

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif artinya metode penelitian yang berlandaskan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2017:23). Maka penelitian ini menggunakan variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi).

Variabel independen (X) yang akan dianalisis terdiri dari variabel keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian, maka penelitian ini akan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda akan menguji hipotesis yang menyatakan hubungan secara parsial antara variabel independen (X) yaitu keragaman produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan suasana toko (X3) dengan variabel dependen keputusan pembelian (Y) yaitu keputusan pembelian.

3.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah variabel independen (X) keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap variabel dependen (Y) yakni keputusan pembelian di Nibras House Gedangmas.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan peneliti adalah data hasil pengisian kuesioner oleh konsumen Nibras House Gedangmas.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah data profil toko Nibras House Gedangmas.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri dari data internal dan eksternal (Suryani & Hendryadi, 2015).

a. Data Internal

Data internal merupakan data yang mendeskripsikan keadaan, situasi dan kondisi internal (di dalam) perusahaan. Data internal ini meliputi data personalia, data keuangan, data inventaris, data produksi, data penjualan, dan sebagainya (Suryani & Hendryadi, 2015). Data internal dalam penelitian ini berupa gambaran umum profil toko yang didapat dari Nibras House Gedangmas.

b. Data Eksternal

Data eksternal merupakan data yang mendeskripsikan keadaan di luar perusahaan. Data eksternal ini terdiri atas tingkat daya beli masyarakat, perkembangan harga, data konsumsi, sikap konsumen, kepuasan konsumen, preferensi Merek, dan sebagainya (Suryani & Hendryadi, 2015). Data eksternal dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh peneliti dari konsumen Nibras House Gedangmas.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan setelah itu ditarik kesimpulannya (Sudaryono, 2018). Penelitian ini menggunakan populasi konsumen Nibras House Gedangmas pada tahun 2020-2021 sejumlah 408 orang konsumen.

3.4.2 Sampel dan Teknik *Sampling*

Sampel merupakan beberapa jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan kesimpulannya akan dapat diperlakukan untuk populasi, untuk itu populasi yang diperoleh dari populasi yang benar – benar mewakili. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling* dan teknik yang dipilih adalah *sampling acidental* (Sugiyono, 2015:120)

Sampling acidental adalah teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti

dapat dipergunakan menjadi sampel, Jika orang yang ditemui memenuhi kriteria sebagai sumber data.

Jumlah Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Nibras House Gedangmas berjumlah 408 orang. Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh karyawan konsumen sebanyak 750 orang dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono (2011:87). Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 408 orang konsumen, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$N = \frac{408}{1+408(10)^2}$$

$$N = \frac{408}{5,08} = 80,31 ; \text{disesuaikan oleh peneliti menjadi 80 responden}$$

Jadi , berdasarkan perhitungan diatas sampel yang mejadi responden dalam penelitian ini di sesuaikan menjadi sebanyak 80 orang dari seluruh total konsumen Nibras House Gedangmas, hal dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik

3.5 . Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau objek perusahaan atau kegiatan dengan variasi antara satu orang dengan orang lain atau satu objek dengan objek lain. Variabel ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Darmawan, 2014:127), terdapat beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

a. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau sebagai perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2013:39). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

- 1) Keragaman Produk (X1)
- 2) Kualitas Pelayanan (X2)
- 3) Suasana Toko (X3)

b. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013:39). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

Variabel independen dalam penelitian adalah keragaman produk (X1) kualitas pelayanan (X2), dan suasana toko (X3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Teori – teori yang mendasari keragaman produk, kualitas dan suasana toko terhadap keputusan pembelian adalah literatur – literatur yang berhubungan dengan keempat variabel penelitian tersebut.

a. Keragaman Produk (X1)

Menurut Kotler & Armstrong (2018:358) mengatakan bahwa keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan pelaku usaha kepada konsumen

b. Kualitas Pelayanan (X2)

Menurut Lewis & Booms dalam (Tjiptono, 2017) kualitas layanan adalah standar yang dijadikan untuk menilai seberapa baik layanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan harapan para pelanggan.

c. Suasana Toko (X3)

Menurut Alma (2016:201), mengatakan bahwa *store atmosphere* adalah salah satu *marketing mix* dalam gerai yang berperan penting dalam memikat pembeli, membuat mereka nyaman dalam memilih barang belanjaan, dan mengingatkan mereka produk apa yang ingin dimiliki baik keperluan pribadi, maupun keperluan rumah tangga.

3.5.3 Definisi Operasional

a. Keragaman Produk

Menurut Utami (2015) dalam Hidayat dan Sujud (2019:43), keragaman produk memiliki indikator sebagai berikut:

- 1) Variasi merek produk, yaitu menawarkan merek produk dalam jumlah yang banyak.

- 2) Variasi kelengkapan produk, yaitu terdapat produk yang lengkap dimana ada sejumlah kategori yang berada di butik.
- 3) Variasi ukuran produk, yaitu butik menawarkan sejumlah standar ukuran produk.
- 4) Variasi kualitas produk, yaitu sejumlah standar kualitas yang berhubungan dengan pemberian manfaat suatu produk

Berdasarkan indikator tentang kebutuhan mencari keragaman produk dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Jenis produk Nibras yang disediakan pada Nibras House Lumajang bervariasi
- 2) Jenis produk Nibras yang disediakan pada Nibras House Lumajang lengkap
- 3) Pilihan produk Nibras yang ditampilkan pada Nibras House Lumajang beragam
- 4) Kualitas produk Nibras pada Nibras House Lumajang sesuai dengan keinginan konsumen

b. Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zethamel, dan Berry (1994) dalam Purba & Aisyah (2017:54) indikator kualitas pelayanan yang akan diukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bukti Fisik yang mencakup perlengkapan, personel atau pegawai dan sarana komunikasi.
- 2) Keandalan, mencakup ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan memuaskan.
- 3) Ketanggapan, mencakup ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi dan bantuan yang diperlukan, menjawab pertanyaan konsumen dengan baik dan tepat serta menangani keluhan konsumen.
- 4) Perhatian, mencakup perilaku karyawan terhadap para konsumen dengan mempunyai rasa peduli, perhatian, mengetahui kebutuhan konsumen.

Berdasarkan indikator tentang kebutuhan mencari kualitas pelayanan dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Penampilan dari pegawai Nibras House Gedangmas terlihat rapi
- 2) Karyawan mampu memberikan pelayanan dengan sangat baik
- 3) Dalam menjelaskan produk karyawan mampu menginformasikan kepada konsumen dengan baik
- 4) Karyawan mampu memberikan perhatian terhadap konsumen

c. Suasana Toko

Berman & Evan (2014:545) menyatakan bahwa *store atmosphere* dibagi menjadi empat elemen, antara lain:

- 1) *Eksterior* (bagian depan)
- 2) *General Interior* (bagian dalam)

3) *Interior Point of Purchase (POP) Display*

4) *Store Layout* (tata letak)

Berdasarkan indikator tentang kebutuhan mencari suasana toko dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Papan nama pada Nibras House Gedangmas terlihat jelas
- 2) Kondisi ruangan dan pencahayaan Nibras House Gedangmas membuat nyaman
- 3) Penataan barang pada Nibras House Gedangmas memudahkan saya untuk mencari produk yang saya inginkan
- 4) Sistem tata letak produk terlihat rapi dan memudahkan saya mengambil produk yang diinginkan

d. Keputusan Pembelian

Menurut Sudaryono (2016) indikator keputusan pembelian meliputi:

- 1) Mengenal kebutuhan
- 2) Mencari sebuah informasi
- 3) Mengevaluasi sebuah alternative
- 4) Keputusan pembelian
- 5) Perilaku pasca pembelian

Berdasarkan indikator tentang kebutuhan mencari keputusan pembelian dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Nibras House Gedangmas mampu memenuhi kebutuhan muslimah
- 2) Sebelum membeli produk Nibras House Gedangmas saya perlu mencari tahu dari sumber-sumber yang berkaitan
- 3) Sebelum memutuskan pembelian saya melakukan perbandingan terlebih dahulu
- 4) Membeli produk di Nibras House Gedangmas merupakan pilihan yang tepat
- 5) Produk di Nibras House Gedangmas memuaskan.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengukur keadaan alam atau sosial yang diteliti, sehingga variabel dapat dinyatakan sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2015:178). Instrumen pada penelitian ini disusun berdasarkan indikator – indikator variabel dan selanjutnya instrumen penelitian serta skala pengukurannya disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
Keragaman Produk (X1)	Variasi merek produk	Jenis produk Nibras yang disediakan pada Nibras House Gedangmas sangat bervariasi	Ordinal	Utami (2015) dalam hidayat dan Sujud (2019),)
	Variasi kelengkapan produk.	Jenis produk Nibras yang disediakan pada Nibras House Gedangmas sangat lengkap		
	Variasi ukuran produk	Pilihan produk Nibras yang ditampilkan pada Nibras House Gedangmas beragam		
	Variasi kualitas produk	Kualitas produk Nibras pada Nibras House Gedangmas sesuai dengan keinginan konsumen		
Kualitas Pelayanan (X2)	Bukti Fisik	Penampilan dari pegawai Nibras House Gedangmas terlihat rapi	Ordinal	Parasuraman, Zethamel, dan Berry (1994) dalam Purba & Aisyah (2017)
	Keandalan	Karyawan mampu memberikan pelayanan dengan sangat baik		
	Ketanggapan	Dalam menjelaskan produk karyawan mampu menginformasikan kepada konsumen dengan baik		
	Perhatian,	Karyawan mampu memberikan perhatian terhadap konsumen		

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
Suasana Toko (X3)	<i>Eksterior</i> (bagian depan)	Papan nama pada Nibras House Gedangmas terlihat jelas	Suasana Toko (X3)	Berman & Evan (2014:545)
	<i>General Interior</i> (bagian dalam)	Kondisi ruangan dan pencahayaan Nibras House Gedangmas membuat nyaman		
	<i>Interior Point of Purchase (POP) Display</i>	Penataan barang pada Nibras House Gedangmas memudahkan saya untuk mencari produk yang saya inginkan		
	<i>Store Layout</i> (tata letak)	Sistem tata letak produk terlihat rapi dan memudahkan saya mengambil produk yang diinginkan		

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
Keputusan Pembelian (Y)	Mengenal kebutuhan	Nibras House Gedangmas mampu memenuhi kebutuhan muslimah	Ordinal	Sudaryono (2016))
	Mencari sebuah informasi	Sebelum membeli produk Nibras House Gedangmas saya perlu mencari dari sumber-sumber yang berkaitan		
	Mengevaluasi sebuah alternative	Sebelum memutuskan pembelian saya melakukan perbandingan terlebih dahulu		
	Keputusan pembelian	Membeli produk di Nibras House Gedangmas merupakan pilihan yang tepat		
	Perilaku pasca pembelian	Produk di Nibras House Gedangmas sangat memuaskan		

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Observasi

Observasi ialah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun berasal berbagai proses biologis dan psikologis, Sutrisno Hadi dalam(Sugiyono, 2013:145). Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara pengamatan langsung terhadap responden, yaitu konsumen Nibras House Gedangmas.

3.7.2 Kuisoner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengerti apa yang diharapkan dari responden (Sugiyono, 2013:142).

Dalam pengambilan sampel pada penelitian ini, kuesioner dibagikan secara langsung kepada konsumen Nibras House Gedangmas. Pengukuran data untuk variabel keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap keputusan pembelian di Nibras House Gedangmas dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dari kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dengan menggunakan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2013:93).

(Sugiyono, 2013:94) berpendapat bahwa cara memberi skor pada skala *likert* sebagai berikut :

- | | |
|---|---|
| 1) Setuju/selalu/sangat positif diberi skor | 5 |
| 2) Setuju/sering/positif diberi skor | 4 |
| 3) Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor | 3 |
| 4) Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |
| 5) Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor | 1 |

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015:238) analisis data merupakan suatu kegiatan setelah berasal dari seluruh responden atau berasal sumber data lain yang terkumpul. kegiatan pada analisis data yaitu mengelompokkan data yang berdasarkan variabel serta jenis responden, mentabulasi data yang mendasari variabel dari keseluruhan responden, menyajikan data variabel yang diteliti, melakukan perhitungan pada menjawab rumusan persoalan serta melakukan perhitungan buat menguji hipotesis yang telah diajukan.

Berdasarkan kesesuaian dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini, peneliti memakai analisis regresi berganda dan uji alat *statistic* SPSS, yang digunakan dalam mengetahui variabel independen pada memprediksi variabel dependen penelitian ini. Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka perlu dilakukan kuisioner buat pengujian validitas serta reliabilitas. lalu akan dilakukan analisis serta uji dampak memakai

asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data wajib berkontribusi normal, terbebas dari multikolinieritas dan heteroskedastisitas.

3.8.1 Uji Instrumen

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, dibutuhkan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuisioner yang akan digunakan untuk menjangkau data responden, dimana asumsi dasar yang wajib dipenuhi oleh kuisioner yaitu data harus valid serta reliable untuk bisa dilakukannya pengujian hipotesis tahap selanjutnya.

a. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen yang dilakukan untuk mengatur kecocokan objek yang seharusnya diukur. Analisis faktor yang dilakukan pada uji validasi ini ialah dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila hubungan setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut adalah konstruk yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antar skor faktor dengan skor total kurang dari 0,3 maka hasil dari instrumen dinyatakan tidak valid (Sugiyono,2015:173).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya indeks yang membagikan sejauh mana suatu alat bisa dianggap atau dapat diandalkan. Setiap alat pengukur seharusnya mempunyai kemampuan untuk menyampaikan yang akan terjadi pengukuran relative konsisten asal saat ke ketika (Purnomo, 2019:70). Reliabilitas menerangkan

konsistensi serta stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena reliabilitas memusatkan perhatian pada problem konsistensi (Kuncoro, M., 2013:175).Nugroho (2011:33) mengemukakan bahwa 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 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik memiliki makna sebagai pengujian data yang dipakai dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya data penelitian yang memenuhi kriteria untuk diteliti lebih lanjut, hal ini berguna untuk menjawab hipotesis yang akan diteliti (Gunawan, 2017:92).

Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi berganda dimana harus mengenali perkiraan-perkiraan yang mandasarinya. apabila perkiraan-perkiraan yang dimaksud tersebut tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin tidak sinkron dari kenyataan (biasa). Ada beberapa alat penguji yang sering digunakan dalam uji asumsi klasik di antaranya adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas.

a. Pengujian Normalitas Data

Berdasarkan pendapat (Basuki & Prawoto, 2017:57), uji normalitas berguna pada memastikan data yang telah dikumpulkan sudah berdistribusi normal atau diambil berasal dari populasi normal atau tidak. Pada uji asumsi klasik pengujian normalitas mampu dikatakan tidak begitu sulit. Sebab berdasarkan beberapa pengalaman berasal dari ahli statistik, data yang lebih dari 30 angka, maka sudah bisa diklaim berdistribusi normal serta bisa dinyatakan menjadi sampel berjumlah besar. Namun pada hal ini dibutuhkan verifikasi dengan uji normalitas, sebab data yang berjumlah lebih dari 30 atau kurang dari 30 belum tentu dapat dipastikan berdistribusi normal. Berdasarkan pendapat (Syaiful Bahri, 2018:162) menyatakan bahwa uji normalitas yakni pengujian distribusi data yang akan dianalisis, menggunakan metode untuk melihat apakah penyebarannya berada di bawah kurva normal atau tidak. Distribusi normal yakni distribusi yang berbentuk seperti lonceng serta simetris. Pengujian ini dipakai untuk menguji normalitas data, salah satu metode yang bisa dipergunakan yakni metode grafik, yakni dengan mengamati tersebar data pada sumbu diagonal di grafik normal *P-P Plot of regression standardized residual*. Apabila titik – titik tersebar di sekitar garis serta mengikuti garis diagonal, maka nilai residual dinyatakan normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode grafik normal *P-P Plot of regression standardized residual*

b. Pengujian Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat terdapat atau tidaknya hubungan yang tinggi antara variabel – variabel bebas pada suatu model regresi linier berganda. Bila ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebasnya, maka korelasi antara variabel bebas terhadap variabel terkaitnya sebagai terganggu. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menghindari kebiasaan pada pengambilan kesimpulan mengenai dampak uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Kurniawan, 2014:157)

Beberapa kriteria untuk mendeteksi multikolinearitas pada suatu model adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Semakin tinggi VIF, maka semakin rendah *Tolerance*.
- 2) Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Jika lebih dari 0,70 maka diasumsikan terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinearitas.
- 3) Jika nilai koefisien determinasi, baik nilai R^2 maupun Adjusted R^2 di atas 0,60 namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka diasumsikan model terkena multikolinearitas.

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dipergunakan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan varians dari residual untuk semua pengamatan pada sebuah contoh regresi. Uji heteroskedastisitas bisa dilakukan menggunakan cara scattet plot dengan menggunakan nilai ZPRED (nilai prediksi) menggunakan SRESID (nilai residunya). contoh yang baik dihasilkan Jika tidak ada pola tertentu antara grafik, seperti mengumpul pada tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit (Purnomo, 2019:59). Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan *grafik Scatterplot*.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Sugiyono, (2012:275) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti untuk meramalkan bagaimana suatu keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Sehingga analisis regresi linier berganda tersebut dilakukan bila keseluruhan variabel bebasnya minimal dua.

Persamaan Regresi Linier Berganda

$$Y = X + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \dots + \beta_n \cdot X_n + e$$

Dimana:

Y = Variabel Terikat

X = Koefisien Konstanta

X_1 = Variabel bebas pertama

X_2 = Variabel bebas kedua

X_n = Variabel bebas seterusnya

β_1, β_2 dan β_n = Konstanta

e = *Standard Error*

Rumus regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X = Koefesien Konstanta

X_1 = Keragaman Produk

X_2 = Kualitas Pelayanan

X_3 = Suasana Toko

e = *Standard Error*

3.8.4 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada dampak dan seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial.

a. Uji t (Parsial)

(Deni Darmawan, 2013:22) mengatakan bahwa uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen, peneliti mengajukan 2 hipotesis. H_0 dan hipotesis alternatif H_a . Hipotesis nol dianggap benar kemudian akan dibuktikan salah berdasarkan sampel yang ada sedangkan hipotesis alternatif harus memiliki kebenaran ketika hipotesis nol dibuktikan salah. Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan dalam penelitian ini maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Nibras House Gedangmas

H_2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Nibras House Gedangmas

H_3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara suasana toko terhadap keputusan pembelian di Nibras House Gedangmas

Menentukan *level of signifikansi* dengan $\alpha = 5\%$

2) Menentukan kriteria pengujian:

Jika $t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka hipotesis diterima

Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis ditolak

3) Menentukan nilai t_{tabel}

Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel t sedangkan tabel t_{hitung} melalui nilai statistik dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\text{koefisien}\beta}{\text{StandarError}}$$

4) Menurut kesimpulan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen atau merupakan uji signifikansi model regresi. Uji F ini bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*Analysis of Variance = ANOVA*)” (Agus Widarjono, 2015:19). Adapun hipotesisnya sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

H_4 : Terdapat pengaruh antara keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian di Nibras House Gedangmas

Menentukan *level of signifikansi* dengan $\alpha = 5\%$

2) kriteria pengujian

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $\text{sig} \leq 0,05$ maka hipotesis diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $\text{sig} > 0,05$ maka hipotesis ditolak.

3) Menentukan nilai f_{hitung}

$$F_{hitung} = \frac{R^2 (N-m-1)}{m(1-R^2)}$$

4) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil f_{hitung} dengan f_{tabel} .

3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

(Syaiful Bahri, 2018:192) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) yakni perbandingan imbas semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ini dapat diketahui dengan *R-Square* atau *Adjusted R-Square* menjadi tolak ukurnya. *R-Square* umumnya digunakan pada penelitian dengan satu variabel independen (regresi linear sederhana), sedangkan *Adjusted R-Square* digunakan di variabel independen lebih asal satu (regresi linear berganda). dengan koefisien determinasi (R^2) akan dapat diperoleh nilai yang bermanfaat untuk menilai serta mengukur seberapa besar bantuan dari beberapa variabel bebas (X) terhadap naik turunnya variabel terikat (Y) yang umumnya dinyatakan dalam bentuk presentase (%) dengan kisaran antara 0-100%. Semakin mendekatnya nilai R^2 terhadap 100% mengandung makna bahwa variabel-variabel bebas memberikan hampir seluruh berita yang dibutuhkan buat meramalkan atau memprediksi variabel terikat dan contoh dikatakan semakin tepat.

Jadi koefisien determinasi dalam penelitian ini untuk mengukur kemampuan variabel keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko dalam menjelaskan kepuasan konsumen pembelian di Nibras House Gedangmas.