

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011:13) dalam Supriyadi et al., (2017) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Teknik pengambilan secara *random*, pengumpulan dan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Untuk menganalisis pengaruh independent (X) yang terdiri dari desain *interior*, inovasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian, maka dalam penelitian ini digunakan Teknik analisis regresi linier berganda. Dengan Teknik tersebut dapat diuji hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antar variabel independen (X), yaitu desain *interior* (X1), inovasi produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel dependen (Y), yaitu keputusan pembelian.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini terdiri dari variabel independen (bebas) yaitu :

- a. Desain *Interior* (X1)
- b. Inovasi Produk (X2)
- c. Kualitas Pelayanan (X3)

Penelitian ini juga terdiri dari variabel dependen (terikat) yaitu :

d. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan proses dimana pembeli mengetahui masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi beberapa dari masing-masing alternatif tersebut untuk dapat digunakan dalam memecahkan masalah, yang kemudian mengarahkannya kepada keputusan pembelian

Dalam penelitian ini objek yang dipilih adalah konsumen di Magnolia Coffee And Space yang berada di Kepuharjo Kabupaten Lumajang, alasan peneliti melakukan penelitian pada Magnolia Coffee and Space karena setelah di lakukannya wawancara dengan pemilik / owner cafe peneliti menemukan sebuah fenomena atau permasalahan yaitu Magnolia Coffee and Space selalu mengalami peningkatan penjualan ketika mereka mengadakan *event* tertentu dan Magnolia selalu mengalami penurunan penjualan ketika tidak adanya promosi *event*. Hal ini menjadi dasar alasan utama peneliti memilih Mganolia Coffee and Space sebagai tempat penelitian.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Misalnya produsen suatu produk minuman hendak mengenalkan perilaku konsumen terhadap produk tersebut, maka diadakan wawancara atau pengisian

lembar kuesioner pada pelanggannya menurut Husein Umar (2011:42) dalam (Timur, 2019)

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung berupa hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen Magnolia Coffee and Space. Kuesioner berisi tentang desain *interior*, inovasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Magnolia Coffee and Space Kabupaten Lumajang

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa penelitian berasal dari internal dan data eksternal, sebagai berikut :

a. Data Internal

Data internal merupakan Hendrayadi (2015) dalam Maulidyah, (2021) merupakan data yang menggambarkan suatu keadaan perusahaan seperti data internal yang meliputi data personalia, data keuangan, data inventaris, data produksi, data penjualan dan sebagainya. Data internal yang digunakan berupa data peminat Magnolia Coffee and Space Kabupaten Lumajang yang tergambar pada hasil kuesioner.

b. Data Eksternal

Data Eksternal menurut Hendrayadi (2015) dalam Maulidyah, (2021) data eksternal adalah data yang menggambarkan keadaan atau kegiatan diluar perusahaan biasanya meliputi daya beli, perkembangan harga, data konsumsi, sikap konsumen, preferensi merek, dan sebagainya. Data eksternal dari penelitian ini adalah penelitian terdahulu yang berasal dari jurnal maupun artikel yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, buku-buku, dan media internet.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019a:145) “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 kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini populasinya adalah para konsumen di Magnolia Coffee and Space Kabupaten Lumajang

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono, (2019a:146) menjelaskan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya pada keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti akan menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”

Teknik sampling menurut (Sugiyono, 2019c:148) merupakan “Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*, dengan teknik yang dipilih adalah Teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah salah satu bagian dari *probability sampling* dimana sampel ditentukan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan ditemui peneliti serta cocok sebagai sumber data dapat digunakan sampel (Sugiyono, 2019:53). Menurut (Sugiono, 2014:66) menjelaskan bahwa “*accidental*

sampling adalah teknik untuk menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika dilihat orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data”.

Menurut Sugiyono (2008:91) dalam Rosidin, (2021) metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode yang dikembangkan oleh *Roscoe*. Memberikan saran tentang ukuran sampel penelitian antara lain :

1. Ukuran sampel yang layak pada penelitian antara 30 sampai dengan 500
2. Apabila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria, wanita, pegawai negeri, swasta dan lain- lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30
3. Apabila didalam penelitian melakukan analisis multivariate (misalnya korelasi atau regresi berganda) maka jumlah anggota sampel minimal 20 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel $20 \times 4 = 80$
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, digunakan dalam kelompok eksperimen dalam kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing – masing 10 sampai 20
5. Analisis yang digunakan dalam penelitian yaitu analisis multivariate merupakan regresi linier berganda yang terdiri dari 3 variabel independen dan 1 variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil adalah $20 \times 4 = 80$ orang.

Berdasarkan pendapat diatas sampel yang digunakan penelitian ini merujuk pada jumlah variabel, yaitu tiga variabel independen dan satu variabel dependen, maka dalam penelitian terdapat empat variabel. Sampel yang diambil sebanyak empat variabel x 20 responden = 80 sampel responden. Jadi dalam penelitian ini peneliti

mengambil 80 orang responden sebagai sampel penelitian yang melakukan pembelian di Magnolia Coffee and Space Kabupaten Lumajang.

Pada penelitian ini peneliti menentukan sampel dengan pertimbangan atau kriteria. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yakni :

- a. Responden adalah konsumen yang berusia 17 tahun keatas karena konsumen yang tidak memenuhi kriteria tersebut tidak dapat mengisi secara optimal
- b. Responden merupakan konsumen dari Magnolia Coffee and Space Kabupaten Lumajang.

Dari kriteria yang sudah disebutkan dapat diperoleh beberapa konsumen yang dapat dijadikan dalam sampel penelitian.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019e) “variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh penelitian untuk diselidiki sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini ada dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen, sebagai berikut :

a. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2012:59) dalam Hasan, (2018) “variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”

Variabel ini dilambangkan dengan (X) variabel ini memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependennya. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah :

1. Desain *Interior* (X1)
2. Inovasi Produk (X2)
3. Kualitas Pelayanan (X3)

b. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono, (2019e:75) variabel dependen adalah “Variabel ini sering disebut variabel output, sebagai variabel terikat variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang akan menjadi akibat. Karena adanya variabel bebas”.

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

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah pernyataan yang mengartikan atau memberi makna suatu konsep istilah tertentu (Paramita, 2021:41). Definisi konseptual dari masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Desain Interior (X1)

Menurut Suptandar (1999) dalam Eka Putra et al., (2022) mengemukakan bahwa desain interior merupakan karya arsitek atau desainer yang khusus menyangkut bagian dalam dari suatu bangunan bentuk-bentuknya sejalan perkembangan ilmu dan teknologi yang dalam proses perancangan selalu dipengaruhi aspek-aspek geografi setempat dan kebiasaan-kebiasaan sosial yang diwujudkan dalam gaya kontemporer.

b. Inovasi Produk (X2)

Menurut Yuningsih dan Sulaningsih (2020:18) dalam Ian Darmawan, (2022) mendefinisikan inovasi adalah pengenalan dan penerapan dengan sengaja gagasan, proses, produk dan prosedur baru pada unit yang menerapkannya, yang dirancang untuk memberikan keuntungan bagi individu, kelompok, organisasi, dan masyarakat luas.

c. Kualitas Pelayanan (X3)

Kasmir (2017:64) dalam Fadli, (2021) pelayanan yang baik merupakan kemampuan yang dimiliki perusahaan atau toko dalam memberikan pelayanan yang dapat memuaskan konsumen sesuai dengan keinginannya.

d. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Alma (2013) dalam Jurnal Rahmawati & Hidayah (2021) keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh banyak hal. Oleh karena itu, model konsumen dibentuk berdasarkan pengaruh lingkungan. Keputusan pembelian dipengaruhi beberapa faktor yaitu budaya, kelas sosial, keluarga, dan pergaulan (kelompok *afinitas*)

3.5.3 Definisi Operasional

Menurut (Paramita 2021:42) definisi operasional adalah penjelasan bagaimana sebuah variabel akan dioperasionalkan atau diketahui nilainya pada penelitian. Definisi operasional variabel merupakan penguraian variabel secara operasional menurut peneliti dengan mengacu ada pendapat para ahli disertai indikator-indikator variabel termasuk skala pengukuran. Definisi operasional yang akan dijelaskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Desain Interior

Desain interior merupakan karya arsitek atau desainer yang khusus menyangkut bagian dalam dari suatu bangunan, bentuk-bentuknya sejalan perkembangan ilmu dan teknologi yang dalam proses perancangan selalu dipengaruhi aspek-aspek geografi setempat dan kebiasaan-kebiasaan sosial yang diwujudkan dalam gaya-gaya kontemporer, yang terdiri atas indikator menurut (Wardani & Fitra, 2023) yakni tata ruang, tata warna, pencahayaan, sirkulasi udara (ventilasi), dan tata suara (akustik)

b. Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan ide atau produk apapun yang dirasakan oleh calon pembeli sebagai sesuatu yang baru, yang terdiri indikator penjelasan dari Wahyu et al., (2020) yaitu keunggulan relatif, kesesuaian, ketercobaan, keterlihatan

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah pelayanan sebagai setiap kegiatan yang manfaatnya dapat diberikan dari satu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya tidak berwujud (*intangible*) dan tidak berakibat pemilikan sesuatu, yang terdiri atas indikator yang dijelaskan Lupiyoadi (2013) dalam (Arisona et al., 2019) antara lain kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik

d. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan fase dari proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli, yang terdiri atas indikator Sudaryono (2016:110) dalam (Prayoga, 2020) antara lain pengenalan, pencarian, evaluasi, keputusan pembelian

3.6 Instrumen Penelitian

Berdasarkan penjelasan Sugiyono (2015:148) dalam Purwoningsih (2020) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diminati. Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah skala ordinal. Skala ordinal adalah skala pengukuran yang menunjukkan kategori dengan cara mengurutkan kategori dan mengurutkan data dari yang tertinggi sampai yang terendah tanpa memperhatikan jarak menurut Lupiyadi dan Iksan (2015:29) dalam (Purwoningsih, 2020)

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Dalam penelitian ini ada 4 instrumen yaitu :

- 1) Instrumen untuk mengukur Desain Interior
- 2) Instrumen untuk mengukur Inovasi Produk
- 3) Instrumen untuk mengukur Kualitas Pelayanan
- 4) Instrumen untuk mengukur Keputusan pembelian

Dalam penelitian ini instrumen penelitian beserta skala pengukurannya akan disajikan dalam tabel 3.1

Tabel 3. 1 Intrumen Penelitian

N	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Desain Interior	1. Tata letak 2. Tata warna 3. Pencahayaan 4. Sirkulasi Udara (Ventilasi) 5. Tata suara (Akustik)	a.Magnolia Coffee and Space menyediakan berbagai ruangan dan tempat untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumen	Ordinal	(Wardani & Fitra, 2023)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			<p>b. Warna/Corak yang terdapat pada tembok/dinding, lantai, dan langit-langit pada ruang Magnolia Coffee and Space menggambarkan suasana yang santai dan rileks</p> <p>c. Intensitas pencahayaannya memberikan kesan menarik dan indah diabadikan bagi konsumen Magnolia Coffee and Space</p> <p>d. Ventilasi udara/Ac (Air Conditioner) di Magnolia Coffee and Space efektif dapat memberikan kesan sejuk bagi setiap konsumen</p> <p>e. Penambahan konsep akustik memberikan suasana hati yang santai dan nyaman terhadap konsumen di Magnolia Coffee and Space</p>		
2.	Inovasi Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keunggulan relative 2. Kesesuaian 3. Ketercobaan 4. Keterlihatan 	<ol style="list-style-type: none"> a. Produk di Coffee and Space memiliki keunggulan rasa dibanding produk usaha yang sejenis. b. Produk di Magnolia Coffee and Space memiliki rasa yang 	Ordinal	(Wahyu et al., 2020; Wardani & Fitra, 2023)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			sesuai dengan selera konsumen c. Inovasi produk mengikuti perkembangan trend yang berlangsung d. Magnolia Coffee and Space memiliki kemasan yang unik serta mudah dikenali		
3.	Kualitas Pelayanan	1. Kehandalan 2. Daya tanggap 3. Jaminan dan kepastian 4. Empati 5. Bukti fisik	a. Karyawan Magnolia Coffee and Space Kabupaten Lumajang berpenampilan rapi dan menarik b. Magnolia Coffee and Space Lumajang merespon permintaan konsumen dengan cepat dan tepat c. Apabila terdapat masalah pada makanan, Magnolia Coffee and Space Kabupaten Lumajang menjamin penukaran makanan dengan yang baru d. Karyawan Magnolia Coffee and Space Kabupaten Lumajang tidak pilih kasih saat	Ordinal	Lupyadi (2013) dalam (Arisona et al., 2019)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			<p>melayani konsumen. e. Karyawan Magnolia Coffee & Space Kabupaten Lumajang melayani konsumen dengan ramah, sopan dan profesional</p>		
4.	Keputusan Pembelian	<p>1. Pengenalan kebutuhan atau masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan Pembelian</p>	<p>a. Magnolia Coffee and Space mampu memenuhi kebutuhan konsumen. b. Konsumen selalu mencari informasi terkait Magnolia Coffee and Space Kabupaten Lumajang c. Konsumen Magnolia Coffee and Space membandingkan beberapa cafe atau produk sebelum memutuskan untuk membeli d. Konsumen memutuskan untuk membeli makanan di Magnolia Coffee and Space Kabupaten Lumajang.</p>	Ordinal	Sudaryono (2016:110) dalam (Prayoga, 2020)

Sumber : diolah peneliti 2025

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Observasi

Menurut penjelasan Sugiyono (2015:196) dalam Purwoningsih (2020) observasi adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri-ciri tertentu jika dibandingkan dengan teknik yang lain, seperti wawancara dan kuesioner berhubungan langsung atau berkomunikasi dengan seseorang, maka observasi tidak terbatas dengan orang akan tetapi juga objek-objek alam yang lain. Observasi di dalam penelitian ini dilakukan dengan cara datang langsung ke tempat atau lokasi yang dijadikan sebagai objek penelitian.

3.7.2 Kuesioner

Menurut Wijaya (2016) dalam Cahyo et al., (2019) menyatakan kuesioner adalah suatu Teknik pengumpulan data atau informasi melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan yang dapat ditunjukkan ke seseorang atau sekelompok orang dalam organisasi untuk mendapatkan tanggapan atau jawaban yang akan dianalisis oleh pihak yang memiliki tujuan tertentu, melalui kuesioner, pihak tersebut dapat mempelajari hasil timbal balik yang diberikan oleh responden dan berupaya mengukur apa yang bisa ditemukan dalam proses pelaksanaan pengisian kuesioner, selain itu juga untuk menentukan seberapa luas atau terbatasnya sentiment yang akan disampaikan dalam suatu kuesioner. Kuesioner digunakan oleh peneliti agar memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian serta perilaku responden. Sehingga dengan adanya kuesioner peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam-macam karakteristik responden. Pada penelitian ini yang digunakan yaitu skala *likert*

Skala *likert* dipakai untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi seseorang ataupun sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial menurut Sugiyono, 2015:136) dalam (Purwoningsih, 2020). Riset – riset pemasaran yang menggunakan metode survey dan dapat dikategorikan sebagai skala *interval*. Skala *likert* dianalisis sebagai berikut:

SS	=	Sangat Setuju	Skor	5
ST	=	Setuju	Skor	4
N	=	Netral	Skor	3
RG	=	Ragu-Ragu	Skor	2
STS	=	Sangat Tidak Setuju	Skor	1

3.8 Teknik Analisis Data

Noeng Muhadjir (1988:104) dalam Rijali (2019) menjelaskan bahwa analisis data sebagai Upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna.

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reabilitas terlebih dahulu. Selanjutnya dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari multikolinieritas (*multicollinearity*) dan heteroskedastisitas (*heteroskedasticity*). Dalam penelitian ini peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan program SPSS.

3.8.1 Pengujian Instrumen

a. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode statistik untuk analisis data di mana data yang terkumpul dideskripsikan secara tepat tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistic deskriptif antara lain penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, pictogram, standar deviasi, maksimum dan minimum (Sugiono, 2014)

b. Uji Validitas

Menurut Umar (2011:166) dalam Purwoningsih, (2020) uji validitas digunakan untuk memeriksa apakah kuesioner mengandung pertanyaan yang harus dibuang atau diganti karena tidak relevan. Prosedur yang digunakan untuk mengukur validitas adalah sebagai berikut :

- 1) Melakukan uji coba kuesioner, 80 responden menjawab pertanyaan. Jika ada setidaknya 80 responden, distribusi poin (nilai) akan lebih mendekati kurva normal.
- 2) Siapkan tabel jawaban
- 3) Gunakan rumus korelasi product moment untuk menghitung hubungan antara data pada masing-masing pernyataan dan skor total, yang rumusnya sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n = jumlah observasi atau responden

X = variabel bebas

Y = variabel terikat

Sugiyono (2008:134) dalam Purwoningsih, (2020) syarat minimum untuk data kuantitatif dianggap terpenuhi jika r minimal 0,3. Dengan kata lain, jika hubungan antara butir-butir yang terdapat dalam instrumen diberi label tidak valid.

c. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2008:137) dalam Purwoningsih, (2020) mengemukakan bahwa reliabilitas adalah metode analisis yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner yang disajikan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda. Jika pengukuran dilakukan pada waktu yang berbeda pada orang yang sama. Penggunaan kuesioner secara berulang-ulang memastikan bahwa kuesioner tersebut dapat diandalkan atau reliabilitas menurut Nugroho (2011:11) dalam (Purwoningsih, 2020) uji reliabilitas dapat dilakukan apabila melihat koefisien Cronbach Alpha. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel 3.2 sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval Alpha Croncbach	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	0,081 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Yohanes Anton Nugroho (2011:33)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Purnomo, (2019:49) dalam Rosidin, (2021) menjelaskan bahwa uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistic yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Ada beberapa alat uji yang sering digunakan dalam uji asumsi klasik diantaranya yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokolerasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah nilai residual terdistribusi secara normal. Model regresi yang seimbang memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila signifikan lebih dari 0,05 atau 5%, maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil Uji *One Sample Kolmogrov Smirnov* menghasilkan nilai signifikan kurang dari 0,05 atau 5% maka data tidak memiliki distribusi normal (Puromo 2019:56) dalam (Rosidin, 2021).

1. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal
2. Jika probabilitas $< 0,05$ maka dinyatakan tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel independen dalam suatu model regresi linier berganda. Menurut Purnomo (2019:57) dalam (Rosidin, 2021) bahwa “uji multikolinearitas juga dilakukan untuk menghindari penarikan kesimpulan mengenai pengaruh uji parsial masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen”

Menurut Purnomo (2019:57) dalam (Rosidin, 2021) Beberapa kriteria untuk mendeteksi multikolinearitas pada satu model adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak berkurang 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 independent kurang dari 0,70 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Jika lebih dari 0,70 maka diasumsikan terjadi kolerasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinearitas.
3. Jika nilai koefisien determinasi, baik nilai R^2 maupun *adjusted* R^2 diatas 0,60 namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka diasumsikan model terkena multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan sebagai melihat apakah terdapat ketidaksamaan *varians* dari residual sat uke pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi heteroskedastisitas bisa dilakukan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual nya). Model yang baik

didapatkan apabila terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di Tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Menurut Purnomo (2019:59) dalam (Rosidin, 2021).

Dalam pengambilan keputusan dengan kriteria adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai $(sig) > 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi
2. Jika nilai $sig < 0,05$ maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.8.3 Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

Menurut Siregar (2013:301) dalam Reganata, (2020) regresi berganda merupakan suatu pengembangan dari regresi linier berganda, yaitu alat yang sama-sama bisa digunakan untuk memperjelas suatu pengaruh dari satu variabel independen terhadap variabel dependen

Menurut Kurniawan (2014:194) dalam Reganata, (2020) berikut bentuk umum dari persamaan ini, yaitu :

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

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

α : Koefisien konstanta

X_1 : nilai variabel independen pertama

X_2 : nilai variabel independen kedua

X_3 : nilai variabel independen ketiga

β_1 : koefisien regresi variabel independen pertama

β_2 : koefisien regresi variabel independen kedua

β_3 : koefisien regresi variabel independent ketiga

e : error

3.8.4 Uji F (Kelayakan Model)

Menurut Ferdinand (2014:239) uji model dilakukan untuk melihat apakah model yang dianalisis memiliki Tingkat kelayakan model yang tinggi yaitu variabel-variabel yang digunakan model mampu untuk menjelaskan fenomena yang dianalisis atau di uji f digunakan untuk melihat apakah model regresi yang ada layak atau tidak, layak artinya model model regresi yang ada dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, hedonis dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini dilakukan dengan melihat pada regresi dengan membandingkan *mean square* dari *regression* dan *mean square* dari residual, sehingga diperoleh hasil yang disebut F_{hitung}

$$F = \frac{MS Regression}{MS Residual}$$

Hasil pembagian antara *mean square* regresi dengan *mean square* residual akan diperoleh nilai F. Nilai F dieknl dengan F_{hitung} dalam uji hipotesis yang kemudian akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut:

- 2) Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau jika $sig \leq 0,05$ (5%) artinya model regresi dinyatakan layak atau diterima untuk menjelaskan variabel bebas (desain interior, inovasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian)
- 3) Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau jika $sig \geq 0,05$ (5%) artinya model regresi dinyatakan ditolak atau tidak layak untuk menjelaskan variabel bebas (desain interior,

inovasi produk, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) dimaksudkan 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). Jika koefisiensi determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen. Karena variabel pada penelitian ini lebih dari 2 (dua) maka koefisiensi determinasi yang digunakan *R square* (Hidayah, 2021)

Dari Koefisien Determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besar sumbangan dari beberapa variabel X (desain interior, inovasi produk dan kualitas pelayanan) terdapat variasi naik turunnya variabel Y (keputusan pembelian) yang biasanya dalam presentase (%)

3.8.6 Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan teknik analisis regresi linier berganda, dilakukan pengujian hipotesis yang berguna untuk mengetahui apakah variabel independen (desain interior, inovasi produk, dan kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Serta diantara variabel independen mana yang dominan terhadap variabel dependen.

Menurut Lupiyoadi dan Iksan (2015:168) dalam (Purwoningsih, 2020) menjelaskan bahwa uji t (uji parsial) digunakan untuk menguji sebuah variabel

bebas apakah memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui apakah variabel bebas yang terdiri atas desain *interior*, inovasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian secara parsial yang diuji dengan cara signifikan. Berikut langkah – langkah pengujian hipotesis :

1. Merumuskan hipotesis

Hipotesis pertama

H₁: terdapat pengaruh desain *interior* yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Magnolia Coffee & Space Kabupaten Lumajang

H₂: terdapat pengaruh inovasi produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Magnolia Coffee & Space Kabupaten Lumajang

H₃: terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Magnolia Coffee & Space Kabupaten Lumajang

2. Menentukan level signifikansi $\alpha = 5\%$

3. Menentukan nilai b, jika nilai b = 0 maka tidak berpengaruh, jika nilai b > 0 maka berpengaruh

4. Menentukan kriteria pengujian

Apabila t hitung > t tabel, maka H₀ di tolak dan H_a diterima

Apabila t hitung < t tabel, maka H₀ diterima dan H_a ditolak

5. Menentukan nilai t hitung dengan rumus :

$$T \text{ hitung} = t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien}\beta}{\text{Standart error}}$$

6. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel}