

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian kali ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini sendiri memiliki proses analisis sebuah data yang akan menggunakan angka serta diolah dengan menggunakan perhitungan statistika. Dan yang pastinya dengan bertujuan untuk menguji sebuah hipotesis yang telah peneliti perkirakan pada bab sebelumnya, tentu hipotesis tersebut sesuai dengan fenomena sekitar.<sup>39</sup>

Pendekatan kuantitatif itu sendiri biasa diartikan dengan sebuah penelitian yang mengandalkan sampel atau populasi tertentu untuk menghasilkan data sebuah data yang valid. Tujuan tepatnya dari penelitian ini ialah untuk mengetahui seberapa tingkat pengaruhnya antara variabel X (Lingkungan fisik) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian) pada Pembeli Pasar Gringging Kabupaten Kediri.

Penelitian ini akan memanfaatkan perangkat lunak SPSS untuk analisis data. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lingkungan fisik terhadap keputusan pembelian dalam konteks Pasar Gringging.

### **B. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian *survey*. Metodologi *survey* dipilih sebagai sarana untuk memastikan dampak atribut fisik pasar terhadap keputusan pembelian. Menurut Sugiyono, metode *survey* adalah pendekatan penelitian

---

<sup>39</sup> Tjipto Subadi, "Metode Penelitian Kualitatif" (Muhammadiyah University Press, 2006).109.

kuantitatif yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan kejadian masa lalu atau sekarang, kepercayaan, pendapat, karakteristik, dan variabel yang berhubungan dengan perilaku. Ini juga digunakan untuk menguji hipotesis mengenai variabel sosial dan psikologis dengan mengumpulkan sampel dari populasi tertentu. Metode *survey* memungkinkan pemeriksaan keyakinan, pendapat, karakteristik, dan hubungan antar variabel, serta pengujian berbagai hipotesis.<sup>40</sup>

### **C. Lokasi Penelitian**

Penelitian kali ini dilakukan di Pasar Gringging Kabupaten Kediri yang beralamat di Jl. Raya Gringging No. 24, Santren Kidul, Cerme, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur dengan kriteria penelitian yang berfokus pada pembeli di Pasar Gringging Kabupaten Kediri.

### **D. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional mengacu pada kumpulan objek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti, dan disajikan dalam format operasional.<sup>41</sup> Definisi operasional mengacu pada definisi yang telah diartikulasikan dengan cara yang menguraikan kriteria yang tepat untuk tujuan pengukuran atau pengujian. Untuk mencapai tujuan ini, sangat penting untuk menggabungkan beberapa variabel yang memperkuat konsep yang telah ditetapkan dan memberikan gambaran yang tepat dari penelitian ini. Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

---

<sup>40</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", (Bandung: Alfabeta, 2019),57.

<sup>41</sup> Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, 143

**a. Variabel Independen atau Variabel Bebas (X)**

Variabel independen adalah faktor yang memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Variabel yang dimanipulasi dalam penelitian ini adalah lingkungan fisik. Lingkungan fisik Pasar Gringging Kabupaten Kediri merupakan kondisi dinamis yang dapat dicermati sebagai berikut: (lihat tabel 3.1)

**Tabel 3.1**  
**Indikator Variabel X**

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Lingkungan Fisik (X)	Tempat yang nyaman	Tempat yang nyaman bagi konsumen Pasar Gringging
	Tata letak ruangan	Tata letak ruangan yang mudah dimengerti konsumen Pasar Gringging
	Bentuk fisik tempat	Bentuk fisik tempat yang menarik bagi konsumen Pasar Gringging
	Tempat parkir	Tempat parkir yang luas bagi konsumen Pasar Gringging

(Sumber: Sutisna, 2010)<sup>42</sup>

**b. Variabel dependen atau variabel Terikat (Y)**

Variabel dependen pada penelitian kali ini ialah keputusan pembelian.

Indikator untuk menentukan keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Indikator Variabel Y**

Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Indikator
	Kemantapan Pembelian Produk	Kemantapan Para Konsumen membeli suatu produk setelah mengetahui informasi produk
	Keinginan dan Kebutuhan	Konsumen memiliki keinginan membeli suatu produk

<sup>42</sup> Sutisna, "Perilaku Konsumen dan...", hlm. 61..

Keputusan Pembelian (Y)	Merek / <i>Brand</i>	Konsumen memiliki keinginan membeli suatu produk berdasarkan nama <i>brand</i> atau merek
	Rekomendasi	Konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk karena direkomendasikan oleh orang lain

(Sumber: Philip Kotler, 2008)<sup>43</sup>

## E. Jenis dan Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari pengamatan langsung terhadap subjek yang diselidiki. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui pemberian kuesioner kepada responden yang mempunyai pengalaman langsung dan relevansi dengan subjek penyelidikan.<sup>44</sup> Dalam penelitian ini, data primer yang menjadi jawaban diperoleh dari penelitian langsung melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden, yang dinilai responden sesuai dengan pengalaman dan hubungannya dengan topik penelitian.

### b. Data Sekunder

Data sekunder sendiri merupakan data yang didapatkan dari sumber-sumber yang sudah ada pada sebelumnya.<sup>45</sup> Data sekunder yang digunakan dalam penelitian kali ini ialah didapatkan dari dinas perdagangan, pengelola pasar, buku, jurnal, dan artikel di internet, dengan isi yang relevan dan bersumber yang jelas dengan keterkaitan dengan penelitian kali ini.

<sup>43</sup> Phillip Kotler dan Garry Armstrong, "Prinsip-Prinsip Pemasaran" Edisi 12 Jilid:1 (Jakarta: Erlangga, 2008), 181.

<sup>44</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: PT Alfabet, 2016), 225.

<sup>45</sup> Gendro Wiyono, *3 in One Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart LPS 2.0*, (Yogyakarta, STIM YKPN Yogyakarta, 2011), 131.

## F. Populasi dan Sampel Penelitian

### a. Populasi

Populasi mengacu pada keseluruhan subjek studi, yang mencakup jumlah individu yang terbatas atau tidak terbatas.<sup>46</sup> Menurut Siyoto, konsep populasi mengacu pada kategori luas yang mencakup benda-benda dan orang-orang yang mempunyai volume dan ciri-ciri tertentu, sebagaimana ditentukan oleh peneliti untuk tujuan studi dan penarikan kesimpulan selanjutnya.<sup>47</sup> Populasi mengacu pada keseluruhan subjek penelitian, meliputi manusia, hewan, tumbuhan, udara, penyakit, peristiwa, nilai-nilai, kehidupan, sikap, dan hal-hal lain yang dapat dijadikan sebagai sumber data penelitian.<sup>48</sup> Jadi populasi itu bukanlah hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi yang akan digunakan di dalam penelitian kali ini ialah Pembeli di Pasar Gringging Kabupaten Kediri yang berbelanja ke Pasar Gringging setelah adanya perbaikan lingkungan fisik pada pasar.

### b. Sampel

Sampel yang diberikan mewakili kumpulan populasi secara keseluruhan, yang menangkap banyak atribut dan fiturnya. Ketika dihadapkan dengan populasi yang besar, peneliti mungkin memiliki keterbatasan dalam kemampuannya untuk mengeksplorasi secara komprehensif setiap aspek populasi tersebut karena

---

<sup>46</sup> Azka Fikri, "Pengaruh Penggunaan ShopeePay Sebagai Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Usu," *Komunika* 17, no. 2 (2021): 1–11.

<sup>47</sup> Siyoto, *Dasar Metodologi*, 62

<sup>48</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran* (Jakarta: Kencana Prenata Media Group, 2013), 101.

keterbatasan seperti waktu, energi, dan sumber daya keuangan. Dalam kasus seperti ini, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi untuk memfasilitasi penyelidikan mereka.<sup>49</sup> Sampel ialah bagian dari populasi yang terpilih menjadi sasaran penelitian. Dalam riset ini peneliti memakai teknik sampling yaitu *non probability sampling* dengan jenis *accidental sampling*. Menurut W. Gulo, penarikan dengan menggunakan Teknik *non probability sampling* dengan *accidental sampling* pada umumnya digunakan untuk suatu penelitian yang populasinya tidak diketahui, sehingga tidak dapat ditarik kesimpulan yang berlaku umum terhadap populasi.

Melihat jumlah pembeli di Pasar Gringging yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti, maka penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow*. Rumus *Lemeshow* digunakan dalam penelitian ini karena jumlah populasinya yang tidak diketahui. Adapun rumus *Lemeshow* sebagai berikut:<sup>50</sup>

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

**n** = Jumlah Sampel

**Z** = skor Z pada kepercayaan 95%=1,96

---

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta, 2013), 81.

<sup>50</sup> Stanley Lemeshow et.al., "*Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*", (Yogyakarta:Gadjah Mada University Press, 1997), 2.

**P** = Maksimal estimasi =0,5

**d** = Error (Batas Kesalahan 5%)

Melalui rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampelnya yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

Dalam situasi di mana proporsi atau nilai komparatif suatu populasi dengan ukuran tak tarhingga tidak diketahui, disarankan untuk menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Berdasarkan hasil perhitungan sampel di atas, maka besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 385 responden dengan sampel batas 5%.

### **G. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dalam bentuk *cross section* untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. *Cross section* adalah data yang

dikumpulkan dalam satu waktu terhadap banyak individu.<sup>51</sup> Pengumpulan data dalam penelitian ini, antara lain yaitu:

**a. Kuesioner**

Kuesioner, juga dikenal sebagai angket, adalah metode pengumpulan data dengan waktu yang efisien. Pendekatan ini memungkinkan pengumpulan tanggapan secara simultan dari beberapa individu, yang disajikan dengan serangkaian pilihan jawaban yang telah ditentukan sebelumnya yang selaras dengan kriteria penelitian. Kuesioner dalam riset ini menggunakan Skala Likert sebagai alternatif jawaban.<sup>52</sup> Skala Likert merupakan alat yang banyak digunakan dalam penelitian untuk menilai sikap, keyakinan, dan persepsi individu atau kelompok mengenai suatu fenomena atau isu tertentu. Skala Likert awalnya dirancang oleh Rensis Likert pada tahun 1932 sebagai alat untuk mengukur sikap individu.

**b. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah suatu cara untuk menemukan data tentang variabel, yang berbentuk catatan, transkrip, buku, notulen dll.<sup>53</sup> Dokumentasi tersebut digunakan untuk mendapatkan data Jumlah konsumen di pasar Gringging setelah adanya perbaikan lingkungan fisik pasar, serta dokumen-dokumen lain yang dibutuhkan pada saat penelitian ini.

---

<sup>51</sup> Nachrowi, *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*, (Jakarta: LPFE UI, 2006), 309.

<sup>52</sup> Didit Widiatmoko Soewardikoen, *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual – Edisi Revisi*, (Yogyakarta: PT. Kanisius, 2021), 88.

<sup>53</sup> Sandu siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 78



## **H. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian berfungsi sebagai alat kuantitatif dalam bidang penelitian, yang memungkinkan penilaian dan pengukuran peristiwa yang diamati dalam domain alam atau masyarakat. Alat penelitian utama yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dari individu melalui penyebaran pertanyaan, dengan tujuan memperoleh tanggapan. Angket yang digunakan adalah dengan memberikan skor sebagai berikut :

1. Respon Sangat Setuju (SS) akan diberi skor 5
2. Respon Setuju (S) akan diberi skor 4
3. Respon Netral (N) akan diberi skor 3
4. Respon Tidak Setuju (TS) akan diberi skor 2
5. Respon Sangat Tidak Setuju (STS) akan diberi skor 1

## **I. Teknik Analisis Data**

Analisis data memainkan peran penting dalam studi penelitian karena memungkinkan penilaian pengaruh kuantitatif dan kualitatif dalam pengembangan formulasi masalah penelitian. Data dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana sebagai alat statistik untuk pengolahan data. Secara khusus, perangkat lunak SPSS digunakan untuk tujuan ini. Penelitian ini meliputi beberapa teknik pengolahan, sebagai berikut:

**a. *Editing (Pemeriksaan Data)***

Data yang diperoleh akan menjalani proses pemeriksaan ulang dan verifikasi untuk mengidentifikasi potensi kesalahan atau kejadian human eror yang mungkin terjadi. Langkah awal dari prosedur pengeditan melibatkan pemberian identifikasi pada tanggapan kuesioner yang telah diisi.

**b. *Coding (kode)***

*Coding* atau pengodean, setelah proses *editing* diselesaikan proses selanjutnya adalah pemberian kode pada data-data tersebut. Yang artinya data yang sudah di edit akan diberi identitas. *Coding* dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel yang pertama diberi kode (X) yaitu Lingkungan Fisik.
2. Variabel yang kedua diberi kode (Y) yaitu Keputusan Pembelian.

**c. *Scoring (Skor)***

Proses penilaian melibatkan pemberian nilai pada pertanyaan yang memerlukan evaluasi. Skala Likert memberikan skor pada bentuk jawaban yang diberikan dalam pertanyaan kuesioner, mulai dari sangat positif hingga sangat negatif. Secara khusus, skala tersebut memiliki rentang nilai sebagai berikut:<sup>54</sup>

- 1) SS : Sangat Setuju (diberi skor 5)
- 2) S : Setuju (diberi skor 4)
- 3) N : Netral (diberi skor 3)
- 4) TS : Tidak Setuju (diberi skor 2)
- 5) STS : Sangat Tidak Setuju (diberi skor 1)

---

<sup>54</sup> Soewardikoen, Metodologi Penelitian Desain, 89.

**d. *Tabulating (Tabulasi Data/Tabel)***

Langkah selanjutnya yaitu melakukan tabulasi atau penyusunan tabel. Tabulasi merupakan penyusunan data yang kemudian dimasukkan ke dalam tabel yang bertujuan memudahkan dalam menyusun dan mengolah data.<sup>55</sup>

**e. *Processing (Proses)***

Tahap selanjutnya yaitu proses menghitung dan mengolah data dengan statistik. Adapun teknik analisisnya sebagai berikut:

**1. Uji Validitas**

Uji validitas adalah suatu metode untuk menilai ketepatan suatu item dalam mengukur struktur yang dimaksud. Tujuan dari uji validitas ini adalah untuk memastikan validitas butir soal dengan memanfaatkan pertanyaan atau pernyataan yang memiliki kemampuan untuk mendefinisikan suatu variabel. Yang dimaksud dengan “instrumen valid” adalah penggunaan alat ukur yang dianggap valid dalam memperoleh data yang akurat dan dapat dipercaya. Penilaian validitas dilakukan melalui pengujian baik validitas konstruk maupun validitas kriteria instrumen dengan menggunakan sampel responden uji coba.<sup>56</sup> Penilaian validitas konstruk dapat dicapai melalui pemanfaatan pendapat ahli, di mana instrumen penelitian disusun dan dikembangkan untuk mengukur aspek tertentu sesuai dengan teori yang relevan. Setelah pengujian konstruksi selesai, langkah selanjutnya melibatkan pengujian terhadap sampel

---

<sup>55</sup> Soewardikoen, Metodologi Penelitian Desain, 89.

<sup>56</sup> Budi Darma, Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2) (Guepedia, 2021),8.

atau responden uji coba untuk menilai keefektifan instrumen. Sangat penting untuk melakukan pengujian yang ketat pada setiap pertanyaan yang akan diajukan. Pengujian validitas mencakup sejumlah karakteristik dasar :

- 1) jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrumen penelitian dikatakan valid.
- 2) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka instrumen penelitian dikatakan invalid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai derajat konsistensi yang ditunjukkan oleh suatu alat ukur. Metode *Cronbach Alpha*, yang sering digunakan dalam penelitian, merupakan ukuran yang biasa digunakan untuk menilai reliabilitas. Itu dikuantifikasi pada skala mulai dari 0 hingga 1. Suatu variabel dianggap dapat diandalkan ketika nilai koefisien *Cronbach Alpha* melebihi 0,60.

- (1) Nilai *Cronbach Alpha* 0,00 s/d 0,20 = kurang reliabel
- (2) Nilai *Cronbach Alpha* 0,21 s/d 0,40 = agak reliabel
- (3) Nilai *Cronbach Alpha* 0,41 s/d 0,60 = cukup reliabel
- (4) Nilai *Cronbach Alpha* 0,61 s/d 0,80 = reliabel
- (5) Nilai *Cronbach Alpha* 0,81 s/d 1,00 = sangat reliabel

## 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan ada tidaknya normalitas residual, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi dalam model regresi. Kecukupan model regresi linier dapat ditentukan dengan menilai kesesuaiannya dengan asumsi klasik yang meliputi distribusi normal data residual,

tidak adanya multikolinearitas, dan homoskedastisitas.<sup>57</sup> Uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah uji asumsi klasik, yaitu:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam model regresi untuk menilai distribusi normal dari nilai residual yang diperoleh dari analisis regresi. Uji normalitas digunakan sebagai alat untuk menentukan distribusi data yang diberikan, khususnya apakah data tersebut mengikuti distribusi normal atau menyimpang darinya. Ada dua metode untuk memastikan normalitas residual. Jika sampel yang dipakai lebih dari 50 maka uji kolmogrov-smirnov, jika sampelnya kurang dari 50 maka dipakai uji shapiro-wilk. Data dianggap normal apabila p value lebih besar tingkat signifikansi 0.05.<sup>58</sup>

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan prosedur statistik yang digunakan untuk menilai apakah terdapat variasi *variance* residu yang signifikan dari suatu penelitian dibandingkan dengan penelitian lainnya. Untuk memastikan adanya heteroskedastisitas, seseorang dapat menggunakan metode visual yang melibatkan pembuatan plot nilai proyeksi terhadap nilai sisa dalam pola tertentu, biasanya melalui *scatterplot*. Pola ini mungkin menunjukkan ciri-ciri seperti

---

<sup>57</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Bandung: CV Alfabeta, 2013), 66

<sup>58</sup> Victor Trismanjaya Hulu dan Taruli Rohana Sinaga, *Analisis Data Statistik Parametrik: Aplikasi SPSS dan STATCAL* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019), 45.

konvergensi ke arah pusat, kemudian menyempit atau melebar, atau sebaliknya. Atau melalui metode *scatterplot* pengambilan keputusan pada Uji heteroskedastisitas yaitu:

- a) Jika terdapat pola tertentu pada grafik *scatter plot*, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), indikasinya adalah terjadi heterokedastisitas.
  - b) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar, indikasinya adalah tidak terjadi heterokedastisitas<sup>59</sup>.
- 3) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Multikolonieritas dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya Variance Inflation Factor (VIF).

Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat VIF (Variance Inflation Factors) dan nilai *tolerance*. Pengambilan keputusan dengan melihat nilai *tolerance*<sup>60</sup>:

- i. Tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai *tolerance* lebih kecil 10,00
- ii. Terjadi multikolinieritas, jika nilai *tolerance* lebih besar atau sama dengan 10,00.

---

<sup>59</sup> <https://www.konsistensi.com/2015/01/uji-heteroskedastisitas-dengan-grafik.html>, diakses tanggal 2 Februari 2024

<sup>60</sup> Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 66

Dengan melihat VIF (Variance Inflation Factors) :

- iii. Tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF lebih kecil 10,00.
- iv. Terjadi multikolinieritas jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

#### 4. Uji Korelasi

Analisis korelasi ini digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara 2 variabel yaitu lingkungan fisik (X) dengan Keputusan Pembelian (Y) untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Koefisien Korelasi Pearson menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel besar kecilnya angka korelasi menentukan kuat atau lemahnya hubungan dua variabel dilihat dari hasil perhitungan ( $r$ ).

Berikut adalah kriteria umum untuk menafsirkan nilai koefisien korelasi Pearson ( $r$ )<sup>61</sup>:

0.00 - 0.19: Korelasi sangat lemah

0.20 - 0.39: Korelasi lemah

0.40 - 0.59: Korelasi sedang

0.60 - 0.79: Korelasi kuat

0.80 - 1.00: Korelasi sangat kuat

#### 5. Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis statistik untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Rumus dari regresi linier sederhana adalah :

---

<sup>61</sup> Priyatno, Duwi. (2016). *"Pengantar Statistika dengan SPSS"*, (Yogyakarta: Penerbit Andi), hal. 67-68.

$$Y=a+bX+e$$

Di mana:

Y= variabel terikat/keputusan pembelian

X= variabel bebas/lingkungan fisik

a = nilai konstanta Y jika X = 0

b = koefisien regresi

e = eror

## 6. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah penjelasan yang diajukan yang bertujuan untuk menilai validitas situasi suatu populasi dengan menganalisis data yang dikumpulkan dari sampel populasi. Tujuan uji hipotesis ini adalah untuk mengetahui apakah hipotesis yang diuji “ditolak” atau “diterima” pada tingkat signifikansi yang dipilih.

### 1) Uji t

Uji-t digunakan untuk menilai dampak variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga menentukan signifikansi statistik setiap koefisien regresi dalam kaitannya dengan kebenaran yang mendasarinya. Uji ini dilakukan untuk menguji pengaruh parsial variabel dependen.<sup>62</sup> Dalam uji pada hipotesis ini dapat dijelaskan di bawah ini:

---

<sup>62</sup> Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 75.



a) Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  atau  $-t \text{ hitung} > -t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

b) Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## 7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi mengukur sejauh mana variabel independen dalam model regresi menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi dibatasi oleh rentang 0 sampai 1.<sup>63</sup> 0 artinya variabel dependen sama sekali tidak ada pengaruh terhadap variabel terikat. Jika  $R^2$  semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100%, artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi juga dapat diamati melalui *R square* ( $R^2$ ) dalam tabel model *summary*.

---

<sup>63</sup> Sujarweni, Wiratna, *SPSS untuk Paramedis*. (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2012.)170