

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis dalam penelitian menggunakan metode kuantitatif (Hardani et al., 2020:240) yang dimana metode kuantitatif adalah studi ilmiah yang bersifat sistematis mengenai bagian-bagian atas fenomena dan hubungannya. Tujuan dalam penelitian kuantitatif adalah untuk pengembangan dan penerapan model matematika, teori, dan/atau hipotesis yang memiliki kaitan atas fenomena alam yang terjadi. Penerapan metode kualitatif harus dibekali dengan teori dan wawasan umum sehingga dapat melakukan wawancara tatap muka, menganalisis dan mengkonstruksi subjek penelitian agar lebih jelas.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan keadaan realitas pada subjek yang diteliti. Data yang digunakan sebagai sumber penelitian adalah data primer. Data primer suatu penelitian dikumpulkan secara langsung melalui sumber dengan mengukur dan menghitung secara mandiri menggunakan instrumen penelitian seperti observasi, angket, wawancara dan sumber lainnya.

#### **3.2. Sifat Penelitian**

Sifat penelitian ini adalah asosiatif (Sugiyono, 2019:55) penelitian ini merupakan penelitian asosiasi, yang memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk menemukan fungsi, efek dan hubungan sebab akibat, yaitu antara variabel *independen* dan variabel *dependen*. Variabel

yang terkait dalam penelitian meliputi variabel *Store atmosphere*, Varian Produk dan *Word Of Mouth* (WOM) (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

### 3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

#### 3.3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi sebagai objek dalam penelitian berada pada *Hear Coffee* yang beralamat di Ruko Grand Niaga Mas Blok C No 41-42 Batam Center, Kepulauan Riau.

#### 3.3.2. Periode Penelitian

Pelaksanaan dalam penelitian ini diperkirakan tuntas dalam periode waktu 6 (Enam) bulan yang dijabarkan pada tabel sebagai berikut.

**Tabel 3. 1** Jadwal Penelitian

Kegiatan	Waktu Kegiatan																							
	Mar 2022				Apl 2022				Mei 2022				Jun 2022				Jul 2022				Ags 2022			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■	■																						
Penyusunan Bab I			■	■																				
Penyusunan Bab II					■	■																		
Penyusunan Bab III							■	■																
Sebar kuesioner									■	■														
Pengolahan data										■	■													
Penyusunan Bab IV													■	■	■	■								
Pengumpulan Bab V																	■	■	■	■				
Pengumpulan Skripsi																					■	■	■	■

**Sumber:** Penelitian 2022

### **3.4. Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1. Populasi**

Populasi adalah pengeneralisasian sebuah bidang yang terdiri atas objek maupun subjek, serta memiliki kualitas dan karakteristik yang ditentukan oleh peneliti dalam hal mempelajari sesuatu untuk ditarik sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2019:111).

Populasi merupakan seluruh objek dalam sebuah penelitian, terdiri atas manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala ataupun fenomena/peristiwa sebagai sumber data dan memiliki karakter untuk dilakukan suatu penelitian (Hardani et al., 2020:361). Populasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah konsumen pada *Hear Coffee* Batam pada periode Januari hingga Maret tahun 2022 berjumlah 155 responden.

#### **3.4.2. Sampel**

Sampel adalah bagian dalam anggota populasi yang diperoleh dengan menggunakan teknik-teknik pengambilan sampling. Sampel tersebut dianalisa dengan cermat sehingga dapat menggambarkan fenomena dari populasi, yang dimana konklusi hasil penelitian diperoleh dari sampel yang diartikan sebagai sebuah kesimpulan (Hardani et al., 2020:362).

Pada bagian ini, peneliti menggunakan rumus sampling Slovenia untuk menentukan berapa banyak sampel yang dapat diperoleh dari 155 pelanggan dengan kesalahan atau margin eror sebesar 5%. Rumus berikut digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang diambil.

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$\text{Sehingga: } n = 155 / (1 + (155 \times 0,05^2))$$

$$n = 155 / (1 + (155 \times 0,0025))$$

$$n = 155 / (1 + 0,38)$$

$$n = 155 / 1,38$$

$$n = 112,31$$

### **Rumus 3. 1** *Slovin Sampling*

**Sumber :** (Nainggolan & Angelyn, 2022:363-364)

Hasil dari perhitungan diatas menunjukkan jumlah sampel yang digunakan peneliti sebesar 112.31 responden, kemudian dari hasil tersebut digenapkan menjadi 112 responden pada *Hear Coffee* Batam.

#### **3.4.3. Teknik Sampling**

Teknik pengambilan sampel merupakan metode penentuan sampel dimana jumlah responden sesuai dengan ukuran sampel yang digunakan sebagai sumber data sebenarnya, perhatian difokuskan pada karakteristik dan sebaran populasi, sehingga dapat diperoleh sampel yang representatif (Hardani et al., 2020:364).

Teknik pengambilan sampling pada penelitian ini yaitu teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, yang dimana teknik ini tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel dalam penelitian (Sugiyono, 2019:114).

Jenis dalam *purposive sampling*, fungsi utama pengambilan sampel ini adalah apakah anggota sampel dipilih secara spesifik berdasarkan tujuan penelitian. Teknik ini sering dilakukan dalam penelitian kualitatif untuk mengamati kasus-kasus tertentu ataupun sampel untuk menentukan tujuan yang lebih spesifik (Hardani et al., 2020:368)

### **3.5. Sumber Data**

Sumber data merupakan segala aspek yang dapat memberikan informasi penelitian yang relevan. Data dalam penelitian digunakan dengan dua jenis sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

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

Merupakan data yang bersumber dari pemasok data secara langsung terhadap pengumpul data, seperti halnya kuesioner. Metode pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan dengan harapan adanya respon dengan cara menjawab daftar pertanyaan tersebut oleh responden.

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

Merupakan sumber data yang tidak dapat secara langsung diperoleh kepada peneliti atau pengumpul data, seperti halnya melalui individu lain atau dokumen yang tersedia. Data tersebut sebagai pendukung penelitian yang berkaitan dengan masalah penelitian yang akan dilakukan pada *Hear Coffee* Batam.

### **3.6. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam melakukan penelitian, karena bertujuan untuk memperoleh data sebagai aspek utamanya. Jika metode pengumpulan data tidak diketahui, maka peneliti tidak akan dapat memperoleh data yang memenuhi kriteria data yang telah ditetapkan (Hardani et al., 2020:120).

Metode ini merupakan strategi survai, artinya survai dilakukan dengan mengikuti penelitian sebagai alat survei yang dilakukan pada populasi besar dan

kecil, tetapi informasi yang benar adalah informasi dari pengujian yang diambil dari populasi tersebut, sehingga kejadian relatif distribusi . dan hubungan antara faktor-faktor yang diidentifikasi (Sugiyono, 2019:130).

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner atau angket oleh peneliti. Kemudian data tersebut diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket tersebut sebagai sampel dalam penelitian. Angket atau *Questionnaire* adalah pengumpulan data berlangsung dalam bentuk persetujuan tertulis dari responden untuk menjawab pertanyaan. Kuesioner ini merupakan metode pengumpulan data yang efektif, dimana peneliti mengetahui variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang diharapkan (Sugiyono, 2019:130).

Skala Likert dipergunakan dalam hal mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu peristiwa sosial. Skala Likert timbul melalui pernyataan mengenai sikap responden terhadap objek dalam penelitian. Pertanyaan tersebut masing-masing memiliki lima (5) point atas pernyataan setuju (*Agree*) maupun tidak setuju (*Disagree*). Skor setiap item dijumlahkan untuk membuat skor keseluruhan untuk responden (Hardani et al., 2020:390).

**Tabel 3. 2** *Skala likert*

<b>Sekala likert</b>	<b>Kode</b>	<b>Nilai</b>
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

**Sumber:** (Sugiyono, 2019:133)

### 3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel operasional adalah metode untuk memperhitungkan sebuah gagasan mengenai situasi yang memiliki alasan langsung sehingga dapat mempengaruhi dan dipengaruhi, khususnya oleh kemungkinan penyebab berbagai masalah dan situasinya tergantung pada beberapa faktor yang ada. Dalam penelitian ini, penulis menjabarkan dua jenis variabel ditinjau berdasarkan aspek hubungan antar satu variabel dengan variabel lainnya. Digunakan dua jenis variabel dalam penelitian yakni *variabel independen* dan *variabel dependen*.

#### 1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) atau sering disebut variabel berpengaruh merupakan variabel yang diasumsikan memiliki pengaruh terhadap variabel tidak bebas (*dependent variable*) serta berpengaruh pada variabel yang dikontrol dan diuji. Inti dari penjelasan diatas bahwa kajian ilmiah adalah kajian tentang pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Djaali, 2021:28). Variabel bebas (*independent variable*) yang terdapat dalam penelitian ini yaitu *Store Atmosphere* , *Varian Produk* dan *Word Of Mouth*.

#### 2. Variable Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel tidak bebas (*dependent variabel*) atau sering disebut juga variabel terikat merupakan variabel yang mempengaruhi hubungan antar dua variabel dan sering disebut variabel efek, diharapkan terjadi ketika adanya variabel bebas setelahnya atau variabel yang mempengaruhi muncul (Djaali, 2021:28). Variabel terikat (*dependent variable*) dipenelitian ini adalah keputusan pembelian.

**Tabel 3. 3** Definisi Operasional

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pengukuran</b>
<i>Store atmosphere</i> (X <sub>1</sub> )	<i>Store Atmosphere</i> merupakan gabungan antara tampilan dan suasana sehingga menghasilkan bentuk fisik yang dapat dilihat sebagai satu kesatuan yang menarik bagi pelanggan. (Ndengane et al., 2021:27)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagian Luar <i>Store</i> (<i>Eksterior</i>)</li> <li>2. Bagian Dalam <i>Store</i> (<i>General Interior</i>)</li> <li>3. Tata Letak Toko (<i>Store Layout</i>)</li> <li>4. Dekorasi Pemikat <i>Internal Store</i> (<i>Interior Point Of Interest Display</i>) (Daniati et al., n.d.2021:130-131)</li> </ol>	<i>Likert</i>
Varian Produk (X <sub>2</sub> )	Varian Produk adalah suatu proses dimana terdapat modifikasi pada produk yang bervariasi dalam segi ukuran, harga dan tampilan, perusahaan harus mampu menciptakan varian produk yang berbeda serta dapat selalu mengikuti perubahan dan perkembangan zaman. (Nainggolan & Angelyn, 2022:362)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Varian ukuran pada produk</li> <li>2. Varian merek pada produk</li> <li>3. Varian keberagaman produk</li> <li>4. Varian kualitas pada produk (Imanulah et al., 2022:288)</li> </ol>	<i>Likert</i>
<i>Word Of Mouth</i> (WOM) (X <sub>3</sub> )	<i>Word Of Mouth</i> (WOM) adalah komunikasi mengenai produk dan jasa perusahaan ataupun deskripsi mengenai perusahaan tersebut, berupa komentar/ulasan pada produk, kebaikan, kejujuran, kecekatan pelayanan dan lain-lain serta dialami oleh satu orang dan kemudian diteruskan kepada pihak	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyampaikan</li> <li>2. Merekomendasikan</li> <li>3. Dorongan (Nyoman et al., 2022:80)</li> </ol>	<i>Likert</i>



Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
	lain. (Idham & Suhardi, 2020:300)		
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan aktivitas menentukan suatu hal yang didasari oleh pilihan alternatif yang beragam (Sabrina & Syaifullah, 2020:317).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengadaan produk</li> <li>2. Pembelian pada merek</li> <li>3. Saluran pembelian</li> <li>4. Menentukan waktu pembelian</li> <li>5. Jumlah (<i>kuantitas</i>) (Abdul et al., 2022:304)</li> </ol>	<i>Likert</i>

Berdasarkan dari jenis data yang dijabarkan diatas Perskalaan *Store atmosphere* ( $X_1$ ), Varian Produk ( $X_2$ ), *Word Of Mouth* (WOM) ( $X_3$ ) dan Keputusan Pembelian (Y), diukur menggunakan “Skala Likert” dalam penelitian.

### 3.8. Metode Analisis Data

Penelitian kuantitatif menggunakan teknik analisis data yang jelas, maksudnya data yang ada mengarah akan rumusan masalah atau pengujian hipotesis untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Biasanya data dalam penelitian kuantitatif menggunakan metode analisis data berdasarkan statistik yang telah tersedia. Penelitian ini menggunakan program dan alat analisis data untuk melihat pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya, menggunakan alat atau program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) yang relevan sesuai tujuan penelitian.

### **3.8.1. Analisis Deskriptif**

Analisis penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk menentukan nilai variabel bebas, serta mengetahui satu atau lebih variabel (*independent*) yang tidak membandingkan atau menggabungkan satu variabel dengan variabel lainnya (Jayusman & Shavab, 2020:15).

Teknik analisa data kuantitatif menggunakan statistik. Dua jenis statistik yang dipergunakan dalam menganalisis data penelitian yakni statistik deskriptif dan statistik inferensi. Statistik deskriptif merupakan statistik dengan menggunakan analisis data dengan gambaran atau deskripsi yang dikumpulkan seolah-olah tidak dimaksudkan untuk menarik kesimpulan atau generalisasi tersedia secara umum (Sugiyono, 2019:140-141).

### **3.8.2. Uji Kualitas Data**

#### **3.8.2.1. Uji Validitas**

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui validitas akan variabel dalam penelitian. Jika alat penelitian dinyatakan valid, artinya alat ukur yang digunakan dalam menghasilkan data (pengukuran) tersebut valid, yang dimaksud validitas adalah instrumen tersebut sesuai untuk mengukur apa yang perlu diukur (Hartini & Hartelina, 2022:26).

Dalam penelitian ini dilakukan uji validitas untuk mengetahui apakah klaim-klaim yang disusun dalam angket diukur, variabel penelitian yang diperlukan diukur dengan batasan pada setiap item pertanyaan yang dinyatakan valid jika nilai korelasi item yang dikoreksi lebih besar dari 0,3. Berdasarkan output SPSS telah diketahui bahwa item pernyataan terukur di atas batas 0,3. Oleh

karena itu, tidak ada materi pertanyaan yang dihilangkan dari format aslinya (Darmawan & Arifin, 2020:108).

Uji validitas ini dalam penelitian ini menggunakan program SPSS Ver 20 (*Statistical Package for Social Sciences Ver 20*). Terdapat rumus dalam menentukan nilai korelasi yaitu korelasi *pearson prodct moment* menurut (Sanusi, 2017) yang dirumuskan sebagai berikut.

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

**Rumus 3. 2** Rumus validitas (*Pearson Product moment*)

**Sumber:** (Sanusi, 2017 : 77)

Keterangan :

r ; artinya koefisien korelasi

X ; artinya skor butir

Y ; artinya skor total butir

N ; artinya jumlah sampel

Diketahui adanya kriteriaditerima dan tidaknya suatu data atau valid atau tidak, berdasarkan faktor sebagai berikut:

1. Apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  , artinya elemen-elemen pada pertanyaan dinyatakan memiliki korelasi signifikan terhadap total skor pada elemen tersebut dan dinyatakan valid.
2. Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  , artinya elemen-elemen pada pertanyaan dinyatakan tidak memiliki korelasi signifikan terhadap total skor pada elemen tersebut dan dinyatakan tidak valid .

### 3.8.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan aspek yang bertujuan untuk menentukan pengukuran dengan hasil tetap atau konsisten, jika terjadi pengukuran lebih dari dua kali pada suatu gejala yang sama akan digunakan pula alat ukur yang serupa (Erika Putri et al., 2022:92).

Uji reliabilitas juga mengacu akan hasil pengukuran objek yang sama dan memberikan data yang sama pulaserta diagregasi dari semua pernyataan. Uji reliabilitas diterapkan pada elemen pernyataan yang dianggap telah valid. Uji reliabilitas dalam penelitian ini melihat koefisien (*cronbach alpha*) dengan kriteria-kriteria sebagai berikut menurut (Hartini & Hartelina, 2022:26-27):

1. Apabila koefisien *cronbach's alpha reliability* pada suatu variabel besar > dari r Tabel (0,6), artinya variabel yang ada dianggap reliabel.
2. Apabila koefisien *cronbach's alpha reliability* pada suatu variabel kurang < dari r Tabel (0,6), artinya variabel yang ada dianggap tidak reliabel.

### 3.8.3. Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengukur adanya variabel yang membingungkan atau variabel residual berdistribusi normal dalam suatu model regresi. Analisis uji normalitas data akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada regresi serta menghasilkan bandingkan dengan distribusi normal atau distribusi abnormal (Erika Putri et al., 2022:92).

Uji normalitas dapat berupa uji histogram, uji P-Plot normal, uji Chi square, Skewness dan tes Kurtosis atau Kolmogorov Smirn. Normalitas distribusi

data penelitian harus diperiksa sebelum melakukan analisis itu sendiri. Data yang baik merupakan data yang memiliki tata letak normal. Dasar penentuan uji normalitas adalah: apabila nilai signifikansi lebih besar  $>$  dari  $\alpha = 0,05$ , maka data berdistribusi normal. Sebaliknya, jika mean lebih kecil  $<$  dari  $\alpha = 0,05$ , maka data tidak terdistribusi dengan normal (Duli, 2019:115)

### 3.8.3.2. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui apakah terdapat korelasi tinggi antara variabel bebas dalam model regresi linier berganda. Apabila terdapat korelasi yang tinggi antara variabel *independen*, hubungan antara variabel *independen* dan variabel *dependen* akan terputus. Alat statistik yang biasa digunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas adalah faktor inflasi variasi (VIF), korelasi *Pearson* antara variabel *independen* atau dengan melihat nilai *eigen* dan *indeks* saham (CI). Dasar penentuan uji multikolinieritas dapat berupa: Jika nilai toleransi 0,10 berarti tidak ada pemeriksaan multikolinieritas pada data. Akan tetapi jika nilai toleransi  $<$  0,10 berarti data yang diuji memiliki multikolinieritas (Duli, 2019:120).

### 3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidak perbedaan yang berbeda dari sisa pengamatan yang satu ke pengamatan yang lainnya. Model regresi yang terdeteksi memenuhi syarat yaitu terdapat kesamaan perbedaan residu dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, yang didefinisikan sebagai *homoskedastisitas*. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilaksanakan melalui metode *scatter plot* dengan memplot nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan

SRESID (nilai residu). *Glacier SPSS Heteroscedasticity Test*: Tes terutama berfokus untuk menguji apakah ada perbedaan yang tidak sama dalam model transformasi dari satu pengamatan *residual* ke pengamatan lainnya. Jika selisih *residual* tetap dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya disebut *homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *heteroskedastisitas*. Dasar penentuan *heteroskedastisitas* adalah: apabila nilai signifikansi besar dari  $> \alpha = 0,05$  berarti tidak terjadi *heteroskedastisitas* dan jika nilai mean kurang dari  $< \alpha = 0,05$  berarti terjadi *heteroskedastisitas* (Duli, 2019:122).

### 3.8.4. Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi liner berganda memiliki tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh diantara dua atau lebih variable bebas (*variabel independen*) terhadap satu variable terikat (*variabel dependen*) (Christopher et al., 2021:79). Rumus untuk analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut.

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_n X_n + e$$

Keterangan:

Y ; Variabel terikat atau response.

X ; Variabel bebas atau *predictor*.

$\alpha$  ; Konstanta.

b ; *Slope* atau *Koefisien estimate*.

e ; Variabel Pengganggu.

**Rumus 3. 3** Analisis Regresi Linear Berganda.

**Sumber:** (Sanusi, 2017:134)

### 3.8.4.2. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien ketentuan ( $R^2$ ) dirancang untuk menentukan tingkat akurasi tertinggi dalam analisis regresi, ditunjukkan dengan besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sama dengan nol, variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika koefisien determinasi mendekati satu, maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Selain itu, penggunaan koefisien determinasi juga dapat melihat presentase perubahan *variabel independent* (Y) terhadap *variabel dependent* (X) (Erika Putri et al., 2022:93).

### 3.8.5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis secara signifikan mirip dengan koefisien regresi linier berganda parsial terhadap hipotesis penelitian (Sanusi, 2017:138). Penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis diantaranya yaitu Uji-T dan Uji-F.

#### 3.8.5.1. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel bebas (*Store Atmosphere*, Varian Produk dan *Word Of Mouth* (WOM) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian) (Idham & Suhardi, 2020:305). Dasar perhitungan pada uji parsial (Uji-t) yakni harus memenuhi kriteria sebagai berikut.

1. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dan probabilitas (nilai signifikan) kurang dari  $< 5\%$  (0,05), artinya variabel bebas (*Store Atmosphere*, Varian Produk dan *Word Of Mouth* (WOM)) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) pada *Hear Coffee* Batam.

2. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dan probabilitas (nilai signifikan) besar dari  $> 5\%$  (0,05), artinya variabel bebas (*Store atmosphere*, Varian Produk dan *Word Of Mouth* (WOM)) tidak memiliki berpengaruh secara parial dan signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) pada *Hear Coffee* Batam.

### 3.8.5.2. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian simultan bertujuan untuk mengetahui apakah secara simultan atau kombinasi antara variabel bebas/*independen* (*Store Atmosphere*, Varian Produk dan *Word Of Mouth* (WOM)) mempengaruhi variabel terikat/*dependen* (keputusan pembelian) pada *Hear Coffee* Batam (Idham & Suhardi, 2020:307).

Hipotesis dalam pengujian ini, sebagai berikut:

Ho : Variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y

Ha : Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y

Dasar perhitungan pada uji parsial (Uji F) yakni harus memenuhi kriteria sebagai berikut.

1. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , pada nilai signifikan kurang dari  $< 0.05$ , artinya variabel bebas (*Store atmosphere*, Varian Produk dan *Word Of Mouth* (WOM)) akan mempengaruhi variabel terikat (Keputusan Pembelian) secara bersamaan.
3. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , pada nilai signifikan besar dari  $> 0,05$ , artinya variabel variabel bebas (*Store atmosphere*, Varian Produk dan *Word Of Mouth* (WOM)) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian).