

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan disalah satu restoran yaitu restoran Kampung Daun, Kabupaten Bandung Barat. Penelitian ini menganalisis bagaimana pengaruh *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian yang menjadi variable bebas atau *independence variable (X)* adalah *Store Atmosphere* dengan dimensi *exterior(X1)*, *interior(X2)*, *interior POP display(X3)*, *storelayout(X4)*

Sedangkan yang menjadi variable terikat atau *dependent variable (Y)* yaitu keputusan pembelian dengan indikator pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penyalur, pemilihan waktu pembelian, pemilihan dan metode pembayaran. Subjek penelitian dilakukan di Restoran Kampung Daun, dan menjadikan konsumen sebagai responden yang akan memberikan penilaian secara objektif

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini cocok untuk membahas rumusan masalah yang ada. Menurut Leedy dalam (Rai Utama. 2012:117) penelitian adalah suatu proses untuk mendapat jawaban terhadap suatu pertanyaan, penyelesaian permasalahan terhadap suatu fenomena yang memiliki ciri sistematis dan faktual. Sedangkan menurut Masyuri (2008:12) penelitian kuantitatif yakni penelitian yang mementingkan rekam data sebanyak-banyaknya dari jumlah populasi yang luas dan tidak terlalu menitikberatkan pada kedalaman data, juga didominasi oleh peran statistik dalam pemecahan masalahnya

Berdasarkan variabel yang diteliti, metode yang dianggap cocok dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan membuat deskripsi atas suatu fenomena sosial atau alam secara sistematis, faktual, dan akurat (Wardiyanta.2010:5). Sedangkan metode penelitian verifikatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memeriksa

kebenaran laporan hasil penelitian. Penelitian verifikatif pada dasarnya memprediksi dan menjelaskan hubungan atau pengaruh dari satu variabel ke variabel lain melalui pengumpulan data di lapang.

Maka dari itu penelitian ini akan menggunakan penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif verifikatif. Hal ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian melalui data yang diperoleh dari konsumen Restoran Kampung Daun melalui penyebaran angket.

### 3.3 Operasional Variabel

Menurut Sugiono (2013, hlm.39) bahwa “Operasional Variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam suatu penelitian agar dapat membedakan konsep analisis maka perlu adanya penjabaran melalui konsep operasional variable. Adapun variable yang akan diuji adalah pengaruh *store atmosfer* terhadap keputusan pembelian. Secara lebih rinci operasional masing-masing variable itu dapat terlihat dalam table berikut :

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Konsep teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	skala	No Item
<b>Store atmosphere (X)</b>	Utami (2008: 127) dalam Jasniko (2013), <i>store atmosphere</i> merupakan kombinasi dari karakteristik fisik seperti arsitektur, tata letak ( <i>display</i> ), pencahayaan, warna, temperatur, musik, serta aroma yang bertujuan untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan, dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang.				
<b>Exterior (X1)</b>	Karakteristik eksterior mempunyai pengaruh yang kuat pada citra toko tersebut, sehingga harus direncanakan dengan sebaik mungkin.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Storefront (bagian depan toko), mencerminkan keunikan, kematangan dan kekokohan yang berada di luar toko</li> <li>• <i>Marque</i></li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Storefront (bagian depan toko) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kamenarikan bagian depan restoran</li> </ul> </li> <li>2. <i>Marque</i> (simbol)</li> </ol>	<b>Intrvl</b>	<b>1</b>

Variabel	Konsep teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	skala	No Item
		(simbol), suatu tanda yang digunakan untuk memajang nama atau logo suatu toko	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kejelasan papan nama restoran</li> <li>Kemenarikan papan nama restoran</li> </ul>		2
		<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Extrance</i> (pintu),</li> <li><i>Display window</i> (tampilan jendela)</li> <li><i>Height and size building</i> (tinggi dan ukuran gedung)</li> </ul>	3. <i>Extrance</i> (pintu) <ul style="list-style-type: none"> <li>Kemenarikan desain gapura / pintu</li> </ul>		3
		<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Surrounding area</i> (lingkungan sekitar), Lingkungan sekitar toko dapat mengisyaratkan kisaran harga, tingkat pelayanan dan lainnya</li> <li><i>Parking</i> (tempat parkir), tempat parkir yang luas, gratis dan dekat dengan toko akan menciptakan citra positif</li> </ul>	4. <i>Surrounding area</i> (lingkungan sekitar) <ul style="list-style-type: none"> <li>Lingkungan eksterior restoran dalam keadaan bersih dan nyaman</li> </ul>	intrvl	4
			5. <i>Parking</i> (tempat parkir) <ul style="list-style-type: none"> <li>Ketersediaan area parkir yang luas.</li> <li>Kedekatan antara parkir dengan pintu memasuki restoran</li> </ul>		5
					6
					7

Variabel	Konsep teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	skala	No Item
<b>General Interior (bagian dalam toko) (X2)</b>	Display yang baik adalah <i>display</i> yang dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu mereka agar mudah mengamati, memeriksa, memilih barang, dan akhirnya melakukan pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Flooring</i> (lantai), Penentuan jenis lantai, ukuran, desain dan warna lantai dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap citra toko</li> <li>• <i>Color and lightening</i> (warna dan pencahayaan), Pencahayaan yang terang dengan warna yang cerah berkontribusi menciptakan suasana yang berbeda dari pada pencahayaan berwarna patel atau dinding putih polos</li> <li>• <i>Scent and sound</i> (aroma dan musik), sangat mempengaruhi suasana hati konsumen. Suatu restoran dapat</li> </ul>	<p>6. <i>Flooring (lantai)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemenarikan jenis lantai yang dipakai</li> <li>• Kemenarikan desain lantai yang dipakai</li> </ul> <p>7. Colour and lightening (warna dan pencahayaan)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian warna bangunan dengan konsep restoran.</li> <li>• Interior restoran memiliki pencahayaan yang cukup.</li> </ul> <p>8. Scent and saound (aroma dan musik)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kesesuaian aroma pewangi ruangan</li> <li>• Tingkat pengaruh pewangi terhadap selera makan</li> </ul>	<b>Intrvl</b>	<p>8</p> <p>9</p> <p>10</p> <p>11</p> <p>12</p> <p>13</p>

Variabel	Konsep teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	skala	No Item
		menggunakan aroma makanan untuk meningkatkan selera makan orang-orang.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kesesuaian play list musik dengan konsep restoran.</li> </ul>		14
		<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Fixture</i> (penempatan), Peletakan dan penyusunan peralatan toko harus direncanakan dengan baik</li> </ul>	9. <i>Fixture</i> (penempatan) <ul style="list-style-type: none"> <li>Penempatan barang restoran (bangku meja) tersusun rapih</li> </ul>		15
		<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Wall texture</i> (teksture tembok), Pemilihan tekstur dinding juga dapat mempengaruhi peningkatan dan penurunan kesan dari konsumen terhadap suatu toko.</li> </ul>	10. <i>Wall texture</i> (texture tembok) <ul style="list-style-type: none"> <li>Desain dinding yang menarik</li> <li>Texture dinding restoran yang baik</li> </ul>	intrvl	16
		<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Temperature</i> (suhu udara), Suhu udara juga sangat mempengaruhi suasana hati konsumen</li> </ul>	11. Temperatur (suhu udara) <ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kesesuaian suhu restoran</li> </ul>		17
		<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Width of aisless</i> (lebar gang), Lebar jarak ditoko harus</li> </ul>	12. <i>Width of aisles</i> (lebar gang)		18

Variabel	Konsep teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	skala	No Item
		diperhatikan oleh pemilik toko, agar konsumen merasa nyaman ketika akan berkeliling toko dan melihat-lihat			
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Personel</i> (pramusaji), Karyawan yang sopan, rapi, berpengetahuan dapat membuat <i>atmosphere</i> yang positif.</li> </ul>	<p>13. <i>Personel</i> (pramusaji)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keramahan waiter / waitress dalam pelayanan</li> </ul>		19
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Price Levels and Displays</i> (label harga), Label harga harus dicantumkan pada produk</li> </ul>	<p>14. <i>Price levels and displays</i> (label harga)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kejelasan harga pada menu yang disediakan</li> </ul>	Intrvl	20
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Technology modernization</i> (teknologi), Penggunaan teknologi yang terus diperbaharui dapat mengesankan konsumen dalam pelaksanaan kegiatan operasional toko yang</li> </ul>	<p>15. <i>Technology</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reservasi online bisa dilakukan dengan mudah</li> </ul>		21

Variabel	Konsep teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	skala	No Item
		<p>cepat dan efisien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Cleaness</i> (kebersihan), Kebersihan dapat menjadi pertimbangan utama bagi konsumen untuk berbelanja di toko tersebut</li> </ul>	<p>16. <i>Cleaness</i> (kebersihan)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebersihan restoran yang terjaga</li> </ul>	Intrvl	22
<b>Store Layout (tata letak toko) (X3)</b>	Pengelola harus mempunyai rencana dalam penentuan lokasi dan fasilitas toko. Pengelola toko juga harus memanfaatkan ruangan toko yang seefektif mungkin	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tata letak</li> </ul>	<p>17. Tata letak</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenyamanan tata letak restoran</li> <li>• Kemenarikan tata letak restoran</li> </ul>	Intrvl	23 24
<b>Interior Point of Purchase (POP) Display (X4)</b>	Mempunyai dua tujuan utama dalam penataannya yaitu memberikan informasi kepada konsumen dan menambah store atmosphere	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theme setting display</li> </ul>	<p>18. <i>Theme setting display</i>(tema restoran)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian dekorasi dengan konsep yang diusung oleh restoran</li> </ul>	Intrvl	25
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk menevaluasi dua atau lebih perilaku alternative dan memilih salah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pilihan Merek</li> </ul>	<p>19. Kepercayaan pada restoran</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertimbangan pembelian berdasarkan kepercayaan terhadap restoran</li> </ul> <p>20. Popularitas restoran</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertimbangan pembelian berdasarkan popularitas restoran</li> </ul>	Intrvl	26 27



Variabel	Konsep teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	skala	No Item
			28. Kemudahan transaksi secara credit <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemudahan dalam pembayaran credit</li> </ul>		35

*Sumber: Data diolah penulis 2018*

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data menurut Arikunto (2010, hlm. 172), subjek dimana data dapat diperoleh. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer menurut Siregar (2012, hlm. 128) adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian. Data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi ke tempat penelitian. Untuk melengkapi data primer maka digunakan data sekunder, menurut Siregar (2012, hlm. 128) data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan organisasi yang buka pengolahnya. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan mempelajari berbagai tulisan yaitu buku, jurnal, dan sumber dari internet.

**Tabel 3.2**  
**Sumber Data Penelitian**

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Data Kunjungan Wisatawan Nasional	Sekunder	Kementrian Pariwisata Republik Indonesia
2	Data Kunjungan Wisatawan Jawa Barat	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat
3	Jumlah Restoran, Rumah Makan, dan Cafe di Kabupaten Bandung Barat	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat
4	Data Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kampung Daun	Sekunder	Manajemen Restoran Kampung Daun
5	Profil Restoran Kampung Daun	Sekunder	Manajemen Restoran Kampung Daun
6	Tanggapan Konsumen	Priemer	Konsumen Restoran Kampung Daun

Ahmad Fauzi Gumilang, 2019

**ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTO KAMPUNG DAUN KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	mengenai <i>store atmosphere</i> di Restoran Kampung Daun		
7	Tanggapan Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian	Primer	Konsumen Restoran Kampung Daun

*Sumber: Data diolah oleh peneliti 2018*

### 3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampling

#### 3.5.1 Populasi

Menurut Sugiono (2012, hlm. 61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. Berdasarkan data yang didapat, maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kampung Daun sebanyak 206.216 pengunjung atau rata-rata perbulan sebanyak 12.310 pengunjung

#### 3.5.2 Sampel

Menurut Sugiono (2012, hlm. 62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Agar memperoleh sampel yang responsive dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memilih peluang yang sama menjadi sampel. Namun dalam pelaksanaan penelitian ini, tidak semua populasi dapat diteliti oleh penulis dikarenakan adanya beberapa keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, yaitu:

1. Keterbatasan biaya
2. Keterbatasan tenaga
3. Keterbatasan waktu yang disediakan

Maka dari itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti. Menurut Sugiono (2012, hlm. 62) bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang

diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel dan populasi harus benar-benar *representative* (mewakili).

### 3.5.3 Teknik Penarikan Sampling

Menentukan ukuran sampel pada penelitian ini, dalam buku Ferdinand (2016, hlm. 46) mengatakan jumlah sampel adalah jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jadi bila terdapat 20 indikator, besarnya sampel adalah antara 100-200 responden. Dalam penelitian ini akan dilakukan penyebaran kuesioner dengan jumlah responden 100. Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel yang dapat mewakili dari populasi (Riduwan, 2012, 57). Untuk mengetahui sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*.

Peneliti akan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan *putposive sampling*. Teknik ini digunakan karena peneliti memiliki pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampel. Peneliti menggunakan rumus slovin dari Taro Yamane dengan jumlah kunjungan 12.310 pengunjung perbulannya. Menurut Riduwan (2012:65) rumus slovin dari Taro Yamane adalah sebagai berikut :

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

Dimana  $n$  = Jumlah Sampel

$N$  = Jumlah Populasi

$d^2$  = Presisi yang ditetapkan sebesar 10%

Berdasarkan rumus diatas, diketahui jumlah kunjungan pelanggan sebanyak 12.310 orang perbulannya, dengan presisi 10%, maka perhitungan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{12.310}{12.310 \cdot 0.01 + 1} = 99,19 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka jumlah sampel yang menjadi responden sebanyak 100 orang yang diambil dari konsumen Restoran Kampung Daun.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

#### **1. Teknik Observasi**

Teknik Observasi menurut Abdurahman (2011, hlm. 38) merupakan salah satu teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti, baik dalam situasi buatan yang secara khusus diadakan (laboratorium) maupun dalam situasi alamiah atau sebenarnya (lapangan). Sedangkan pelaksanaan observasinya menggunakan cara observasi langsung, yaitu observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap objek peneliti secara langsung (tanpa perantara).

#### **2. Teknik Wawancara**

Teknik wawancara menurut Abdurahman (2011, hlm. 38) merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan Tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung secara bertatap muka (*personal face to face interview*) dengan sumber data (responden).

#### **3. Kuesioner**

Menurut Sugiono (2012, hlm. 142), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dipandang dari cara menjawabnya kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, menurut Arikunto (2010, hlm, 195), kuesioner tertutup adalah kuesioner yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Bentuk kuesionernya menggunakan pilihan ganda.

Dalam teknik kuesioner ini responden tinggal memilih jawaban yang menurut responden paling tepat sesuai alternative jawaban yang disediakan. Menurut Arikunto

(2010, hlm. 209) prosedur yang ditempuh dalam pengadaan instrumen yang baik adalah :

- a. Perencanaan, meliputi perumusan tujuan, menentukan variabel, ketegorisasi variabel.
- b. Penulisan bulir soal, atau item kuesioner, menyusun skala, penyusunan pedoman wawancara.
- c. Penyuntingan, yaitu melengkapi instrument dengan pedoman mengerjakan surat pengantar, kunci jawaban, dan lain-lain jika perlu.
- d. Uji coba, baik dalam skala kecil maupun besar. Dala penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner kepada 30 responden.
- e. Penganalisaan hasil, analisis item, melihat pola jawaban peninjauan saran-saran, dan sebagainya.
- f. Mengadakan revisi terhadap item-item yang dirasa sudah baik, dan mendasarkan diri pada data yang diperoleh sekatu uji coba.

### 3.7 Rencana Uji Validitas dan Realibilitas

#### 3.7.1 Uji Validitas

Skala pengukuran dapat dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang harus di ukur. Uji validitas ini dilakukan mengetahui sejauh mana pertanyaan pada angket tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket. Menurut santosodalam Rai Utama (2012:140) dasar pengambilan keputusan untuk menyatakan angket dinyatakan valid adalah jika bila *significant test* butir pertanyaan lebih kecil dari nilai *significancy* yang telah ditetapkan yakni 0.05. instrumen yang telah disusun, disebar dan diisi oleh responden, maka dapat dilakukan pengujian validitas secara statistik. Uji validitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi produk moment(Juliandi, (2014:76), dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:  $r_{xy}$  = Koefisien validitas yang dicari

Ahmad Fauzi Gumilang, 2019

**ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTO KAMPUNG DAUN KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$n$  = Banyaknya responden

$x$  = Skor total

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$  = Jumlah kuadran dalam distribusi X

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadran dalam distribusi Y

Menurut Juliandi (2014:77) langkah-langkah pengujian validitas dengan korelasi adalah sebagai berikut:

1. Korelasikan skor-skor suatu nomor angket dengan skor total seluruh item.
2. Jika nilai korelasi ( $r$ ) yang diperoleh adalah positif, kemungkinan butir yang diujitersebut adalah valid
3. Namun walaupun positif, perlu pula nilai korelasi ( $r$ ) yang dihitung tersebut dilihat signifikannya. Caranya
  - a. Item pertanyaan dinyatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
  - b. Item pertanyaan dinyatakan valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Butir instrument yang tidak valid tidak layak untuk dijadikan item dalam instrument penelitian

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Item pernyataan dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pernyataan dikatakan tidak valid jika,  $r_{hitung} < r_{tabel}$
3. Berdasarkan jumlah angket yang dibagikan ke 30 konsumen Restoran Kampung Daun sebagai responden dengan tingkat kesalahan 10% dan derajat kebebasan-2  $930-2=28$ ) maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Validitas Angket Store Atmosphere**

No	Pernyataan	r tabel	Corrected Item Total Corelation	Keterangan
<b>Exterior</b>				

No	Pernyataan	r tabel	Corrected Item Total Correlation	Keterangan
1.	Kemnarikan bagian depan restoran	0,361	0,651	Valid
2.	Kejelasan papan nama restoran	0,361	0,513	Valid
3.	Kemnarikan papan nama restoran	0,361	0,669	Valid
4.	Kemnarikan desain gapura / pintu	0,361	0,781	Valid
5.	Lingkungan eksterior restoran dalam keadaan bersih dan nyaman	0,361	0,762	Valid
6.	Ketersediaan area parkir yang luas.	0,361	0,581	Valid
7.	Kedekatan antara parkir dengan pintu memasuki restoran	0,361	0,516	Valid
<b>General Interior (Bagian dalam Toko)</b>				
8.	Kemnarikan jenis lantai yang dipakai	0,361	0,583	Valid
9.	Keenarikan desain lantai yang dipakai	0,361	0,692	Valid
10.	Kesesuaian warna bangunan dengan konsep restoran.	0,361	0,509	Valid
11.	Interior restoran memiliki pencahayaan yang cukup.	0,361	0,554	Valid
12.	Tingkat kesesuaian aroma pewangi ruangan	0,361	0,695	Valid
13.	Tingkat pengaruh pewangi terhadap selera makan	0,361	0,724	Valid
14.	Tingkat kesesuaian play list musik dengan konsep restoran.	0,361	0,589	Valid
15.	Penempatan barang restoran (bangku meja) tersusun rapih	0,361	0,66	Valid
16.	Desain dinding yang menarik	0,361	0,688	Valid

No	Pernyataan	r tabel	Corrected Item Total Correlation	Keterangan
17.	Texture dinding restoran yang baik	0,361	0,573	Valid
18.	Tingkat kesesuaian suhu restoran	0,361	0,404	Valid
19.	Keramahan waiter / waitress dalam pelayanan	0,361	0,78	Valid
20.	Kejelasan harga yang tercantum pada menu yang disediakan	0,361	0,594	Valid
21.	Reservasi online bisadilakukan dengan mudah	0,361	0,786	Valid
22.	Kebersihan restoran yang terjaga	0,361	0,701	Valid
<b>Store Layout (Tata Letak Toko)</b>				
23.	Kenyamanan tata letak restoran	0,361	0,694	Valid
24.	Kemenarikan tata letak restoran	0,361	0,541	Valid
<b>Interior Of Point Purchase (POP)</b>				
25.	Kesesuaian dekorasi dengan konsep yang diusung oleh restoran	0,361	0,539	Valid

*Sumber: Data Hasil Penelitian, 2018*

Berdasarkan tabel 3.5 menunjukkan bahwa hasil perhitungan validasi angket responden secara keseluruhan dengan ketentuan keputusan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,361, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan terhadap *store atmosphere* dikatakan valid

**Tabel 3.4**  
**Hasil Validasi Keputusan Pembelian**

No	Pernyataan	r tabel	Corrected Item Total Correlation	Keterangan
26	Pertimbangan pembelian berdasarkan kepercayaan terhadap restoran	0,361	0,606	Valid

No	Pernyataan	r tabel	Corrected Item Total Corelation	Keterangan
27	Pertimbangan pembelian berdasarkan popularitas restoran	0,361	760	Valid
28	Pertimbangan pembelian berdasarkan lokasi restoran strategis	0,361	0,812	Valid
29	Pertimbangan pembelian berdasarkan harga yang terjangkau	0,361	0,865	Valid
30	Pertimbangan pembelian berdasarkan kebersian restoran yang terjaga	0,361	0,621	Valid
31	Pertimbangan pembelian berdasarkan desain resto yang menarik	0,361	0,614	Valid
32	Pertimbangan dalam menentukan pembelian disesuaikan dengan kebutuhan	0,361	0,817	Valid
33	Pertimbangan pembelian dalam menentukan waktu pembelian disesuaikan dengan keinginan	0,361	0,861	Valid
34	Kemudahan dalam pembayaran cash	0,361	0,796	Valid
35	Kemudahan dalam pembayaran credit	0,361	0,691	Valid

*Sumber: Hasil Penelitian, 2018*

Berdasarkan tabel 3.4 menunjukkan bahwa hasil perhitungan validasi angket responden secara keseluruhan dengan ketentuan keputusan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,361, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan terhadap keputusan pembelian dikatakan valid.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Rai Utama, 2012:140) realibilitas menunjukkan pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu. Realibilitas

Ahmad Fauzi Gumilang, 2019

**ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTO KAMPUNG DAUN KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya. Tujuan dari uji realibilitas ini dilakukan guna mengetahui sejauh mana tingkat konsistensi akurasi dan presiktabilitas suatu angket yang dilakukan dalam waktu yang berbeda namun namun penelitian masih sama

Adapun menurut Noor (2013:165) rumus yang tepat untuk digunakan dalam uji realibilitas ini adalah menggunakan *cronbach's alpha* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :  $r_{11}$  = Realibilitas instrument

K = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$  = Jumlah varian butir

$\sigma_1^2$  = Varianss total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai vaian tiap butir, kemudian jumlahkan seperti berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{\sum x^2}{N}}{N}$$

Keterangan : N = Jumlah sampel

$\sigma$  = Banyakna butiran

x = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butiran pertanyaan keputusan uji realibilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan tingkat signifikan 5% maka item pertanyaan tersebut dikatakan reliabel
2. Jika koefisien  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan tingkat signifikan 5% maka item pertanyaan tersebut tidak reliabel

Uji realibiitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur berupa angket yang dirancang dapat digunakan, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur

tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relative sama. Perhitungan realibilitas ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 16.

**Tabel 3.5**  
**Hasil Realibilitas Angket *Store Atmosphere***

Cronbach's Alpha	N of Item
0,754	26

*Sumber: Data Hasil Penelitian, 2018*

Berdasarkan tabel 3.5 hasil dari pengujian realibilitas diatas menunjukkan bahwa seluruh item angket yang disebar mengenai *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian dinyatakan reliabel, karena *cronbach's alpha*  $0,754 > 0,60$ . Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang terdapat pada angket yang digunakan sudah reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa angket yang digunakan untuk mengukur *store atmosphere* sudah memberikan hasil yang konsisten.

**Tabel 3.6**  
**Hasil Realibilitas Keputusan Pembelian**

Cronbach's Alpha	N of Item
0,916	11

*Sumber: Data Hasil Penelitian, 2018*

Berdasarkan tabel 3.6 hasil dari pengujian realibilitas diatas menunjukkan bahwa seluruh item angket yang disebar mengenai keputusan pembelian dinyatakan reliabel, karena *crinbach's alpha*  $0,916 > 0,60$ . Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang terdapat pada angket yang digunakan sudah reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa angket yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian sudah memberikan hasil yang reliabel.

### 3.8 Rencana Uji Analisis Deskriptif dan Verifikatif

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Riduwan (2013,52) tujuan analisis deskriptif intik membuat gambaran secara sistematis data yang faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar fenomena yang diselidiki atau diteliti. Analisis dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian:

1. Analisis deskriptif mengenai *store atmosfer* di Restoran Kampung Daun
2. Analisis deskriptif mengenai kepuasan pembelian

Agar mendapatkan makna yang berguna bagi penyelesaian masalah penelitian, angket yang telah diisi oleh responden haru diolah, untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran presentase yang diambil dari 0%-100%.

**Tabel 3.7**  
**Kriteria Penafsiran Perhitungan Responden**

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak seorangpun
2	1%-25%	Sebagian kecil
3	26%-49%	Hampir sepenuhnya
4	50%	Setengahnya
5	51%-75%	Sebagian besar
6	76%-99%	Hampir seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber : Moch Ali dalam Indira, 2016

#### 3.8.2 Analisis Verifikatif

Variabel dalam penelitian ini disusun dalam bentuk angket, guna melihat penaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Angket yang telah disusun diharapandapat memberikanketerangan data mengenai *store atmosfer* dan keputusan pembelian. Maka dari itu diperlukan analisis regresi sederhana untuk mengetahui besaran variabel *store atmosfer* (X) dan keputusan pembelian (Y).

Langkah yang dilakukan dalam teknik analisis data verifikatif adalah sebagai berikut:

### 3.8.2.1 Uji Normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk dapat mengetahui variabel *dependent*, *independent* atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal, mendekati normal atau tidak normal. Menurut Hussein Umar (2013 : 181). Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independent, atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak normal. Pada penelitian ini pengujian asumsi normalitas dengan menggunakan Kolmogrov-Smirnov.

### 3.8.2.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi mempunyai banyak jenis yang dapat dipilih dalam melakukan penelitian. Peneliti menggunakan analisis korelasi *pearson product moment* (*r*). Selanjutnya menurut Riduwan (2013 : 80) teknik analisis PPM (Pearson Product Moment) termasuk teknik analisis parametrik yang menggunakan data interval dan ratio dengan persyaratan tertentu. Rumus yang digunakan pada korelasi PPM ini adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:  $r_{xy}$  = Koefisien validitas yang dicari  
 n = Banyaknya responden  
 X = Skor total  
 $\sum X$  = jumlah skor dalam distribusi X  
 $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y  
 $\sum X^2$  = jumlah kuadran dalam distribusi X  
 $\sum Y^2$  = Jumlah kuadran dalam distribusi Y

Korelasi PPM dikembangkan (*r*) dengan ketentuan nilai *r* tidak lebih dari harga (-1 < *r* < +), apabila nilai *r* = -1 artinya korelasi negative sempurna ; apabila *r*=0 artinya

tidak ada korelasi dan apabila  $r=1$  berarti korelasinya sangat kuat. Sedangkan arti harga  $r$  akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai  $r$  sebagai berikut:

**Tabel 3.8**  
**Interpretasi Koefisiensi Korelasi Nilai  $r$**

Interval koefisiensi	Tingkat hubungan
0.80-1.000	Sangat kuat
0.60-0.799	Kuat
0.40-0.599	Cukup kuat
0.20-0.399	Rendah
0.00-0.199	Sangat rendah

*Sumber: Riduwan (2013:81)*

### 3.8.2.3 Analisis Regresi Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal dan satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :  $\hat{Y}$  = subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

$a$  = harga  $Y$  ketika harga  $X=0$  (harga konstan)

$b$  = angka arah atau koefisiensi regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen bila: (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

$X$  = subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

### 3.8.2.4 Uji Koefisiensi Determinasi

Koefisiensi determinasi menyatakan besar kecilnya nilai variabel  $X$  terhadap  $Y$ . Koefisiensi determinasi merupakan kuadrat koefisiensi korelasi ( $r^2$ ). Adapun rumus koefisiensi korelasi determinasi menurut Buchari Alma (2009:81) adalah sebagai berikut:

Ahmad Fauzi Gumilang, 2019

**ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTO KAMPUNG DAUN KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$\widehat{KP} = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KP= Nilai Koefisiensi Determinasi

r = Koefisiensi Korelasi

### 3.8.2.5 Uji T (Uji Keberatan Koefisiensi Refresi)

Pengujian hipotesis uji t dilakukan untuk mengetahui keberartian koefisiensi regresi yaitu dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ . hipotesis yang akan dibuktikan dalam penelitian ini ialah berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen yaitu *store atmosphere* dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian

Hipotesis yang akan di uji berada pada taraf kesalahan atau tingkat signifikansi 0,1 serta distribusi t dengan dk=(n-2) dalam uji pihak kanan dan pihak kiri (uji 2 pihak). Hipotesis statistik ialah sebagai berikut:

1.  $H_0 : \rho \leq 0$ , artinya tidak ada pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian.
2.  $H_a : \rho \geq 0$ , artinya ada pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian.

Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
2. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.