

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis pengaruh dari lingkungan fisik (*servicescape*) terhadap keputusan berkunjung konsumen pada pusat belanja modern Braga City Walk Bandung. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (X) adalah lingkungan fisik atau *servicescape* yang meliputi *ambient conditions* (X_1), *spatial layout and functionality* (X_2), serta *sign, symbol and artifact* (X_3). Sedangkan yang menjadi variabel terikat (Y) adalah keputusan berkunjung konsumen.

Penelitian ini dilakukan pada pusat belanja modern/mal yang berlokasi di Jalan Braga No. 99-101 Bandung. Pemilihan Braga City Walk Bandung sebagai objek penelitian dikarenakan Braga City Walk adalah salah satu pusat belanja modern/mal di kawasan pusat Kota Bandung yang mengalami masalah penurunan kunjungan konsumen, dan Braga City Walk menggunakan *ambient conditions* sebagai cara untuk menghadapi persaingan dengan mal lain yang berkonsep serupa. Maka akan dianalisis mengenai pengaruh lingkungan fisik (*servicescape*) terhadap keputusan berkunjung konsumen pada Braga City Walk Bandung. Subjek yang dijadikan responden adalah pengunjung Braga City Walk Bandung, karena responden ialah pengunjung Braga City Walk sehingga memiliki informasi bagi penelitian.

Nurul Aini, 2012

Pengaruh Lingkungan Fisik (Service Scape) Terhadap Keputusan Berkunjung Konsumen Pada Pusat Perbelanjaan Modern Braga City Walk Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun. maka menurut Husein Umar (2008:45) metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method*. *Cross sectional method* yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang), dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti di lapangan. Pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu, sehingga penelitian ini merupakan *one-shot* atau *cross sectional* (Maholtra, 2009:101). Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2011 sampai dengan April 2012.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian

Sugiyono (2011:2) mengemukakan bahwa “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.” Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis.

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2008:11) “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”.

Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang pengaruh lingkungan fisik (*servicescape*) terhadap keputusan berkunjung konsumen pada pusat belanja modern Braga City Walk Bandung.

Pendapat lain dijelaskan oleh Malhotra (2009:100) bahwa:

Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama deskripsi dari sesuatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar. Penelitian deskriptif sangat berguna ketika mencari pertanyaan penelitian melakukan menggambarkan fenomena pasar, seperti menentukan frekuensi pembelian, mengidentifikasi hubungan, atau membuat prediksi.

Berdasarkan pendapat ahli di atas maka dapat dikatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dirancang untuk mendeskripsikan karakteristik dari sebuah populasi atau fenomena apa adanya. Melalui jenis penelitian deskriptif, selanjutnya secara terperinci dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Tanggapan pengunjung terhadap Lingkungan Fisik (*servicescape*) pada Braga City Walk Bandung.
2. Pertimbangan pengunjung dalam memilih pusat belanja Braga City Walk.

Penelitian verifikatif seperti yang diterangkan oleh Arikunto (2006:7) sebagai berikut: “Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran melalui pengumpulan data di lapangan”. Dalam penelitian ini akan diuji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan. Dalam hal ini dilaksanakan melalui survei terhadap pengunjung Braga City Walk Bandung, untuk mengetahui pengaruh lingkungan fisik (*servicescape*) dan bagaimana keputusan berkunjung yang dibuat oleh konsumen.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang

digunakan adalah metode *descriptive survey* dan *explanatory survey*. Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Riduwan (2010:49), metode survei adalah:

Metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Masri Singarimbun (2007:4) menyatakan bahwa *deskriptive survey* merupakan metode penelitian survey yang memiliki tujuan untuk mempelajari secara umum karakteristik dari fenomena tertentu. Sedangkan *explanatory survey* adalah metode yang memiliki tujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel penelitian atau menjelaskan sebab-sebab terjadinya suatu fenomena.

Berdasarkan pendapat di atas maka dapat dikatakan bahwa penelitian yang menggunakan *descriptive survey* dan metode *explanatory survey* dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung ditempat kejadian (empirik) melalui alat kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap permasalahan penelitian.

3.2.2 Desain Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:51), “Desain penelitian adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti, sebagai rancangan kegiatan yang akan dilaksanakan”.

Desain penelitian juga dapat diartikan sebagai rencana struktur dan strategi. Sebagai rencana dan struktur, desain penelitian merupakan perencanaan penelitian, yaitu penjelasan secara rinci tentang keseluruhan rencana penelitian

Nurul Aini, 2012

Pengaruh Lingkungan Fisik (Service Scape) Terhadap Keputusan Berkunjung
Konsumen Pada Pusat Perbelanjaan Modern Braga City Walk Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

mulai dari perumusan masalah, tujuan, gambaran hubungan antar variabel, perumusan hipotesis sampai rancangan analisis data, yang dituangkan secara tertulis ke dalam bentuk penelitian. Sebagai strategi, desain penelitian merupakan penjelasan rinci tentang apa yang akan dilakukan peneliti dalam rangka pelaksanaan penelitian.

Dalam desain penelitian tercakup penjelasan secara terperinci mengenai tipe desain riset yang memuat prosedur yang sangat dibutuhkan dalam upaya memperoleh informasi serta mengolahnya dalam rangka memecahkan masalah. Tipe riset desain ini berhubungan dengan tingkat analisis yang direncanakan oleh peneliti terhadap data yang dikumpulkan.

Menurut Istiyanto (2005:29) mengungkapkan bahwa desain riset dapat dibagi menjadi tiga macam. Pertama, riset eksplanatori yaitu desain riset yang digunakan untuk mengetahui permasalahan dasar. Kedua, riset deskriptif yaitu desain riset yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu. Ketiga, riset kausal yaitu untuk menguji hubungan “sebab akibat”. Ketiga jenis riset ini menghasilkan informasi yang berbeda-beda sehingga penentuan desain riset yang akan digunakan tergantung pada informasi yang akan dicari dalam riset pemasaran

Maka dari itu desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain kausalitas. Desain kausalitas ini tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab-akibat, sehingga diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi, mana variabel yang dipengaruhi. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Riduwan (2010:11) bahwa “Hubungan kausal atau sebab akibat adalah hubungan yang bersifat mempengaruhi antara dua

variabel atau lebih”, jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi). Oleh karena itu desain kausalitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan fisik organisasi (*servicescape*) terhadap keputusan berkunjung konsumen.

3.3 Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sugiyono (2011:39) “Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Sedangkan variabel terikat yaitu “Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi variabel bebas (*Independent Variabel*) lingkungan fisik atau *servicescape* (X). Yang meliputi *ambient conditions* (X₁), *spatial layout and functionality* (X₂), dan *Signs, symbol and artifacts* (X₃). Sedangkan variabel terikat (*dependent variabel*) keputusan mengunjungi (Y). Secara lebih lengkap operasionalisasi dari penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1 halaman selanjutnya :

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
1	2	3	4	5
Lingkungan fisik organisasi atau <i>servicescape</i> (X)	<i>Servicescape</i> adalah Lingkungan dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, serta setiap komponen berwujud yang memfasilitasi penampilan atau komunikasi dari jasa.			
<i>Ambient Conditions</i> (X1)	Bagian dari <i>servicescape</i> termasuk didalamnya latar belakang karakteristik lingkungan yang umumnya digunakan untuk mempengaruhi lima panca indera. Misalnya; temperatur, pencahayaan, kebisingan, musik, aroma/bau, dan warna. (Zeithaml, et.al 2009:331)	▪ Suhu	▪ Tingkat suhu udara dalam area mal	Ordinal
		▪ Pencahayaan	▪ Tingkat pencahayaan dalam area mal	Ordinal
		▪ Kebisingan	▪ Tingkat kebisingan area mal	Ordinal
		▪ Musik	▪ Tingkat kenyamanan alunan musik yang diputar dalam mal	Ordinal
		▪ Bau	▪ Tingkat gangguan dari bau yang timbul di area tertentu	Ordinal
		▪ Warna	▪ Tingkat daya tarik warna area mal	Ordinal
<i>Spatial layout and Functionality</i> (X2)	<i>Spatial layout</i> mengarah pada susunan lantai, ukuran dan bentuk furnishings, counters, dan peralatan mesin. <i>Functionality</i> mengacu pada kemampuan setiap items untuk memfasilitasi tujuan konsumen dan karyawan. (Zeithaml, et.al, 2009:332).	▪ Tata letak	▪ Tingkat kemudahan desain tata letak untuk mengelilingi mal	Ordinal
		▪ Peralatan	▪ Tingkat kelengkapan alat bantu mesin	Ordinal
		▪ <i>Furnishing</i>	▪ Tingkat kesesuaian bentuk dan ukuran dari benda-benda perlengkapan yang ada di dalam mal	Ordinal
		▪ <i>Counter/tenan</i>	▪ Tingkat keberagaman toko dengan produk-produk <i>branded</i>	Ordinal
		▪ <i>Function</i>	▪ Tingkat kemampuan fasilitas memudahkan kegiatan konsumen	Ordinal
<i>Sign, Symbol and Artifacts</i> (X3)	<i>Signs</i> digunakan untuk mengkomunikasikan label, tujuan, dan peraturan. <i>Symbol and artifacts</i> memberikan isyarat kepada pengunjung mengenai tempat, norma dan perilaku yang diharapkan dalam tempat tersebut (Zeithaml, et.al 2009:333).	▪ Tanda-tanda/ rambu	▪ Tingkat kesulitan menemukan tanda/ petunjuk arah dalam area mal	Ordinal
		▪ Daya tarik gaya dekorasi	▪ Tingkat daya tarik gaya dekorasi mal	Ordinal
		▪ <i>Personal artifacts</i>	▪ Tingkat keunikan dari benda-benda yang dipajang untuk melengkapi penampilan mal	Ordinal

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
1	2	3	4	5
Keputusan Mengunjungi (Y)	“Keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif” Sumarwan (2003:289).			
Pilihan Mal		▪ Pemilihan berdasarkan keunggulan kualitas mal	▪ Tingkat keunggulan kualitas mal	Ordinal
		▪ Pemilihan berdasarkan kenyamanan suasana mal	▪ Tingkat kenyamanan suasana mal	Ordinal
		▪ Pemilihan berdasarkan variasi mal	▪ Tingkat variasi mal	Ordinal
Pilihan Merek (nama pusat belanja/mal)		▪ Kepercayaan pada nama pusat belanja/mal	▪ Tingkat kepercayaan terhadap nama Braga City Walk sebagai pusat belanja/mal	Ordinal
		▪ Citra pusat belanja/mal	▪ Tingkat citra Braga City Walk sebagai pusat belanja/mal	Ordinal
		▪ Ketertarikan logo	▪ Tingkat daya tarik logo Braga City Walk	Ordinal
Pilihan Penyalur		▪ Kestrategisan lokasi	▪ Tingkat kestrategisan lokasi Braga City Walk	Ordinal
		▪ Kemudahan aksesibilitas	▪ Tingkat kemudahan aksesibilitas menjangkau lokasi mal	Ordinal
Waktu kunjungan		▪ Kunjungan saat hari libur	▪ Tingkat kunjungan pada saat hari libur	Ordinal
		▪ Kunjungan saat hari kerja	▪ Tingkat kunjungan pada saat hari kerja	Ordinal
		▪ Keuntungan yang dirasakan	▪ Tingkat keuntungan yang dirasakan saat berkunjung pada waktu tertentu	Ordinal
Jumlah Kunjungan		▪ Keputusan jumlah kunjungan	▪ Frekuensi kunjungan ke Braga City Walk	Ordinal
Metode Pembayaran		▪ Keberagaman metode pembayaran	▪ Tingkat keberagaman metode pembayaran	Ordinal
		▪ Kemudahan pembayaran	▪ Tingkat kemudahan dalam melakukan pembayaran	Ordinal

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2012

3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Penelitian ini menggunakan data dari sumber primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2011:137) “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data primer diperoleh peneliti dengan observasi dan wawancara langsung di pusat belanja modern/mal Braga City Walk Bandung.

Sumber data sekunder menurut Sugiyono (2011:137), “Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”. Data sekunder diperoleh peneliti dengan cara mengumpulkan hasil penelitian dari pihak lain, diantaranya melalui internet, jurnal-jurnal ilmiah, surat kabar dan majalah, serta sumber lainnya yang relevan. Untuk lebih jelasnya sumber data pada penelitian ini terlihat pada Tabel 3.3:

Tabel 3.3
Jenis dan Sumber Data

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
Jumlah pengunjung mal Braga City Walk 2007-2011	Primer	Braga City Walk
Strategi dan promosi Braga City Walk Bandung	Primer	Braga City Walk
Jumlah mal dan peritel di Kota Bandung 2009-2011	Primer	Dinas KUKM dan Indag Kota Bandung
Pertumbuhan Industri Ritel di Indonesia	Sekunder	Data Riset AC Nielsen

Sumber: Berdasarkan pengolahan data 2011

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu: kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data, Sugiyono (2011:137).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga bagian:

1. Study Kepustakaan, yaitu usaha untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti, terdiri dari lingkungan fisik organisasi (*servicescape*) dan keputusan mengunjungi konsumen. Studi literatur ini diperoleh dari :
 - a. Perpustakaan
 - b. Hasil penelitian terdahulu
 - c. Jurnal-jurnal ilmiah
 - d. Media-media (cetak dan elektronik)
2. Kuesioner/Angket, yaitu teknik pengumpulan data primer melalui daftar pertanyaan yang dibuat secara tertulis sehubungan dengan masalah yang sedang diteliti kepada pengunjung Braga City Walk Bandung.
3. Wawancara, sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak Braga City Walk, wawancara ini dilakukan dengan manager Braga City Walk, sekretaris dan staff bagian marketing dan hrd.
4. Observasi, dilakukan dengan meninjau secara langsung Braga City Walk Bandung.

Langkah-langkah penyusunan kuesioner adalah sebagai berikut: menyusun kisi-kisi kuesioner atau daftar pertanyaan, merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawabannya. Jenis instrumen yang digunakan dalam angket merupakan instrumen yang bersifat tertutup, yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis dan disertai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia dan menetapkan pemberian skor untuk setiap item pertanyaan.

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi

Sebuah penelitian selalu berkaitan dengan kegiatan mengumpulkan dan menganalisis suatu data, menentukan populasi merupakan suatu langkah penting.

Menurut Sugiyono (2011:80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Lebih jelas disampaikan Riduwan (2010:55), sebagai berikut: “Populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian”.

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan yang jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya, yang disebut dengan populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian, kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang

telah ditentukan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Braga City Walk Bandung. Berdasarkan wawancara dengan staf HRD dan data kunjungan dari bagian marketing, rata-rata jumlah pengunjung tersebut didasarkan pada data sebagai berikut.

Tabel 3.4
Jumlah Kunjungan Per-hari Braga City Walk Bandung

Tahun	Kunjungan pertahun	Rata-rata perhari
2009	1.651.640	4.585
2010	1.501.584	4.171
2011	1.198.540	4.439

Sumber: Data bagian *marketing* dan wawancara pihak *hrd* Braga City Walk, diolah kembali 2012

Berdasarkan Tabel 3.4 mengenai jumlah kunjungan pada Braga City Walk Bandung dalam tiga tahun terakhir, maka jumlah rata-rata kunjungan pertahun yaitu sebesar 1.450.588 orang, dan rata-rata kunjungan perhari dalam kurun waktu tiga tahun terakhir yaitu sebesar 4.398 orang.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi. Menurut Sugiyono (2011:81) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Apabila populasi jumlahnya besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Riduwan (2010:56) memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai pengertian sampel.

Sampel adalah bagian dari poopulasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Karena tidak semua data dan informasi akan

diproses dan tidak semua orang atau benda akan diteliti melainkan cukup dengan menggunakan sampel yang mewakilinya.

Sampel dari penelitian ini adalah bagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian pengunjung Braga City Walk. Jumlah sampel yang diambil berdasarkan populasi dari rata-rata kunjungan perhari Braga City Walk pada tahun 2011, yang berdasarkan hasil wawancara dan data bagian marketing rata-rata berjumlah 4398 orang perhari.

Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah n . rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (\text{Husein Umar, 2002 :59})$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir ($e = 0,1$)

Pada penelitian ini yang menggunakan pengunjung Braga City Walk sebagai responden, sampel diambil dari rata-rata jumlah kunjungan dalam jangka waktu tiga tahun terakhir. Maka dapat ditentukan sampel dengan perhitungan sebagai berikut :

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

$$n = \frac{4398}{1+4398(0,1)^2}$$

$$n = 97,776$$

$$n = 98$$

Dari perhitungan di atas didapatkan bahwa responden yang digunakan sebagai sampel berjumlah 98 orang.

3.5.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik (*estimate value*). Sugiyono (2011:81) mengemukakan bahwa “Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel”. Menurut Riduwan (2010:57) “Teknik pengambilan sampel atau teknik sampling adalah suatu cara mengambil sampel yang representatif dari populasi. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat mewakili dan dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya”.

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Pada dasarnya teknik sampling dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2008:120) “*Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama kepada anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.”

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2008:122) “*sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”. Misalnya akan meneliti makanan, maka sampel sumber datanya adalah ahli makanan. Begitu pula mengenai Braga City Walk maka sumber datanya adalah pengunjung yang berada di Braga City Walk.

3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.6.1 Rancangan Analisis Data

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar tidaknya data tergantung dari instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu *validitas* dan *reliabilitas*.

3.6.1.1 Uji Validitas

Menurut Sugiono (2009:117) “Uji Validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti”.

Validitas dalam penelitian dijelaskan dalam salah satu derajat ketepatan pengukuran tentang isi dari pernyataan yang penulis buat. Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi product moment. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item, jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item

tersebut valid, sedangkan jika negatif maka item yang tersebut tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuisiner atau digantikan dengan pernyataan perbaikan.

Langkah-langkah mengukur Validitas menurut Riduwan (2010:111):

1. Melakukan uji coba kuisiner dengan meminta minimal 30 orang responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada. Dengan jumlah minimal 30 orang ini, distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurva normal.
2. Menyiapkan tabulasi jawaban
3. Hitung korelasi antar data pada masing-masing dengan skor total, menggunakan rumus korelasi *pearson product moment*, yaitu:

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r	= Nilai Korelasi Pearson
$\sum X$	= Jumlah hasil pengamatan variabel X
$\sum Y$	= Jumlah hasil pengamatan variabel Y
$\sum XY$	= Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y
$\sum X^n$	= Jumlah dari hasil pengamatan variabel X yang telah dikuadratkan
$\sum Y^n$	= Jumlah dari hasil pengamatan variabel Y yang telah dikuadratkan
n	= Jumlah responden

Menurut Sugiyono (2011:126) syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$. Dengan demikian, semua pernyataan yang dimiliki tingkat korelasi dibawah 0,3, maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

Berdasarkan pengujian kuesioner terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) n-2 atau (30-2=28), maka di dapat nilai

r_{tabel} sebesar 0,374. Sehingga dapat diketahui bahwa semua item pernyataan dari instrumen dinyatakan valid karena skor r_{hitung} lebih besar dari skor r_{tabel} , sehingga item-item pernyataan tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur dari variabel yang akan diteliti.

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas Items Pertanyaan

Lingkungan Fisik (<i>Servicescape</i>) Terhadap Keputusan Mengunjungi Ambient Condition (X₁)				
No.	Item Pernyataan	r_i	r_{tabel}	Ket.
1	Suhu udara dalam area mal	0,469	0,374	Valid
2	Pencahayaan dalam area mal	0,644	0,374	Valid
3	Kebisingan dalam area mal	0,551	0,374	Valid
4	Kenyamanan alunan musik yang diputar dalam mal	0,631	0,374	Valid
6	Daya tarik pewarnaan mal	0,729	0,374	Valid
Spatial Layout and Functionality (X₂)				
No.	Item Pernyataan	r_i	r_{tabel}	Ket.
7	Desain tata letak mal memudahkan untuk berkeliling	0,772	0,374	Valid
8	Kelengkapan alat bantu mesin dalam mal	0,745	0,374	Valid
9	Kesesuaian bentuk dan ukuran dari benda perlengkapan yang ada di dalam mal	0,782	0,374	Valid
10	Keberagaman toko dengan produk-produk <i>branded</i>	0,835	0,374	Valid
11	Kemampuan setiap fasilitas memudahkan aktifitas pengunjung	0,756	0,374	Valid
Sign, Symbol and artifacts (X₃)				
No.	Item Pernyataan	r_i	r_{tabel}	Ket.
12	Kesulitan menemukan tanda/petunjuk arah dalam area mal	0,404	0,374	Valid
13	Daya tarik gaya dekorasi mal	0,738	0,374	Valid
14	Keunikan dari benda-benda yang dipajang untuk melengkapi penampilan mal	0,709	0,374	Valid
Keputusan Mengunjungi (Y)				
No.	Item Pernyataan	r_i	r_{tabel}	Ket.
15	Keunggulan kualitas mal	0,491	0,374	Valid
16	Kenyamanan suasana mal	0,731	0,374	Valid
17	Variasi mal	0,767	0,374	Valid
18	Kepercayaan pada nama Braga City Walk sebagai pusat belanja	0,681	0,374	Valid
19	Citra Braga City Walk sebagai pusat belanja	0,618	0,374	Valid
20	Daya tarik logo Braga City Walk	0,616	0,374	Valid
21	Kestrategisan lokasi Braga City Walk	0,601	0,374	Valid
22	Kemudahan aksesibilitas	0,626	0,374	Valid
23	Kunjungan saat hari libur	0,605	0,374	Valid
24	Kunjungan saat hari kerja	0,478	0,374	Valid
26	Frekuensi kunjungan ke Braga City Walk	0,495	0,374	Valid
27	Keberagaman metode pembayaran dalam Braga City Walk	0,718	0,374	Valid
28	Kemudahan melakukan pembayaran	0,503	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Mei 2012

Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan terhadap responden, dari hasil pengujian reliabilitas tersebut diketahui bahwa nilai dari setiap pernyataan sub variabel dikatakan reliabel, karena $C\alpha_{hitung} \geq C\alpha_{minimal}$. Sehingga pernyataan-pernyataan tersebut kapanpun dan dimanapun ditanyakan terhadap responden akan memberikan hasil ukur yang sama.

3.6.1.2 Uji Reabilitas

Instrumen penelitian disamping harus *valid*, juga harus dapat dipercaya (*reliabel*). Malhotra (2005:309) mengemukakan bahwa “Reliabilitas adalah sejauh mana skala mampu menciptakan hasil yang konsisten jika pengukuran berulang dilakukan terhadap karakteristik tertentu”.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan rumus Alpha. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian. (Suharsimi Arikunto 2009:196).

Koefisien Alpha Cronbach ($C\alpha$) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,70 (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998:88). Rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma^2}{\sigma^2} \right] \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2009:146})$$

Keterangan:

- r_{11} = reliabilitas instrumen
 k = banyaknya butir pertanyaan atau butir soal
 $\sum \sigma^2$ = jumlah *varians* butir soal
 σ^2 = *varians* total

Sedangkan rumus variansnya adalah:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{[\sum X]^2}{N}}{N} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2009:146})$$

Keterangan:

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

Keputusan pengujian :

1. Item pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan reliabel jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.
2. Item pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak reliabel jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$.

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS

16.0 for windows.

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Reliabilitas Cronbach Alpha

No	Variabel	α_{hitung}	α_{Standar}	Ket.
1	<i>Ambient Condition</i> (X_1)	0,734	0,70	Reliabel
2	<i>Spatial Layout and Functionality</i> (X_2)	0,798	0,70	Reliabel
3	<i>Sign, Symbol and Artifacts</i> (X_3)	0,705	0,70	Reliabel
4	Keputusan Mengunjungi (Y)	0,750	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data Mei 2012

Nurul Aini, 2012

Pengaruh Lingkungan Fisik (Service Scape) Terhadap Keputusan Berkunjung
 Konsumen Pada Pusat Perbelanjaan Modern Braga City Walk Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan terhadap responden, dari hasil pengujian reliabilitas tersebut diketahui bahwa nilai dari setiap pernyataan sub variabel dikatakan reliabel, karena $C\alpha_{hitung} \geq C\alpha_{minimal}$. Sehingga pernyataan-pernyataan tersebut kapanpun dan dimanapun ditanyakan terhadap responden akan memberikan hasil ukur yang sama.

3.6.1.3 Teknik Analisis Data

Alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket disebarakan langsung pada sampel penelitian yaitu pada 98 orang pengunjung Braga City Walk Bandung. Sebelumnya angket penelitian telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Setelah angket terkumpul kembali, angket akan dianalisis dengan cara sebagai berikut :

1. Menyusun Data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi Data

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

Data yang terkumpul dari kuesioner diolah agar memperoleh makna yang berguna. Data yang diperoleh dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.7
Pola Skoring Kuesioner Skala Lima

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat setuju, selalu	5
2	Setuju, sering	4
3	Ragu, kadang-kadang	3
4	Tidak setuju, hampir tidak pernah	2
5	Sangat tidak setuju, tidak pernah	1

Sumber : Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (2010:87)

Setiap variabel yang dinilai diklasifikasikan ke dalam lima alternatif jawaban, dimana setiap *option* terdiri dari lima kriteria skor, sebagai berikut:

Tabel 3.8
Alternatif Jawaban Skala Likert

Alternatif Jawaban	Sangat Setuju	Setuju	Antara Setuju dan Tidak Setuju (Ragu-Ragu)	Kurang Setuju	Tidak Setuju
Positif	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5

Sumber: Sugiyono (2010:87)

3. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

4. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif menggunakan path analisis.

Mengingat skala pengukuran dalam menjaring data penelitian ini seluruhnya diukur dalam skala ordinal, yaitu skala yang berjenjang dimana sesuatu "lebih" atau "kurang" dari yang lain. Data yang diperoleh dari pengukuran

Nurul Aini, 2012

Pengaruh Lingkungan Fisik (Service Scape) Terhadap Keputusan Berkunjung Konsumen Pada Pusat Perbelanjaan Modern Braga City Walk Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

skala ini disebut data ordinal yaitu data yang berjenjang yang jarak antara satu data dengan data yang lain tidak sama (Sugiyono, 2007:70). Tetapi di lain pihak, pengolahan data dengan penerapan statistik parametrik mensyaratkan data sekurang-kurangnya harus diukur dalam skala interval maka terlebih dahulu data skala ordinal tersebut ditransformasikan menjadi data interval dengan menggunakan *Methodes Succesive Interval*. Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan banyaknya frekuensi (f)
- b. Menghitung proporsi dengan rumus : $P_i = f/N$
- c. Menerapkan nilai Z yang diperoleh dari tabel kurva normal baku
- d. Menghitung *Scala Value* (SV) dengan rumus:

$$SV = \frac{\text{Density lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area Under upper limit} - \text{Area Under lower limit}}$$
- e. Hitung skor setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:
 Nilai hasil transformasi = *scale value* = $|\text{scale value}_{\text{minimum}}| + 1$
- f. Tentukan pasangan data variabel bebas dan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan tersebut.

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independent dengan variabel dependen serta tentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

3.6.1.4 Analisis Deskriptif

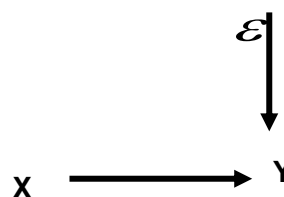
Analisis Deskriptif, analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif serta digunakan untuk melihat faktor penyebab. Penelitian

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

- a. Analisis deskriptif variabel X (lingkungan fisik) variabel ini berfokus pada : *ambient conditions, space layout and functionality*, dan *sign, symbol and artifacts*.
- b. Analisis deskriptif variabel Y (keputusan berkunjung konsumen) variabel ini berfokus pada : pilihan mal, pilihan merek/nama pusat belanja, pilihan penyalur, jumlah kunjungan, waktu kunjungan, dan metode pembayaran.

3.6.1.5 Analisis Verifikatif Menggunakan *Path Analysis*

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan korelatif dalam penelitian ini yaitu teknik analisis jalur (*path analysis*). Dalam memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval. Analisis ini digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel bebas dimensi lingkungan fisik yang terdiri *ambient condition, spatial layout and function* dan *sign, symbol and artifact* (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel Y keputusan mengunjungi yang dilakukan konsumen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggambar struktur hipotesis pada Gambar 3.1:



Gambar 3.1
Struktur Hubungan Kausal Antara X dan Y

Keterangan

- X : Lingkungan Fisik
 Y : Keputusan Mengunjungi
 ϵ : Epsilon (variabel lain)
 \rightarrow : Hubungan Kausalitas

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa lingkungan fisik berpengaruh terhadap keputusan mengunjungi. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X (lingkungan fisik) dan Y (keputusan mengunjungi) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ϵ namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara lingkungan fisik (X) yang terdiri dari : *ambient condition* (X_1), *spatial layout and functionality* (X_2), *sign, symbol and artifact* (X_3) terhadap keputusan mengunjungi (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menggambar struktur hipotesis



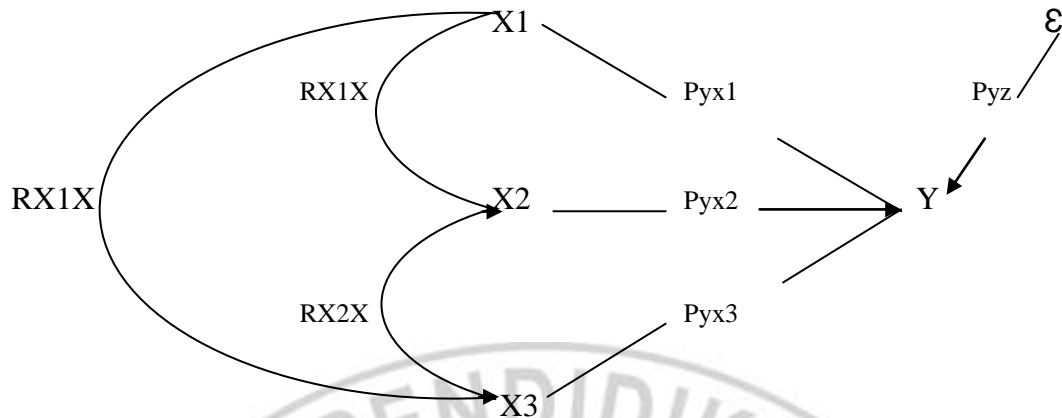
Gambar 3.2
Diagram Jalur Hipotesis

2. Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat terlihat pada Gambar 3.3 berikut ini.

Nurul Aini, 2012

Pengaruh Lingkungan Fisik (Service Scape) Terhadap Keputusan Berkunjung
 Konsumen Pada Pusat Perbelanjaan Modern Braga City Walk Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu



Gambar 3.3
Diagram Jalur Pengaruh Lingkungan Fisik terhadap Keputusan Mengunjungi Braga City Walk

Keterangan :

- X_1 = Sub Variabel *ambient condition*
- X_2 = Sub Variabel *spatial layout*
- X_3 = Sub Variabel *Sign, symbol and artifact*
- Y = Variabel keputusan mengunjungi
- P_{yx1} = Parameter hubungan x_1 terhadap y
- P_{yx2} = Parameter hubungan x_2 terhadap y
- P_{yx3} = Parameter hubungan x_3 terhadap y
- ϵ = variabel lain yang berpengaruh tetapi tidak diteliti
- $P_{y\epsilon}$ = parameter struktur hubungan ϵ terhadap y
- $r_{x_1x_2}$ = Parameter hubungan X_1 dan X_2

3. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R1 = \begin{bmatrix} & X_1 & X_2 & X_3 \\ & 1 & r_{X_1X_2} & r_{X_3X_1} \\ & & 1 & r_{X_3X_2} \\ & & & 1 \end{bmatrix}$$

4. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

Nurul Aini, 2012

Pengaruh Lingkungan Fisik (Service Scape) Terhadap Keputusan Berkunjung Konsumen Pada Pusat Perbelanjaan Modern Braga City Walk Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

$$R1^{-1} = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} \\ & & C_{3.3} \end{bmatrix}$$

5. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{bmatrix} \rho_{YX_1} \\ \rho_{YX_2} \\ \rho_{YX_3} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} \\ & & C_{3.3} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \\ r_{YX_3} \end{bmatrix}$$

6. Hitung $R^2 Y$ (X_1 , X_2 dan X_3) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1 , X_2 dan X_3 , terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2 Y (X_1, \dots, X_3) = [\rho_{YX_1}, \dots, \rho_{YX_3}] \begin{bmatrix} r_{YX_1} \\ \dots \\ r_{YX_3} \end{bmatrix}$$

7. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel.

Pengaruh (X_1) terhadap (Y)

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX_1} \cdot \rho_{YX_1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= \rho_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_2} \cdot \rho_{YX_2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &= \rho_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_3} \cdot \rho_{YX_3} \quad + \\ \text{Pengaruh total } (X_1) \text{ terhadap } (Y) &= \dots \end{aligned}$$

Nurul Aini, 2012

Pengaruh Lingkungan Fisik (Service Scape) Terhadap Keputusan Berkunjung
Konsumen Pada Pusat Perbelanjaan Modern Braga City Walk Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Pengaruh (X_2) terhadap (Y)

Pengaruh langsung $= \rho_{YX_2} \cdot \rho_{YX_2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_1) $= \rho_{YX_2} \cdot r_{X_2X_1} \cdot \rho_{YX_1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_3) $= \frac{\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2X_3} \cdot \rho_{YX_3}}{\dots} +$

Pengaruh total (X_2) terhadap (Y) $= \dots\dots\dots$

Pengaruh (X_3) terhadap (Y)

Pengaruh langsung $= \rho_{YX_3} \cdot \rho_{YX_3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_1) $= \rho_{YX_3} \cdot r_{X_3X_1} \cdot \rho_{YX_1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_2) $= \frac{\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3X_2} \cdot \rho_{YX_2}}{\dots} +$

Pengaruh total (X_3) terhadap (Y) $= \dots\dots\dots$

8. Menghitung variabel lain (ϵ) dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_1, X_2, \dots, X_3)}}$$

9. Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan Hipotesis operasional:

$$H_0 : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} = \rho_{YX_3} = 0$$

H_1 : Sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho_{YX_i} \neq 0$, $i = 1, 2$, dan 3

10. Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k \rho_{YX_i} \rho_{YX_i}}{(n-k-1) \sum_{i=1}^k \rho_{YX_i} \rho_{YX_i}}$$

Hasil Fhitung dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila

$F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada

pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_i}}{\sqrt{\frac{(1-R^2_{Y(X_1, X_2, \dots, X_3)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

t mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan n-k-1.

3.6.2 Uji Hipotesis

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2010:188) ialah:

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak X artinya berpengaruh terhadap Y
 H_i diterima artinya X berpengaruh terhadap Y
 Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y
 H_i ditolak artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

Pengujian secara individual dengan uji t

Tolak H_0 jika $t_{hitung} \geq t_{(mendekati100\%)(n-k-1)}$

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{(mendekati100\%)(n-k-1)}$

Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2010:94) yaitu:

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Pada taraf kesalahan 0,10 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam

rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0: \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *ambient condition, spatial layout and functionality, sign, symbol and artifact* terhadap keputusan berkunjung konsumen pada Braga City Walk Bandung.

$H_1: \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *ambient condition, spatial layout and functionality, sign, symbol and artifact* terhadap keputusan berkunjung konsumen pada Braga City Walk Bandung.

Selanjutnya untuk mengetahui koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y maka digunakan koefisien korelasi yang disajikan pada Tabel 3.8 berikut:

Tabel 3.9
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

INTERVAL KOEFISIEN	TINGKAT PENGARUH
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1.000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2010:95)

Kemudian untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh lingkungan fisik organisasi terhadap keputusan mengunjungi konsumen digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam tabel. Nilai koefisien penentu berada di

Nurul Aini, 2012

Pengaruh Lingkungan Fisik (Service Scape) Terhadap Keputusan Berkunjung Konsumen Pada Pusat Perbelanjaan Modern Braga City Walk Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

antara 0-100%. Jika nilai koefisien penentu makin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin mendekati 0 berarti semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sehingga dibuat pedoman interpretasi koefisien penentu sebagai berikut:

Tabel 3.10
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi

INTERVAL KOEFISIEN	TINGKAT PENGARUH
0-19,99%	Sangat Rendah
20%-39,99%	Rendah
40%-59,99%	Sedang
60%-79,99%	Tinggi
80%-100%	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono (2010:95)