

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Suzuya Mall Rantauprapat yang beralamat di Jl. SM. Raja, Bakaran Batu, Kec. Rantau Sel, Kab. Labuhan Batu, Sumatera Utara.

#### 2. Waktu Penelitian

Dalam melaksanakan suatu penyusunan skripsi penelitian. Adapun adapun waktu penelitian direncanakan sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
Jadwal Kegiatan Penelitian

No.	Bulan / Tahun 2022 s/d 2023								
	Uraian Kegiatan	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
1.	Pengajuan Judul								
2.	Judul Acc								
3.	Penyusunan Proposal								
4.	Bimbingan Proposal								
5.	Seminar Proposal								
6.	Penelitian Skripsi								
7.	Bimbingan Skripsi								
8.	Sidang Meja Hijau								

Sumber : *Data yang diolah tahun 2023*

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Populasi bisa disebut sebagai totalitas subjek penelitian (Wijaya, 2013). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah keseluruhan pengunjung dan pembeli di Suzuya Mall Rantauprapat.

### 2. Sampel

Menurut Wijaya (2013:28), Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil/ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu. Studi penelitian yang mencakup seluruh elemen dalam populasi atau menggunakan populasi sebagai subjek penelitian disebut sensus (sampel jenuh). Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dan dengan purposive sampling sebagai teknik penentuan sampelnya.

Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Cochran (Sugiyono, 2019:136) :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan :

$n$  = sampel

$z$  = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

$p$  = peluang benar 50% = 0,5

$q$  = peluang salah 50% = 0,5

$e$  = margin error 10%

Dari perhitungan diatas, sampel yang diambil dalam penelitian diperoleh sebesar 96,04, kemudian angka tersebut dibulatkan menjadi 96 orang responden.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* yaitu dalam *probability sampling*, setiap unsur dalam populasi memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

### **C. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kelompok yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Definisi operasional untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Ketersediaan Produk (X <sub>1</sub> )	Sesuatu yang dipengaruhi oleh proses pendistribusian produk yang merupakan sebuah komponen dari bauran pemasaran yang berfokus pada pengambilan keputusan dan aktivitas persediaan barang untuk konsumen (Saragih, 2013).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan.</li> <li>2. Kelengkapan produk merk yang ditawarkan.</li> <li>3. Kelengkapan produk variasi ukuran yang ditawarkan.</li> <li>4. Kelengkapan produk variasi kualitas produk yang ditawarkan.</li> </ol>	Likert
Harga (X <sub>2</sub> )	Sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2011).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> <li>4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga</li> </ol>	Likert
Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tangibles</i></li> <li>2. <i>Reliability</i></li> <li>3. <i>Responsiveness</i></li> <li>4. <i>Assurance</i></li> <li>5. <i>Emphaty</i></li> </ol>	Likert

	pimpinan. (Kasmir, 2017).		
Store Atmosphere (X <sub>4</sub> )	Store atmosphere mengacu pada desain lingkungan seperti komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma untuk mensimulasikan respon persepsi dan emosi pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka (Levy & Weitz dalam Katarika & Syahputra, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Interior</i> (bagian dalam toko)</li> <li>2. <i>Exterior</i> (bagian depan toko)</li> <li>3. <i>Store layout</i> (tata letak)</li> <li>4. <i>Interior display</i></li> <li>5. <i>Human Variable</i></li> </ol>	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan informasi tentang keunggulan suatu produk yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan merubah seseorang untuk melakukan keputusan pembelian (Tjiptono, 2012).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Product choice</i> (Pilihan produk)</li> <li>2. <i>Brand choice</i> (Pilihan merek)</li> <li>3. <i>Dealer choice</i> (Pilihan tempat penyaluran)</li> <li>4. <i>Purchase amount</i> (Jumlah pembelian atau kuantitas)</li> <li>5. <i>Purchase timing</i> (Waktu pembelian)</li> <li>6. <i>Payment method</i> (Metode pembayaran)</li> </ol>	

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Jenis penelitian ialah penelitian kuantitatif yang bersumber dari macam jenis sumber data primer dan juga data sekunder. Alasan mengapa penelitian memilih jenis kuantitatif di karenakan penulis ingin melihat suatu pengaruh dalam hasil berdasarkan instrument yang telah ada.

Penulis menggunakan berbagai sumber data. Adapun data yang digunakan adalah sebagai berikut :

##### **1. Data Primer**

Data primer ialah data yang dapat diperoleh secara langsung melalui terjun ke lapangan yang bersumber dari hasil suatu pengamatan langsung pengaruh kualitas produk dan desain terhadap strategi pemasaran.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder ialah data pendukung dari data primer yang mampu di peroleh dari berbagai bahan-bahan literature seperti dokumen-dokumen, laporan-laporan dan keputusannya yang dapat berkaitan dengan kualitas dan desain produk terhadap strategi pemasaran.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan menggunakan wawancara, dokumentasi, kuesioner/angket.

1. Dokumentasi adalah suatu proses pemerolehan data dengan informasi dari tangan pertama, dengan cara melakukan secara langsung sebagai pengamatan pengaruh kualitas dan desain terhadap strategi pemasaran.

## 2. Wawancara

Wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya (Sugiyono, 2016:31). Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara terbuka. Wawancara terbuka bersifat bebas dimana tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis.

## 3. Kuesioner/Angket

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, yaitu pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada 96 responden

Dalam kuisisioner ini menggunakan skala likert sebagai pengukuran variabelnya. Dengan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2016:133). Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka dapat diberi skor dari skala likert, yaitu :

**Tabel 3.3**  
Skala Pengukuran Likert

<b>No.</b>	<b>Item Instrumen</b>	<b>Bobot</b>
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2016)

## F. Uji Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:140) menyatakan “Terdapat dua macam instrumen yakni instrumen yang berbentuk tes dan instrumen yang berbentuk non tes seperti angket atau kuesioner, observasi dan wawancara”.

Dalam penelitian ini alat pengumpulan data (instrumen) yang digunakan non tes yakni berupa angket atau kuesioner dan observasi. Butir-butir pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner berdasarkan teori manajemen yang relevan dan dari temuan hasil peneliti terdahulu. Menurut Sugiyono (2016:141) menyatakan “Pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert yaitu suatu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi, seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Jawaban dari responden bersifat kualitatif di kuantitatifkan, di mana pertanyaan atau pernyataan diberi skor dengan menggunakan skala likert.

### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2011:52). Karena seluruh populasi sudah menjadi sampel dalam penelitian ini. Pengujian validitas instrument dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software spss 25.0 for windows* . Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuisisioner adalah sebagai berikut :

- a. Jika  $r$  hasil positif,  $r^{\text{hitung}} > r^{\text{tabel}}$  maka pertanyaan tersebut valid
- b. Jika  $r$  hasil positif,  $r^{\text{hitung}} < r^{\text{tabel}}$  maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Uji instrument ini dilakukan terhadap 96 responden diluar target sampel tetapi sesuai dengan karakteristik populasi. Untuk pengambilan keputusan berdasarkan responden dan nilai rtable pada taraf signifikansi 5%, yaitu 0,361. Artinya, item instrument disebut valid jika lebih besar dari 0,361. Adapun hasil uji validitas untuk instrument dalam penelitian ini dapat di ilustrasikan sebagaimana tabel berikut :

**Tabel 3.4**  
Variabel Ketersediaan Produk (X1)

Variabel	r hitung	r tabel	Nilai probabilitas (sig)	Ket.
X1.1	0,801	0,200	0,000	Valid
X1.2	0,806	0,200	0,000	Valid
X1.3	0,791	0,200	0,000	Valid
X1.4	0,799	0,200	0,000	Valid
X1.5	0,871	0,200	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa setiap instrumen pertanyaan yang digunakan memiliki nilai rhitung pada item pertanyaan lebih besar dari pada rtable sehingga instrumen X1 dapat dinyatakan valid, karena nilai rhitung lebih besar dari rtable dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,050. Oleh karena itu setiap butir pertanyaan sudah memenuhi syarat digunakan sebagai instrumen pertanyaan.

**Tabel 3.5**  
Variabel Harga (X2)

Variabel	r hitung	r tabel	Nilai probabilitas (sig)	Ket.
X2.1	0,755	0,200	0,000	Valid
X2.2	0,704	0,200	0,000	Valid
X2.3	0,732	0,200	0,000	Valid
X2.4	0,739	0,200	0,000	Valid
X2.5	0,731	0,200	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa setiap instrumen pertanyaan yang digunakan memiliki nilai r hitung pada item pertanyaan lebih besar dari pada r tabel sehingga instrumen X2 dapat dinyatakan valid, karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,050. Oleh karena itu setiap butir pertanyaan sudah memenuhi syarat digunakan sebagai instrumen pertanyaan.

**Tabel 3.6**  
Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Variabel	r hitung	r tabel	Nilai probabilitas (sig)	Ket.
X3.1	0,794	0,200	0,000	Valid
X3.2	0,734	0,200	0,000	Valid
X3.3	0,796	0,200	0,000	Valid
X3.4	0,765	0,200	0,000	Valid
X3.5	0,768	0,200	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa setiap instrumen pertanyaan yang digunakan memiliki nilai r hitung pada item pertanyaan lebih

besar dari pada rtabel sehingga instrumen X3 dapat dinyatakan valid, karena nilai r hitung lebih besar dari rtabel dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,050. Oleh karena itu setiap butir pertanyaan sudah memenuhi syarat digunakan sebagai instrumen pertanyaan.

**Tabel 3.7**  
Variabel *Store Atmosphere* (X4)

Variabel	r hitung	r tabel	Nilai probabilitas (sig)	Ket.
X4.1	0,840	0,200	0,000	Valid
X4.2	0,786	0,200	0,000	Valid
X4.3	0,818	0,200	0,000	Valid
X4.4	0,795	0,200	0,000	Valid
X4.5	0,841	0,200	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa setiap instrumen pertanyaan yang digunakan memiliki nilai r hitung pada item pertanyaan lebih besar dari pada rtabel sehingga instrumen X4 dapat dinyatakan valid, karena nilai r hitung lebih besar dari rtabel dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,050. Oleh karena itu setiap butir pertanyaan sudah memenuhi syarat digunakan sebagai instrumen pertanyaan.

**Tabel 3.8**  
Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Variabel	r hitung	r tabel	Nilai probabilitas (sig)	Ket.
Y1	0,801	0,200	0,000	Valid
Y2	0,806	0,200	0,000	Valid

Y3	0,791	0,200	0,000	Valid
Y4	0,799	0,200	0,000	Valid
Y5	0,871	0,200	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks valid adalah nilai indeks validitasnya  $\geq 0,3$  (Sugiyono, 2016:179). Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,300 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuisioner yang mempunyai indikator dari variabel dan konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil waktu ke waktu (Ghozali, 2011:47).

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS, yang memberikan fasilitas untuk mengukur reabilitas dengan uji statistik cronback alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronback alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,7$ .

Sebagaimana langkah-langkah tersebut, maka penulis juga menggunakan langkah-langkah tersebut sebagai cara untuk mengukur tingkat reliabilitas. Sedangkan perhitungannya menggunakan SPSS. Uji reliabilitas instrument dalam penelitian ini akan dilakukan terhadap 96 responden Adapun hasil uji reliabilitas untuk instrument dalam penelitian ini dapat di ilustrasikan sebagaimana tabel berikut :

**Tabel 3.9**  
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>cronbach alpha</i> ( $\alpha$ ) > 0,60	Ket.
Kuallitas Produk (X1)	0,872	0,600	Reliabel
Harga (X2)	0,779	0,600	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,828	0,600	Reliabel
<i>Store Atmosphere</i> (X4)	0,874	0,600	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,872	0,600	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Menurut Ghozali (2016), suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* ( $\alpha$ ) > 0,600. Dari tabel diatas dapat dillihat nilai *cronbach alpha* untuk setiap pernyataan > 0,600. Maka, dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dalam kuisisioner dapat dinyatakan reliabel atau handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

## G. Metode Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

Menurut Situmorang dan Lufti (2014:79), agar didapat perkiraan regresi yang tidak bias dan efisiensi maka dilakukan pengujian asumsi klasik, ada beberapa kriteria persyaratan asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam penelitian yaitu :

#### a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Data

dinyatakan berdistribusi normal jika data tersebut membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal dengan melihat grafik normal *probability plot*. Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Untuk uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari koefisien tingkat keyakinan (*level of confidence*).”

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Artinya variabel bebas (*independent variable*) yang satu dengan yang lain dalam model regresi linear berganda tidak saling berhubungan secara sempurna atau mendekati sempurna. Untuk menguji ada atau tidaknya gejala. Multikolinieritas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)* melalui program SPSS. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai umum yang biasa dipakai adalah nilai *Tolerance*  $> 0,1$  atau nilai *VIF*  $< 10$ , maka tidak terjadi multikolinieritas.

#### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Artinya varians variabel bebas (*independent variable*) adalah konstan (sama) untuk setiap nilai tertentu variabel bebas (homokedastisitas). Melalui analisis grafik, suatu model regresi dianggap tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta

tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi dapat pula dilakukan dengan Uji Glejser, meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari koefisien tingkat keyakinan (*level of confidence*) maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

## 2. Uji Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan mengumpulkan, mengolah, mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data penelitian, sehingga diperoleh gambaran jelas mengenai objek yang diteliti dengan menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Menurut Situmorang dan Lufti (2014:84) mengemukakan analisis regresi linear berganda ditujukan untuk menentukan hubungan linear antar beberapa variabel independen yaitu Ketersediaan Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) dan Store Atmosphere ( $X_4$ ) dengan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y).”

Berdasarkan hubungan dua variabel yang dinyatakan dengan persamaan linear dapat digunakan untuk membuat prediksi (ramalan) tentang besarnya nilai Y (variabel dependen) berdasarkan nilai X tertentu (variabel independen). Ramalan (prediksi) tersebut akan menjadi lebih baik bila kita tidak hanya memperhatikan satu variabel yang mempengaruhi (variabel

independen). Bentuk dari persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja Pegawai

a = Konstanta

$b_1$ - $b_2$ - $b_3$ - $b_4$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Ketersediaan Produk

$X_2$  = Harga

$X_3$  = Kualitas Pelayanan

$X_4$  = Store Atmosphere

e = *Standard Error*

### 3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji signifikan parsial (uji t) dan simultan (uji f). Menurut Situmorang dan Lufti (2014:86) yaitu:

#### a. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak digunakan statistik t (uji t). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu Ketersediaan Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) dan Store

Atmosphere ( $X_4$ ) secara parsial terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y). Bentuk pengujiannya sebagai berikut:

- a.  $H_0 : b_1 = 0$ , artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dari variabel bebas yaitu Ketersediaan Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) dan Store Atmosphere ( $X_4$ ) secara parsial terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y).
- b.  $H_a : b_1 \neq 0$ , artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dari variabel bebas yaitu Ketersediaan Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) dan Store Atmosphere ( $X_4$ ) secara parsial terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak.
- b) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima.

Jika tingkat signifikansi dibawah 0.05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**b. Uji Signifikan Simultan (Uji-F)**

Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak digunakan statistik F (uji F). Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara serentak atau bersama-sama variabel bebas yaitu Ketersediaan Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) dan Store Atmosphere ( $X_4$ ) terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y). Perumusan hipotesisnya yaitu:

- a.  $H_0: b_1 = b_2 = b_3 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel bebas (*independent variable*) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (*dependent variable*).
- b.  $H_a: b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel bebas (*independent variable*) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (*dependent variable*).

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak.
- b. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima.

Jika tingkat signifikansi dibawah 0.05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**c. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Situmorang dan Lufti (2014:76) “Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *independent* atau *predictornya*. Range nilai dari  $R^2$  adalah 0-1. Semakin mendekati nol berarti model tidak baik atau variasi model dalam menjelaskan amat terbatas, sebaliknya semakin mendekati satu model semakin baik.”

Pada intinya mengukur proporsi atau persentase sumbangan variabel bebas (variabel independen) yaitu variabel Ketersediaan Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) dan Store Atmosphere ( $X_4$ ) terhadap naik turunnya variabel terikat (variabel dependen) yaitu Keputusan Pembelian ( $Y$ ) secara bersama-sama, dimana:  $0 \leq R^2 \leq 1$ .”