

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Sebelum kegiatan penelitian terlaksana terlebih dahulu dilakukan perencanaan, supaya penelitian yang dilakukan dapat berjalan baik dan sistematis. Menurut (Sanusi, 2011) desain penelitian adalah rancangan penelitian merupakan cetak biru bagi penelitian.

Berdasarkan definisi ini dapat disimpulkan bahwa desain penelitian merupakan proses yang diperlukan dalam melakukan analisis data sehingga dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan rumusan masalah yang harus memuat segala sesuatu yang berkepentingan dengan pelaksanaan penelitian nanti.

Desain penelitian yang ditetapkan di dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Pertama menetapkan judul yang akan diteliti, sehingga dapat diketahui apa yang akan diteliti dan menjadi masalah dalam penelitian. Penelitian ini mengangkat judul : Pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Holland Bakery di kota Batam
2. Merumuskan tujuan penelitian secara spesifik.
3. Menetapkan masalah yang hendak untuk diteliti dalam penelitian ini dan pembuatan perancangan hipotesis.

4. Kemudian memilih serta memberikan pengukuran variabel penelitian. Ukuran variabel yang digunakan adalah ordinal. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert.
5. Selanjutnya memilih prosedur dan teknik yang digunakan. Prosedur penelitian yang dilakukan adalah:
 - a. Menetapkan populasi dan sampel. Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen Holland Bakery di Batam. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah menggunakan rumus Slovin.
 - b. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan wawancara. Data-data penelitian yang dibutuhkan bersumber dari data primer dan data sekunder.
6. Di ikuti dengan menentukan serangkaian data dan pengujian dengan prosedur statistik. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan deskriptif kuantitatif. Pengujian yang digunakan adalah uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji pengaruh.
7. Di akhiri dengan pelaporan hasil penelitian termasuk penelitian dan interprestasi data.

Desain ini menggunakan metode kuantitatif karena dilakukan pada kondisi yang alamiah. Menurut (Sugiyono, 2015) penelitian yang menekankan pada teori-teori, dan atau hipotesis-hipotesis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dalam angka (*Quantitative*) dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik dan atau permodelan matematis. Meskipun pendekatan ini, menurut sejarahnya

dibentuk dan didasarkan pada ilmu pasti, namun dalam banyak hal dapat diaplikasikan juga pada penelitian dari ilmu social.

Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian (Sugiyono, 2015). Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafah positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan sebagai iptek baru.

3.2. Operasional Variabel

Definisi operasional pada penelitian adalah unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang mencakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Teori ini dipergunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel tak bebas atau merupakan salah satu penyebab (wibowo, 2012). Didalam penelitian ini suasana toko dan kualitas pelayanan merupakan variabel bebas dan Keputusan pembelian konsumen merupakan variabel terikat atau variabel tak bebas, adapun variabel penelitiannya sebagai berikut:

3.2.1. Variabel Bebas (X)

Variabel *independen* (bebas) sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *actecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat) (Sugiyono, 2014).

3.2.1.1. Suasana toko (X1)

Suasana toko merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan, suasana toko dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian .

3.2.1.2. Kualitas pelayanan (X2)

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

3.2.2. Variabel Terikat (Y)

3.2.2.1. Keputusan pembelian (Y)

Variabel terikat (*dependen*) sering disebut juga sebagai variabel output, kriteria, konsukuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dalam penelitian ini adalah

keputusan pembelian, dimana keputusan pembelian adalah suatu kegiatan atau tindakan yang mengevaluasi dua atau lebih perilaku dan memilih salah satu sebagai pilihan alternatif sebagai bentuk keinginan perilaku. Konsumen dalam melakukan pembelian akan melalui langkah-langkah tertentu.

Tabel 3. 1. Operasionalisasi Variabel X dan Y

No	Variabel	Definisi konseptual	Indikator	Skala pengukuran
1	Suasana toko (X1)	Suasana toko merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan. suasana toko dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Exterior</i> 2. <i>general interior</i> 3. <i>store layout</i> 4. <i>interior display</i> 	Likert
2	Kualitas pelayanan (X2)	Kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik (<i>Tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Daya tangkap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Empathy</i>) 	Likert

3	Keputusan pembelian (Y)	keputusan pembelian adalah suatu kegiatan atau tindakan yang mengevaluasi dua atau lebih perilaku dan memilih salah satu sebagai pilihan alternatif sebagai bentuk keinginan perilaku	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang 	Likert
---	-------------------------	---	--	--------

Dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe *Skala Likert*. *Skala Likert* menurut (Sugiyono, 2015) sebagai berikut :

“Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.”

Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden jawaban harus menggambarkan, mendukung pernyataan atau tidak mendukung pernyataan. Dalam hal ini responden adalah konsumen Holland Bakery di kota Batam, Jl. Engku Putri, komplek Batam centre square blok C No.6.

Pada jawaban kuesioner diberikan skor pertanyaan yang memiliki jawaban positif dan pertanyaan yang memiliki jawaban negatif. Pertanyaan positif bertujuan untuk mengetahui jawaban yang sesuai dengan kebenaran, sedangkan jawaban negatif bertujuan untuk mengkresek apakah responden menjawab secara konsisten dan benar-benar menjawab kuesioner.

Pemberian skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2. Skala Penilaian Pertanyaan

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Populasi adalah kumpulan elemen yang menunjukkan cirri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Sanusi, 2011).

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek. penelitian ini dilakukan di Holland Bakery di kota Batam, Jl. Engku Putri, komplek Batam centre square blok C No 6 dengan jumlah populasi 29.200 populasi periode 1 Januari 2016 sampai 31 Desember 2016.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih (Sanusi, 2011). Sampel yang diambil berjumlah 100 sampel dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik eksidental sampel dengan taraf kesalah 10%.

Rumus yang digunakan untuk menentukan sampel yaitu menggunakan rumus *slovin* (Sanusi, 2011)

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

Rumus 3. 1. Slovin

$$n = \frac{29.200}{1 + 29.200(0,1)^2}$$

$$n = 96,7$$

Dimana :

1 = konstanta

N = ukuran populasi

n = ukuran sampel

α = kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di tolelir.

3.4. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang di perlukan, yaitu:

3.4.1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi (Sugiyono, 2015).

3.4.2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015).

3.4.3. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis (Sugiyono, 2015).

3.5. Metode Analisis Data

Data mentah yang telah dikumpulkan oleh peneliti tidak akan gunanya jika tidak dianalisis. Analisis data merupakan bagian yang amat penting dalam metode ilmiah, karena dengan analisislah dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. data mentah yang telah dikumpulkan perlu dipecahkan dalam kelompok-kelompok, diadakan kategorisasi dilakukan manipulasi, sehingga data tersebut mempunyai makna untuk menjawab masalah dan bermanfaat untuk menguji hipotesis.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2015) mendefinisikan statistik deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis statistik deskriptif, analisis data yang dilakukan bertujuan untuk menjelaskan tingkah laku data bagi kelompok data yang bersangkutan. Dalam penelitian ini statistik deskriptif akan digunakan untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan untuk menjawab hipotesis deskriptif terkait masalah penelitian.

Dalam mengukur hipotesis penelitian ini, rumus yang digunakan untuk mengukur rentang skala adalah:

$$\boxed{(RK) = \frac{n(m-1)}{m}} \quad \text{Rumus 3. 2 Rentang Skala}$$

n = Sampel

m = Jumlah alternative item jawaban

RK = Rentang Skala

Berdasarkan rumus tersebut, maka diperoleh jumlah rentang skala sebagai berikut:

$$\begin{aligned} (RK) &= \frac{100(5-1)}{5} \\ &= 80 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan rentang skala yang diperoleh selanjutnya dikontribusikan dalam tabel di bawah ini

Tabel 3. 3. Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kriteria
1	100 – 199	Sangat Tidak Setuju
2	199 – 298	Tidak Setuju
3	298– 397	Netral
4	397 – 496	Setuju
5	496 – 595	Sangat Setuju

Sumber: Data Olahan Sendiri

3.5.2. Uji Kualitas Data

Berdasarkan metode analisis data yang telah dijelaskan pada bagian metode penelitian, pengujian pertama yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji kualitas data. Uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas

3.5.2.1. Uji Validitas Data

Menurut Wibowo (2012) mendefinisikan uji validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrument.

Tujuan pengujian validitas adalah untuk mengetahui apakah setiap instrument penelitian memang *representative* untuk digunakan sebagai alat ukur objek/variabel yang diteliti. Berdasarkan studi literatur yang telah dipaparkan pada bab dua, sudah jelas bahwa dimensi bauran pemasaran yang digunakan dalam penelitian ini merupakan instrument yang *representative* dan dengan demikian valid untuk digunakan sebagai alat ukur untuk keputusan pembelian.

Rumusan yang di gunakan untuk mengukur validitas adalah *Pearson*

Product Moment sebagai berikut:

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

Rumus 3. 3. Rumus Pearson Product

r_{hitung} = Koefisien korelasi

$\sum X_i$ = Jumlah skor item

$\sum Y_i$ = Jumlah skor total

N = Jumlah responden

Selanjutnya dihitung dengan Uji-t dengan rumus: $t_{hitung} = \frac{R \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-R^2}}$

Dimana:

t = Nilai t_{hitung}

r = Koefisien korelasi hasil r_{hitung}

n = Jumlah responden

Distribusi (Tabel t) untuk $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan ($dk = n - 2$)

Menurut Sugiyono (2007) Kaidah keputusannya adalah:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti valid
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti tidak valid

Jika instrument itu valid, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya (r) sebagai berikut:

Tabel 3. 4. Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut Wibowo (2012) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabilitas menunjukkan kemantapan/konsistensi hasil pengukuran. Suatu alat pengukur dikatakan mantap dan konsisten, apabila untuk mengukur indeks berulang kali, alat pengukur itu menunjukkan hasil yang sama, dalam kondisi yang sama.

Sesuai definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa reliabilitas menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurannya. Reliabilitas berhubungan dengan akurasi dari pengukurannya. Reliabilitas berhubungan dengan konsistensi dari pengukurannya. Suatu pengukur dikatakan *reliable* jika dapat dipercaya. Supaya dapat dipercaya, maka hasil dari pengukuran harus akurat dan konsisten. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda.

Ada beberapa metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas alat ukur misalnya : metode *Anova Hoyt*, *Formula Flanagan*, *Formula Belah Dua Spearman-Brown*, dan metode Tes Ulang. Dalam penelitian ini akan digunakan metode *Cronbach's Alpha*.

Metode ini sangat populer digunakan pada skala uji yang berbentuk Likert (*scoring scale*). Uji ini menghitung koefisien alpha. Data dikatakan *reliable* apabila r_{α} positif dan $r_{\alpha} > r_{\text{table } df = (\alpha, n-2)}$. Untuk mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* dapat digunakan rumus berikut:

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

Rumus 3. 4. Rumus *Cronbach's Alpha*

Dimana:

r_{11} = Reliabilitaas instrumen

k = Jumlah butir pertanyaan

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

σt^2 = Varian total

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dan sisi pada taraf signifikan 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data atau *reliable* atau tidaknya suatu data dapat dilihat jika nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis *product moment* atau nilai r table. Dapat pula dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu, misalnya 0,6. Nilai yang kurang dari 0,6 dianggap memiliki reliabilitas kurang, sedangkan nilai 0,7 dapat diterima dan 0,8 dianggap baik.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variable terikat, variable bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan

distribusi kumulatif dari data normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas. Uji multikolinieritas ini dengan melihat nilai dari VIP (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai lebih besar 10 (sepuluh) maka di indikasikan model tersebut memiliki gejala terjadinya multikolinieritas. Model regresi yang baik tentunya tidak ada kolinier atau korelasi antar variable independen. Untuk menentukan apakah hubungan antar dua variable bebas memiliki masalah multikolinieritas adalah melihat nilai *Significance (2-tailed)*, jika nilainya lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$) maka di indikasikan memiliki gejala multikolinieritas yang serius.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model

regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *Plot* antara nilai prediksi variable terikat (ZPRED) dan residualnya (SRESID). Deteksi terhadap heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu y adalah y yang telah diprediksi, sumbu x adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah distudentized.

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan terjadinya heteroskedastisitas.
- b. Jika telah ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.4. Uji Pengaruh

Uji pengaruh yang digunakan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda di lakukan untuk mengetahui pengaruh dan atau lebih variable bebas (X1), (X2), (X3), ...(Xn) terhadap variable terikat (y).

Bentuk persamaan garis regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n +$$

Rumus 3. 5. Regresi Linier Berganda

Keterangan:

Y = Subyek dalam variable dependen yang diprediksi

X = Subyek dalam variable independen yang mempunyai nilai tertentu

a = Harga Y bila X = 0

b = Angka arah atau koefisien regresi

2. Uji Statistik F

Uji f dilakukan untuk melihat apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variable dependen. Rumus F hitung adalah:

$$F = \frac{R^2 (k-1)}{(1-R^2)(n-k)}$$

Rumus 3. 6. F Hitung

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

k = Banyaknya variable bebas

n = Banyaknya sampel

apabila F table > F hitung, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Apabila F table < F hitung, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan tingkat signifikansi 95 persen ($\alpha = 5\%$). Apabila angka probabilitas signifikansi > 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable independen secara individual dalam menerangkan variasi variable dependen. Rumus t hitung adalah:

$$t = \frac{R \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-R^2}} \quad \text{Rumus 3. 7. T Hitung}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi

R² = Koefisien determinasi

n = Banyaknya sampel

Apabila t hitung memiliki signifikansi < 0,05, maka H₀ di tolak H₁ diterima.

3.6. Rancangan Uji Hipotesis

Hipotesis menurut (Sugiyono, 2015) adalah merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Ada dua jenis hipotesis menurut(Sugiyono, 2015), (1) Hipotesis kerja/H₁ dan (2) Hipotesis nol/H₀ (Sugiyono, 2015).

Sesuai dengan penjelasan di atas maka rancangan hipotesis untuk penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian pada Holland Bakery di kota Batam?

H_0 : suasana toko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Holland Bakery di kota Batam

H_1 : suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Holland Bakery di kota Batam

2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Holland Bakery di Batam?

H_0 : kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Holland Bakery di kota Batam

H_1 : kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Holland Bakery di kota Batam

3. Bagaimana pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Holland Bakery di Batam?

H_0 : suasana toko dan kualitas pelayanan bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Holland Bakery di kota Batam

H_1 : suasana toko dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Holland Bakery di kota Batam.

