 0,100	Sangat Reliabel

Sumber : Yohanes Anton Nugroho (2011)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian yang dilakukan pada penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Alat uji yang dilakukan pada uji asumsi klasik yaitu normalitas data, multikolinearitas data, dan uji heteroskedastisitas (Kurniawan, 2014).

a) Pengujian Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui variabel dependen, variabel independen atau keduanya memiliki distribusi normal, mendekati atau sama sekali tidak berdistribusi. Model regresi yang bagus adalah berdistribusi normal atau mendekati,

hal tersebut dapat diketahui dengan adanya penggambaran penyebaran pada data di grafik. Jika data tersebut menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah dari garis diagonalnya, maka dapat dikatakan regresi tersebut diasumsikan normal (Umar, 2011).

Pengujian normalitas data dapat diuji dengan beberapa cara, yaitu dengan metode uji *One-Sample Kolmogrov-Smirnov* dan metode grafik. Tahap tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Metode Grafik

Uji normalitas residual menggunakan metode grafik, yaitu dengan mengamati tersebarnya data pada sumbu diagonal pada grafik normal *P-P* atau *Plot of regression standardized residual*. Apabila titik-titik tersebar di sekitar garis serta mengikuti garis diagonal, maka nilai residual dapat dinyatakan normal.

2) Metode Uji *One-Sample Kolmogrov-Smirnov*

Metode ini dipakai untuk memahami distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *poisson*, *uniform*, atau *exponential*. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($\text{sig} \geq 0,05$) maka dapat dinyatakan bahwa residual berdistribusi normal. Dan jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($\text{sig} \leq 0,05$) maka dapat dinyatakan bahwa residual berdistribusi tidak normal.

b) Pengujian Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui model regresi apakah ada hubungan antar variabel independen atau tidak (Umar, 2011).

Kurniawan (2014) menyatakan bahwa terdapat beberapa tolak ukur untuk mengidentifikasi multikolinearitas terhadap suatu model yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dibawah 10 ($VIF < 10$) dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka dapat dinyatakan bahwa model dapat terbebas dari kesalahan dalam pengujian multikolinearitas. Model regresi yang bagus yaitu model regresi yang mempunyai nilai $VIF < 10$, jika hasil $VIF > 10$ maka menandakan bahwa terjadi multikolinearitas yang serius pada model regresi. Jika nilai *tolerance* mendekati 1 (satu), maka menandakan model dapat terbebas dari multikolinearitas, sedangkan jika semakin menjauhi 1 (satu), maka menandakan bahwa model regresi tidak terbebas multikolinearitas atau terjadi gejala multikolinearitas.
- 2) Jika nilai koefisien korelasi antar tiap-tiap variabel bebas lebih kecil dari 0,70, maka model dapat dinyatakan terbebas dari multikolinearitas. Jika nilai lebih besar dari 0,70 maka dianggap terjadi korelasi atau disebut dengan interaksi hubungan yang sangat kuat antar variabel bebas sehingga terbentuk multikolinearitas.
- 3) Jika nilai koefisien determinasi baik yang menggunakan R^2 ataupun *Adjusted R²* memiliki nilai melebihi 0,60, akan tetapi tidak terdapat variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat, maka dianggap bahwa model terkena multikolinearitas.

c) Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat ketidaksamaan varians residual pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lain pada model regresi. Pengamatan

satu dengan yang lain memiliki varians residual tetap yang dinamakan *homoskedastistas*, jika varians residualnya berbeda dinamakan *heteroskedastistas* (Umar, 2011).

Menurut Bahri (2018) ada beberapa metode untuk melakukan uji heteroskedastisitas, diantaranya adalah:

1) Metode Korelasi *Sperman's Rho*

Pengujian korelasi *Sperman's Rho* dilakukan dengan menghubungkan variabel bebas dengan residualnya. Dalam pengujian ini memakai derajat signifikansi 0,05 menggunakan uji 2 sisi. Jika korelasi antara variabel bebas dengan residual memiliki tingkat signifikan yang melebihi 0,05 maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

2) Metode Grafik

Metode grafik ini memakai beberapa kriteria dalam pengambilan keputusan, di antaranya yaitu :

- a) Jika terdapat pola tertentu contohnya terdapat titik-titik yang menggambarkan suatu pola tertentu (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka dinyatakan hal tersebut terjadi heteroskedastisitas
- b) Apabila titik-titik membentuk pola yang tersebar diatas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Metode Uji *Gletser*

Uji *Gletser* dilakukan dengan metode meregresikan antara variabel bebas dengan nilai absolut residualnya. Jika memiliki nilai signifikansi diatas 0,05 maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Mnurut Kuncoro dalam Isyatun Rodiyah (2019) analisis regresi berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Analisis Regresi Linier Berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (*store atmosphere*, keragaman produk, dan harga) terhadap variabel terkait (keputusan pembelian) (Sunyoto, 2014) dengan rumus sebagai berikut:

Rumus:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)

X1 = *Store Atmosphere*

X2 = Keragaman Produk

X3 = Harga

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

e = *Error*

Menurut Kuncoro dalam Isyatun Rodiyah (2019) analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besar hubungan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel independen yang lain. Untuk mengetahui variabel independen yang pengaruhnya lebih dominan terhadap variabel dependen, maka dapat menggunakan koefisien regresi (β) yang berstandar adalah beta.

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (*store atmosphere*, keragaman produk, dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian), baik secara parsial maupun secara simultan. Sehingga dapat diketahui manakah diantara variabel independen yang dominan terhadap variabel dependen.

a) Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu hubungan atau pengaruh yang berarti signifikan antara variabel independen (*store atmosphere*, keragaman produk, dan harga) secara parsial terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis (Sunyoto, 2014) sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

Hipotesis Pertama

H_1 : Terdapat pengaruh *store atmosphere* secara signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian di GM Plaza Lumajang.

H_2 : Terdapat pengaruh keragaman produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian di GM Plaza Lumajang.

H_3 : Terdapat pengaruh harga secara signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian di GM Plaza Lumajang.

2) Menentukan level of signifikan dengan $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian:

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

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

4) Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standard Error}}$$

5) Menentukan nilai t_{tabel} :

Nilai t_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel *t-Student*. Jika pengujian dua sisi, maka nilai α dibagi dua. Rumus $t_{tabel} = t_{(\alpha/2)(n-2)}$

6) Membuat kesimpulan dengan menentukan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} untuk mengetahui tingkat signifikan.

b) Uji F (Simultan)

Menurut Gujarati dalam penelitian Misnatun (2020) Uji F berguna untuk melakukan evaluasi pada pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Tahapan dalam uji F adalah sebagai berikut :

1) Merumuskan hipotesis

H_4 : Terdapat pengaruh *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian di GM Plaza Lumajang.

2) Menentukan taraf signifikan dalam penelitian yang besarnya 0,05 atau $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan $(dk) - (n-k-1)$.

3) Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

a) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

b) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

4) Menentukan nilai F_{hitung} dengan rumus:

$$f = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (N - k)}$$

Keterangan:

F = Nilai F hitung

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel

N = Jumlah pengamatan (ukuran sampel)

5) Membuat kesimpulan dengan menentukan hasil F_{hitung} dengan F_{tabel} untuk mengetahui tingkat signifikan.

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) biasanya dinyatakan dalam bentuk presentase (%). Koefisien determinasi adalah nilai yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variasi (naik turunnya) variabel dependen (R.Kurniawan & B.Yuniarto,2016).

Koefisien determinasi (R^2) sama dengan koefisien majemuk yang hampir sama dengan r^2 . R serupa dengan r akan tetapi memiliki perbedaan fungsi (kecuali regresi linier sederhana) pada regresi linier berganda yaitu menggunakan nilai *R Square* (Sanusi, 2011).

Koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini adalah untuk mencari besarnya pengaruh antara variabel independen yaitu *Store Atmosphere*, Keragaman Produk, dan Harga terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian Pakaian di GM Plaza Lumajang.

