

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini mengaalisis mengenai pengaruh *dining atmospherics* terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Saung Syuro Majalengka. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 58) variabel adalah sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain.

Sugiyono (2012, hlm. 59) menyatakan bahwa Variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat (*dependent*). Dan variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel bebas (*Independent*) yang diteliti adalah *Dining Atmospherics* yang terdiri dari *style, layout, colour, lighting, furnishing, dan ambience*. Sedangkan variabel terikat (*dependent*) adalah Keputusan Pembelian yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, jumlah pembelian, waktu pembelian, dan metode pembayaran.

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Saung Syuro Majalengka dengan unit analisisnya adalah konsumen yang melakukan pembelian di Rumah Makan Saung Syuro. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun maka metode yang digunakan adalah *Cross Sectional Method*. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 6) menyatakan bahwa *Cross Sectional Method* merupakan metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian Dan Metode Yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 2) Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh melalui penelitian ini adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu yaitu *valid*. Setiap penelitian mempunyai tujuan dan kegunaan tertentu. Secara umum tujuan penelitian ada

Nuril Firdho, 2019

**PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA**

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

tiga macam yaitu yang bersifat penemuan, pembuktian dan pengembangan. Penelitian ini dilakukan dengan cara ilmiah atau didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris dan sistematis. Berdasarkan tujuan dari penelitian ini dan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*.

Menurut Wiratna (2014, hlm. 11) Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih yang sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel lain. Variabel tersebut dapat menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu. Melalui penelitian deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut. Variabel yang diteliti bisa tunggal (satu variabel) bisa juga lebih dari satu variabel.

Penelitian deskriptif juga berarti penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena atau karakteristik individual, situasi atau kelompok tertentu secara akurat. Penelitian deskriptif merupakan cara untuk menemukan makna baru, menjelaskan sebuah kondisi keberadaan, menentukan frekuensi kemunculan sesuatu dan mengkategorikan informasi. Penelitian deskriptif dapat menghasilkan gambaran masing-masing variabel mengenai tanggapan responden yang berkaitan dengan *dining atmospherics* dan keputusan pembelian di Rumah Makan Saung Syuro.

Sedangkan penelitian *verifikatif* adalah jenis penelitian yang menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan. Dalam hal ini dilakukanlah survei terhadap konsumen yang melakukan pembelian di Rumah Makan Saung Syuro untuk mengetahui pengaruh *dining atmospherics* terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan jenis penelitian di atas, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 11) metode *explanatory survey* adalah penelitian yang didapatkan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data misalnya dengan penyebaran kuisioner, *test*, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen)

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Keseluruhan skala pengukuran dalam operasionalisasi variabel ini menggunakan pengukuran ordinal, yaitu angka yang diberikan dimana angka-angka tersebut mengandung pengertian tingkatan ukuran ordinal digunakan untuk mengurutkan objek dari yang terendah ke tertinggi atau sebaliknya. Ukuran ini tidak memberikan nilai absolut terhadap objek, tetapi hanya memberikan urutan atau ranking. Variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini mencakup *Dining Atmospherics* (X) yang terdiri dari *Style* (X1), *Layout* (X2), *Colour* (X3), *Lighting* (X4), *Furnishing* (X5), dan *Ambience* (X6), serta keputusan pembelian (Y) yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, jumlah pembelian, waktu pembelian dan metode pembayaran.

Berikut ini merupakan tabel mengenai operasionalisasi variabel yang dapat dilihat pada tabel 3.1

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Dining Atmospherics</i> (X)	<i>Dining atmospherics</i> dapat dianggap penting dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, terutama karena tanggapan pelanggan terhadap bentuk lingkungan adalah bagian dari pengalaman konsumsi mereka (Ha dan Jang, 2012 hlm. 205)				

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Style (X1)</i>	Gaya merupakan sesuatu yang dapat meningkatkan keindahan dan nuansa restoran. Sebuah desain visual yang menyenangkan dan gaya sebuah restoran dapat secara positif mempengaruhi suasana hati pelanggan (Hulten 2011, hlm. 277)	- Konsep restoran	- Tingkat kemenarikan konsep restoran.	Ordinal	1
		- Desain interior	- Tingkat kemenarikan desain interior.		2
		- Desain eksterior	- Tingkat kemenarikan desain eksterior		3
		- Arsitektur bangunan	- Tingkat kemenarikan arsitektur bangunan		4

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Layout</i> (X2)	Restoran dengan tata letak yang baik membantu untuk menghindari situasi berdesakan, yang pada akhirnya menciptakan kesan positif di antara pelanggan restoran, dan karena itu dianggap sebagai elemen kunci <i>atmosfer</i> dalam meningkatkan pengalaman bersantap Heung dan Gu (2012, hlm. 1176)	- Tata letak (meja dan kursi)	- Tingkat kesesuaian tata letak meja dan kursi.	Ordinal	5
		- Tata letak dekorasi ruangan	- Tingkat kesesuaian tata letak dekorasi ruangan.		6
		- Penempatan tanda/petunjuk arah (<i>sign</i>)	- Tingkat kesesuaian tata letak tanda/petunjuk arah (<i>sign</i>).		7

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Colour</i> (X3)	Warna dapat memberi pengaruh pada 'suasana hati' dari sebuah restoran. Warna yang berbeda dan atau kombinasi warna dapat menggambarkan pesan atau <i>image</i> yang berbeda kepada pelanggan (Kumar et al 2010, hlm.5)	- Pemilihan warna dinding	- Tingkat kesesuaian warna dinding dengan konsep restoran.	Ordinal	8
		- Perpaduan warna antara dinding dan furniture	- Tingkat kesesuaian dalam memadukan warna dinding dan furniture yang digunakan.		9
		- Seragam	- Tingkat kesesuaian warna seragam karyawan dengan konsep restoran.		10
<i>Lighting</i> (X4)	Pencahayaan digunakan untuk menarik perhatian	- Pemilihan jenis lampu	- Tingkat pencahayaan di dalam	Ordinal	11

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	<p>dari area yang kurang menarik, dan juga menonjolkan daerah-daerah tertentu dari restoran. Selain itu, pencahayaan dapat membantu menciptakan kegembiraan, untuk mengubah suasana hati pelanggan, dan membantu meningkatkan citra restoran (Kumar et al 2010, hlm. 5)</p>		<p>area makan.</p> <p>- Tingkat kesesuaian warna lampu dengan suasana restoran</p>		12

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Furnishing (X5)</i>	Jenis <i>furniture</i> sebuah restoran harus disesuaikan dengan suasana hati dan citra restoran. Jenis <i>furniture</i> juga akan mempengaruhi target pasar restoran yang dituju. (Ha dan Jang 2012, hlm. 205)	- Pemilihan <i>furniture</i>	- Tingkat kualitas <i>furniture</i> yang digunakan	Ordinal	13
		- Desain <i>furniture</i>	- Tingkat kemenarikan desain <i>furniture</i> yang digunakan.		14
			- Tingkat kesesuaian <i>furniture</i> dengan konsep restoran.		15

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Ambience</i> (X6)	<i>Ambience</i> secara khusus mengacu pada <i>atmosfer</i> dan suasana hati di restoran. Unsur <i>atmospheric</i> ini sulit untuk berubah, karena persepsi pelanggan tentang suasana restoran berbeda. Sebuah evaluasi positif dari suasana restoran dapat menyebabkan keyakinan positif dan asosiasi dengan restoran (Countryman & Jang	- Suhu	- Tingkat kesesuaian musik yang diputar dengan konsep restoran.	Ordinal	16
		- Aroma	- Tingkat kenyamanan aroma yang tercium.		17
		- Musik	- Tingkat kenyamanan suhu udara.		18

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	2006, hlm. 536)				
Keputusan Pembelian (Y)	Proses keputusan pembelian konsumen terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa proses membeli yang dilakukan oleh konsumen dimulai jauh sebelum tindakan membeli dilakukan serta mempunyai konsekuensi setelah pembelian tersebut dilakukan (Kotler & Keller 2015, hlm. 195)				

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Pemilihan Produk	Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan menggunakan uang nya untuk tujuan yang lain.	- Kamenari kan produk	- Tingkat kemenarikan produk yang ditawarkan	Ordinal	19
		- Kualitas produk	- Tingkat kualitas produk yang ditawarkan		20
Pemilihan Merek	Konsumen harus memutuskan merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan tersendiri.	- Daya tarik merek dibandingkan pesaingnya	- Tingkat kemenarikan merek dibandingkan pesaing	Ordinal	21
		- Citra rumah makan dibandingkan dengan pesaingnya	- Tingkat citra rumah makan dibenak konsumen dibandingkan pesaingnya		22

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Waktu Pembelian	Yang dilakukan pada tahap ini adalah menentukan waktu pembelian. Kapan konsumen membutuhkan atau menginginkan merek tersebut.	- Intensitas pembelian saat <i>weekday</i>	- Tingkat keseringan konsumen melakukan pembelian saat <i>weekday</i>	Ordinal	23
		- Intensitas pembelian saat <i>weekend</i>	- Tingkat keseringan konsumen melakukan pembelian saat <i>weekend</i>		24
Jumlah Pembelian	Ini didasarkan pada seberapa besar kebutuhan atau keinginan konsumen akan produk tersebut.	- Jumlah produk yang dibeli atau dikonsumsi	- Tingkat banyaknya jumlah pembelian produk berdasarkan kebutuhan	Ordinal	25

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Metode Pembayaran	Tahap terakhir konsumen dapat mengambil keputusan mengenai produk yang akan dibelinya pada saat itu karena adanya fasilitas pembayaran.	- Kemudahan dalam pembayaran	Tingkat kemudahan dalam melakukan pembayaran	Ordinal	26
		- Keamanan dalam pembayaran	Tingkat keamanan dalam transaksi pembayaran		27
		- Efisiensi dan efektifitas dalam pembayaran	Tingkat efisiensi dan efektifitas dalam metode pembayaran		28

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini dapat diperoleh baik secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian.

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung.

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner.

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 137) menyatakan bahwa sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan menurut Wiratna (2014, hlm. 73) mengemukakan bahwa “*Data primer* adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuisisioner, kelompok fokus, dan panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.

Pada penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari kuisisioner yang disebarkan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi penelitian.

2. Sumber Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, dan lain-lain.

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 137) sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dan menurut Wiratna (2014, hlm. 73) Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori majalah dan lain sebagainya

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

DATA PENELITIAN	JENIS DATA	SUMBER DATA
Data Kunjungan Wisatawan Ke Majalengka Tahun 2011-2015	Sekunder	Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan Dan Pariwisata Majalengka

Jumlah Rumah Makan Tradisional Sunda Di Kota Majalengka Tahun 2015	Sekunder	Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan Dan Pariwisata Majalengka
Data Kunjungan ke Rumah Makan Saung Syuro Majalengka Tahun 2013 - 2015	Sekunder	Rumah Makan Saung Syuro
Data Penjualan Di Rumah Makan Saung Syuro Majalengka Tahun 2012 – 2015	Sekunder	Bidang Keuangan Rumah Makan Saung Syuro
Karakteristik Pengunjung	Primer	Konsumen yang berkunjung ke rumah makan Saung Syuro
Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Dining Atmospheric</i>	Primer	Konsumen yang berkunjung ke rumah makan Saung Syuro
Tanggapan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	Primer	Konsumen yang berkunjung ke rumah makan Saung Syuro

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2016

3.2.4 Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah berapa banyak data yang terdapat pada tempat penelitian, adapun sampel adalah berapa banyak data yang akan kita teliti. Menurut Uma Sekaran (2006, hlm. 123) populasi (*population*) mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal minat yang ingin peneliti investigasi.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

subjek yang dipelajari, tetapi meliputi karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen yang melakukan pembelian di Rumah Makan Saung Syuro pada tahun 2015 yaitu sebanyak 56.262 orang.

3.2.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 81) 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 karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Berdasarkan definisi diatas sampel merupakan sebagian individu yang memiliki karakteristik tertentu yang dapat mewakili seluruh populasi yang akan diamati. Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan, maka memerlukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah sampel yang akan diambil. Dalam hal ini rumus yang digunakan adalah rumus Issac dan Michael sebagai berikut :

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan :

- S = Jumlah Sample
- N = Jumlah Populasi
- λ^2 = Chi Kuadrat, dengan dk = 1, taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10%
- d = 0,05
- P = Q = 0,5

$$= \frac{1^2 \cdot 56.262 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2(56.262 - 1) + 1^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

$$\begin{aligned}
 &= \frac{56.262.0,5.0,5}{0,0025(56.261) + 1,25} \\
 &= \frac{140,6525}{14062,5 + 1,25} \\
 &= \frac{140,6525}{14063,75} \\
 &= 99,1
 \end{aligned}$$

Jadi, ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah orang responden. Dan dibulatkan menjadi 100 orang responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 81) Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu teknik *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik *probability sampling* terdiri dari *Simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random* dan *area random* serta teknik *nonprobability sampling* terdiri dari *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling insidental*, *purposive sampling*, *sampling jenuh* dan *snowball sampling*.

Pada penelitian ini teknik yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling*. Sugiyono (2014, hlm.84) teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan metode *simple insidental* yang menurut Sugiyono (2014, hlm.85) merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secitra kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang ditemui tersebut dinilai sesuai sebagai sumber data.

Dalam teknik pengambilan sampel adanya beberapa langkah yang harus dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan populasi yang akan dijadikan objek penelitian. Dalam hal ini, populasi yang digunakan adalah konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di rumah makan Saung Syuro.

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

2. Berdasarkan jumlah populasi yang ada, maka ditentukanlah ukuran sampel yang akan diambil.
3. Pemilihan sampel didasarkan pada kondisi konsumen yang sedang berada di lokasi serta konsumen yang sebelumnya telah melakukan pembelian di rumah makan Saung Syuro.
4. Menentukan waktu yang digunakan untuk mengambil sampling. Dalam penelitian ini waktu yang digunakan adalah saat dimulainya jam operasional rumah makan yaitu sekitar pukul 10.00 – 20.00.
5. Pada waktu yang telah ditentukan, beberapa konsumen yang memenuhi kriteria sebagai sumber data akan diberi kuisioner untuk diisi.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 137) menjelaskan bahwa terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu, kualitas instrument penelitian dan kualitas pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

1. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan, yaitu suatu teknik untuk mendapatkan data secara teoritis dari para ahli melalui sumber bacaan yang berhubungan dan menunjang terhadap penelitian ini baik dari buku, majalah, media massa, atau bacaan lainnya. Studi kepustakaan ini didapat dari sumber sebagai berikut :

- a. Perpustakaan UPI
- b. Skripsi angkatan terdahulu
- c. Jurnal Indonesia dan asing

2. Studi lapangan, yang terdiri dari:

- a. Observasi, yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek yang diteliti dalam hal ini penulis melakukan observasi ke Rumah Makan Saung Syuro.
- b. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner ini berisi pertanyaan maupun pernyataan mengenai karakteristik konsumen, serta pengalaman

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

konsumen di Rumah Makan Saung Syuro mengenai *dining atmospherics* dan keputusan pembelian. Kuesioner ini ditujukan kepada konsumen yang melakukan pembelian di Rumah Makan Saung Syuro.

- c. Wawancara, yaitu pengumpulan data melalui komunikasi langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan. Dalam hal ini pihak manajemen Rumah Makan Saung Syuro.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Menurut Malhotra (2009, hlm. 316) menyatakan bahwa validitas adalah "*The extent to which differences in observed scale score reflect true differences among objects on the characteristic being measured, rather than systematic or random*". Hal tersebut menjelaskan bahwa sejauh mana perbedaan skala skor yang diamati mencerminkan perbedaan karakteristik apakah berbentuk sistematis atau acak.

Uji keabsahan data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Kriteria utama terhadap data hasil penelitian adalah valid, reliabel dan obyektif. Suharsimi Arikunto (2010, hlm. 211) mengemukakan bahwa "Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrument". Uji validitas digunakan untuk mengetahui kemampuan suatu instrumen penelitian mengukur dengan benar apa yang akan diukur. Validitas merupakan derajat ketepatan antara ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti, pengujian validitas menggunakan SPSS.

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

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh dari seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

- N = Banyaknya responden
 r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pernyataan yang diteliti dikatakan valid apabila tingkat signifikan $< 0,05$
2. Item pernyataan yang diteliti dikatakan tidak valid apabila tingkat signifikan $> 0,05$

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for window*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan *IBM SPSS (Statistical Product for Service Solutions) 20 for window*, maka diperoleh hasil pengujian validitas item-item pertanyaan dari 30 responden sebagai berikut :

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS DINING ATMOSPHERICS DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

No.	Pertanyaan	r hitung	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
<i>Dining Atmospherics</i>					
<i>Style</i>					
1	Tingkat kemenarikan konsep restoran.	0,741	0,000	$< 0,05$	Valid
2	Tingkat kemenarikan desain interior.	0,659	0,000	$< 0,05$	Valid
3	Tingkat kemenarikan	0,718	0,000	$< 0,05$	Valid

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

No.	Pertanyaan	thitung	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
	desain eksterior.				
4	Tingkat kemenarikan arsitektur bangunan.	0,743	0,000	< 0,05	Valid
Layout					
5	Tingkat kesesuaian tata letak meja dan kursi.	0,634	0,000	< 0,05	Valid
6	Tingkat kesesuaian tata letak dekorasi ruangan.	0,779	0,000	< 0,05	Valid
7	Tingkat kesesuaian tata letak tanda/petunjuk arah (<i>sign</i>).	0,697	0,000	< 0,05	Valid
Colour					
8	Tingkat kesesuaian warna dinding dengan konsep restoran.	0,736	0,000	< 0,05	Valid
9	Tingkat kesesuaian dalam memadukan warna dinding dan furniture	0,884	0,000	< 0,05	Valid

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

No.	Pertanyaan	thitung	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
	yang digunakan.				
10	Tingkat kesesuaian warna seragam karyawan dengan konsep restoran.	0,655	0,000	< 0,05	Valid
Lighting					
11	Tingkat pencahayaan di dalam area makan.	0,740	0,000	< 0,05	Valid
12	Tingkat kesesuaian warna lampu dengan suasana restoran	0,749	0,000	< 0,05	Valid
Furnishing					
13	Tingkat kualitas furniture yang digunakan.	0,821	0,000	< 0,05	Valid
14	Tingkat kemenarikan desain furniture yang digunakan.	0,768	0,000	< 0,05	Valid

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
15	Tingkat kesesuaian furniture dengan konsep restoran	0,790	0,000	< 0,05	Valid
Ambience					
16	Tingkat kesesuaian musik yang diputar dengan konsep restoran.	0,595	0,001	< 0,05	Valid
17	Tingkat kenyamanan aroma yang tercium.	0,704	0,000	< 0,05	Valid
18	Tingkat kenyamanan suhu udara.	0,518	0,003	< 0,05	Valid
Keputusan Pembelian					
Pemilihan Produk					
19	Tingkat keputusan pembelian yang berdasarkan manfaat produk yang ditawarkan	0,605	0,000	< 0,05	Valid
20	Tingkat kualitas	0,647	0,000	< 0,05	Valid

Nuril Firdho, 2019

**PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA**

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

No.	Pertanyaan	thitung	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
	produk yang ditawarkan				
Pemilihan Merek					
21	Tingkat kemenarikan merek dibandingkan pesaing	0,818	0,000	< 0,05	Valid
22	Tingkat citra rumah makan dibenak konsumen dibandingkan pesaingnya	0,889	0,000	< 0,05	Valid
Waktu Pembelian					
23	Tingkat keseringan konsumen melakukan pembelian saat <i>weekday</i>	0,814	0,000	< 0,05	Valid
24	Tingkat keseringan konsumen melakukan pembelian saat <i>weekend</i>	0,717	0,000	< 0,05	Valid
Jumlah Pembelian					
25	Tingkat banyaknya jumlah pembelian produk	0,788	0,000	< 0,05	Valid

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
	berdasarkan kebutuhan				
Metode Pembayaran					
26	Tingkat kemudahan dalam melakukan pembayaran	0,889	0,000	< 0,05	Valid
27	Tingkat keamanan dalam transaksi pembayaran	0,761	0,000	< 0,05	Valid
28	Tingkat efisiensi dan efektifitas dalam metode pembayaran	0,572	0,001	< 0,05	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2016

Data pada Tabel 3.4 merupakan hasil pengolahan data pengujian validitas dari setiap item pernyataan mengenai *dining atmospherics* dan keputusan pembelian yang diperoleh dari 30 responden yang merupakan konsumen yang melakukan pembelian di rumah makan Saung Syuro. Hasil pengujian validitas tersebut menyatakan bahwa 28 item pernyataan dinyatakan valid. Karena tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Dengan demikian pernyataan pada instrument ini dinyatakan sah.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Jika suatu alat ukur dipakai dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran relatif konsisten, maka alat ukur tersebut reliabel.

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

Menurut Wiratna (2014, hlm. 85) Instrumen penelitian disamping harus valid, juga harus dapat dipercaya (reliabel). Uji realibilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner. Sama halnya menurut Malhotra (2009, hlm. 315) mendefinisikan reliabilitas sebagai "*The extent to which a scale produces consistent results of repeated measurement are made on the characteristic*" dapat diartikan bahwa sejauh mana suatu skala menghasilkan angka yang konsisten dari pengukuran yang berulang. Uji realibilitas juga diartikan sebagai alat pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten.

Uji realibilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* ($C\alpha$) yang dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butiran pertanyaan. Koefisien *Cronbach Alpha* ($C\alpha$) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Menurut Wiratna (2014, hlm. 86) rumus *Cronbach Alpha* yaitu:

$$r = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- r = koefisien *reliability instrument* (*cronbach alpha*)
- k = banyaknya butiran pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir soal
- σ_t^2 = total varians

Sedangkan rumus untuk mencari nilai varians dari tiap butir dapat digunakan rumus berikut (Arikunto, 2006, hlm. 184) adalah:

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

Keterangan:

- σ^2 = varians
- $\sum x$ = jumlah skor
- N = jumlah responden

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

Cronbach Alpha merupakan keadaan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi atau satu sama lain. *Cronbach Alpha* dihitung dalam hal rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *Cronbach Alpha* dengan angka 1 maka semakin tinggi keandalan konsistensi internal (Uma Sekaran, 2006, hlm. 177)

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:

- Jika *cronbach alpha* $> 0,70$ maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
- Jika *cronbach alpha* $< 0,70$ maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN REALIBILITAS DINING ATMOSPHERICS
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

No.	Variabel	Cr	Alpha	Keterangan
1	<i>Dining Atmospherics</i>	0,946	$> 0,70$	Reliabel
2	Keputusan Pembelian	0,914	$> 0,70$	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2016

Berdasarkan pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for window*, menunjukkan hasil pengolahan data pengujian realibilitas variabel *dining atmospherics* dan keputusan pembelian yang menunjukkan nilai *alpha cronbach* lebih dari 0,70. Dengan demikian penelitian mengenai *dining atmospherics* dan keputusan pembelian pada intrumen ini dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya.

3.3 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.3.1 Rancangan Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 147) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

perhitungan untuk menjawab masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.3.1.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi informasi yang mudah dipahami. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner (angket). Pada penelitian ini digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif, khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan kuantitatif berupa hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif menitikberatkan pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kedua metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komperhensif.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis deskriptif mengenai *Dining Atmospherics* yang terdiri dari *style, layout, colour, lighting, furnishing, dan ambience*.
2. Analisis deskriptif mengenai Keputusan Pembelian yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran.

3.3.1.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif diperlukan untuk menguji hipotesis secara statistik yang menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis data dilakukan setelah data dari seluruh responden tekumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan berikut :

1. Menyusun data
2. Kegiatan seleksi data ditujukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian
3. Tabulasi data, yaitu:

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

- a. Memberi skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor setiap item
- c. Menyusun rangking pada setiap item
- d. Menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian

4. Menganalisis data

Proses pengolahan data dengan menggunakan rumus rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

5. Pengujian

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah melalui adalah metode verifikatif, dengan dilakukan analisis regresi linier berganda.

Data yang dihasilkan dari penelitian ini merupakan data ordinal yang harus ditransformasi kedalam bentuk data interval agar data dapat diproses. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Langkah-langkah yang akan ditempuh dalam mentransformasi data ordinal menjadi data interval sesuai dengan MSI antara lain:

- a. Menghitung frekuensi (f) setiap hasil jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh dari setiap pertanyaan, digunakan perhitungan proporsi (p) pada setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban
- d. Untuk setiap pertanyaan, tentukan nilai Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban
- e. Tentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui rumus berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{x(\text{Density at lower linier}) - (\text{Density at upper linier})}{(\text{Area below upper linier}) - (\text{Area below lower linier})}$$

- f. Menghasilkan hasil transformasi dari setiap pilihan jawaban melalui rumusan persamaan berikut:

$$\text{Score} = \text{scale value minimum} + 1$$

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

- g. Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut

3.3.1.3 Rancangan Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi menurut Malhotra (2009, hlm. 220) merupakan “Sebuah prosedur statistik untuk menganalisis hubungan asosiatif antara sebuah variabel *dependent* dengan satu atau lebih variabel *independent*”. Adapun untuk pengolahan data dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS. Selanjutnya dalam analisis regresi berganda selain mengukur pengaruh hubungan antara dua variabel atau lebih beserta dimensi dari variabel *independent*, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel *independent* dan dimensi variabel *independent* dengan variabel *dependent*. Variabel *dependent* diasumsikan random, yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Sedangkan variabel *independent* diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang).

Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel *independent* yaitu *Dining Atmospheric* terdiri dari *style, layout, colour, lighting, furnishing, dan ambience*. Sedangkan variabel terikat (*dependent*) adalah Keputusan Pembelian yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, jumlah pembelian, waktu pembelian, dan metode pembayaran. Berdasarkan data itu peneliti harus menemukan persamaan regresi berganda melalui perhitungan sebagai berikut:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

X₁ = Variabel bebas pertama

X₂ = Variabel bebas kedua

X₃ = Variabel bebas ketiga

X_n = Variabel bebas ke-n

A dan b₁ serta b₂ = konstanta

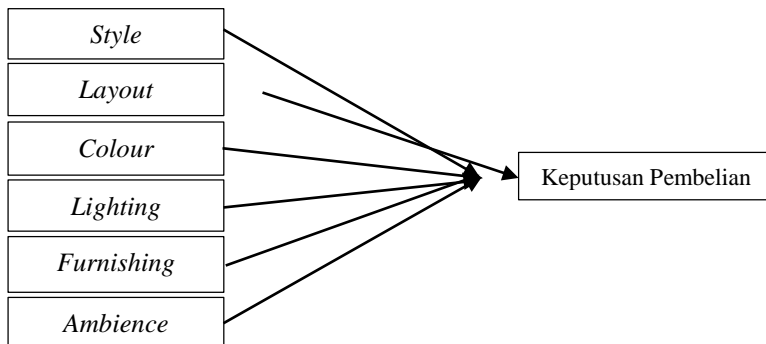
Berdasarkan keterangan diatas, dalam penelitian ini variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian. Sedangkan untuk variabel bebas (X) yaitu *dining atmospheric* terdiri dari enam dimensi yaitu *style (X1), layout (X2), colour (X3), lighting (X4), furnishing (X5) dan ambience (X6)*.

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

Menurut Sugiyono (2013, hlm. 277) pengujian hipotesis menggunakan regresi berganda bermaksud untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependent* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independent* sebagai faktor prediktor dimanipulasi (naik turunnya nilai). Maka analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel *independent* minimal dua atau lebih. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:



GAMBAR 3.1
REGRESI BERGANDA X

Teknik analisis regresi berganda dilakukan dengan langkah langkah sebagai berikut:

1. Uji Asumsi

Uji Asumsi dasar digunakan untuk mengetahui pola dan varian serta kelinieritasan dari suatu populasi atau data (Syofian Siregar 2013:153).

a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal. Maka untuk mengetahui hasilnya maka

Nuril Firdho, 2019

**PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA**

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

perlu dicari normalitas residual, yaitu dilakukannya analisis grafik terdiri dari *Histogram* dan *Normal P-Plot*. Dalam pengujian normalitas dilakukan pendistribusian menggunakan *normal probability plot*. Pada hasil uji akan diketahui analisis statistik lainnya yaitu dengan melihat hasil uji statistik *Non-Parametrik Kolmogrov-Smirnov*.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

c. Uji Multikolinieritas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah ada variabel yang saling berkorelasi pada variabel bebas. Nilai uji multikolinieritas bisa dilihat melalui pengujian nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Pernyataannya jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 maka terjadi multikolinieritas dan jika nilai VIF lebih besar dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel bebas. Sedangkan jika nilai VIF lebih kecil 10 maka terjadi multikolinieritas diantara variabel bebas.

2. Koefisien Detereminasi

Koefisien dterminasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam menggunakan koefisien determinasi dinyatakan dalam bentuk persen (%) yang harus dikalikan 100%. Koefisien dterminasi untuk menyatakan besar kecilnya variabel X terhadap Y dan untuk mengetahui besar pengaruh X terhadap Y , dengan asumsi $0 < r^2 < 1$.

3.3.2 Pengujian Hipotesis

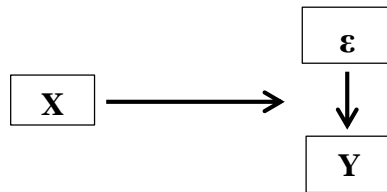
Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, hipotesis itu saling berhubungan, variabel X yaitu *Dining atmospherics* yang terdiri dari unsur $X_{1.1}$, $X_{1.2}$, $X_{1.3}$, $X_{1.4}$, $X_{1.5}$, $X_{1.6}$ berpengaruh terhadap Y (keputusan pembelian). Selain dua variabel X dan Y tersebut terdapat faktor-faktor lain yang

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

mempengaruhi, yaitu variabel ϵ . Hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam paradigma berikut:



GAMBAR 3.2
ARAH PENGARUH ANTAR VARIABEL

Keterangan :

- X : *Dining Atmospheric*
 Y : Keputusan Pembelian
 ϵ : Epsilon (Variabel lain)

Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat maka menggunakan uji t sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t_{hitung} = nilai t

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel

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

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan yang dapat ditulis sebagai berikut:

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

1. H_0 : *style, layout, colour, lighting, furnishing* dan *ambience* = 0, artinya tidak terdapat pengaruh uji signifikansi antara dimensi-dimensi *dining atmospherics* terhadap keputusan pembelian.
2. H_a : *style, layout, colour, lighting, furnishing* dan *ambience* \neq 0, artinya terdapat pengaruh uji signifikansi antara antara dimensi-dimensi *dining atmospherics* terhadap keputusan pembelian.