



BAB III

METODE PENELITIAN

C Hak cipta milik IBI-BKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Objek Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini penulis melakukan penelitian dengan mengambil objek penelitian pada Magnum Cafe Mall Grand Indonesia Jakarta Pusat. Adapun penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pelanggan dan dampaknya terhadap minat pembelian ulang pelanggan pada Magnum Cafe Grand Indonesia Jakarta Pusat.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2006:172), studi deskriptif dapat berbentuk sederhana atau kompleks yang dapat dilakukan bervariasi. Penelitian deskriptif sederhana berfokus pada pertanyaan atau pernyataan hipotesis yaitu peneliti bertanya tentang (atau sesuatu tentang) negara, ukuran, bentuk, distribusi, atau keberadaan dari suatu variabel. Pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini, bila ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda adalah:

1. Berdasarkan Tingkat Perumusan Masalah

Penelitian ini merupakan studi formal, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

2. Berdasarkan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan secara Studi Komunikasi, dan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang berisi daftar pernyataan kepada responden dengan mengajukan pernyataan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya dari



pernyataan-pernyataan dalam kuesioner tersebut. Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian ini.



3. Berdasarkan Pengendalian Variabel-variabel oleh Peneliti

Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto*, di mana penulis dibatasi dengan membiarkan faktor-faktor konstan untuk memilih subjek-subjek secara cermat sesuai dengan prosedur-prosedur pengambilan sampel.

4. Berdasarkan Tujuan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam studi kausal, karena bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

5. Berdasarkan Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan *cross-sectional*, yaitu studi yang dilaksanakan satu kali dan mencerminkan gambaran dari suatu keadaan pada suatu saat tertentu.

6. Berdasarkan Ruang Lingkup Topik Bahasan

Penelitian ini menggunakan studi statistik, karena hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Kesimpulan mengenai hasil-hasil temuan disajikan berdasarkan tingkat sejauh mana sampel adalah *representative* dan tingkat validitas atau kesalahan sampel.

7. Berdasarkan Lingkungan Penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field studies*), karena subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya (bukan simulasi).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



8. Berdasarkan Persepsi Subjek

Dalam penelitian ini persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak merasa ada penyimpangan dari situasi sehari-hari sampai subjek merasa ada penyimpangan, tetapi tidak dikaitkan dengan penelitian.

© Hak cipta milik IBLKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Menurut Cooper dan Schindler (2006:46) Variabel adalah simbol dari suatu kejadian, tindakan, karakteristik, sifat khusus, atau atribut yang dapat diukur dan dikategorikan.

Dalam penelitian ini terdiri dari Variabel Eksogen, Endogen, dan *Intervening*. Definisi Operasional Variabel dari masing-masing variabel tersebut sebagai berikut :

Variabel Eksogen

Adalah variabel penyebab. Variabel Eksogen memberikan efek kepada variabel lainnya. Dalam penelitian ini terdapat Variabel Eksogen yaitu *Store Atmosphere*.

Variabel *Intervening*

Variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan Variabel Eksogen dengan Variabel Endogen menjadi hubungan tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Dalam penelitian ini yang menjadi Variabel *Intervening* adalah Keputusan Pembelian Pelanggan.

Variabel Endogen

Adalah efek dari Variabel Eksogen. Variabel Endogen yang diteliti dalam penelitian ini adalah Minat Pembelian Ulang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBLKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBLKKG.



Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
HAK CIPTA MILIK IBK KIAN GIE (STORE ATMOSPHERE) (X)	“Kombinasi karakteristik fisik toko (seperti arsitektur, tata letak, tanda-tanda dan menampilkan, warna, pencahayaan, suhu, suara, dan aroma) yang bersama-sama membuat gambaran dalam pikiran pelanggan” Levy and Weitz (2012)	<i>Exterior Facilities</i>	Ordinal
		<i>General Interior</i>	
		<i>Store Layout</i>	
		<i>Interior Display</i>	
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	“The selection of an option from two or alternative choice” Schiffman (2008)	Pengenalan Kebutuhan	Ordinal
		Pencarian Informasi	
		Evaluasi Alternatif	
		Keputusan Pembelian	
		Perilaku Pasca Pembelian	
MINAT PEMBELIAN ULANG (Z)	“perilaku pelanggan dimana pelanggan merespon positif terhadap apa yang telah diberikan oleh suatu perusahaan dan berminat untuk melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut” Cronin (1992)	Faktor Kebudayaan	Ordinal
		Faktori Psikologis	
		Faktor Pribadi	
		Faktor Sosial	

© Hak Cipta milik IBK Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBK Kian Gie.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBK Kian Gie.



D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan pendekatan komunikasi dan bantuan instrumen berupa kuesioner yang akan diberikan kepada pelanggan Magnum Cafe Mall Grand Indonesia.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengirimkan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diajukan kepada responden untuk di jawab. Dalam penelitian ini khususnya kepada pelanggan Magnum Cafe di Mall Grand Indonesia yang berhubungan dengan *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian, dan Minat Pembelian Ulang.

Skala yang digunakan dalam mengukur masing-masing indikator variabel dalam sebuah kuesioner adalah skala likert. Menurut Cooper dan Schindler (2006:40), Skala likert merupakan variasi skala rating akhir yang paling sering digunakan yang terdiri dari pernyataan yang menyatakan sikap menyenangkan maupun tidak menyenangkan atas objek yang diamati.

Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Responden

ALTERNATIF JAWABAN	SKOR
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Hak cipta ini dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



E. Teknik Pengambilan Sampel



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

4. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Populasi

Menurut Cooper dan Schindler (2006:112), Populasi merupakan kumpulan dari keseluruhan elemen di mana kita akan menarik beberapa kesimpulan. Dalam penelitian ini penulis mengambil populasi penduduk yang berdomisili di DKI Jakarta.

Unsur sampel

Menurut Sugiyono (2007, dalam Ardi 2010) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini penulis telah menetapkan bahwa sampel yang akan diambil adalah para konsumen yang pernah menjadi pelanggan Magnum Cafe di Mall Grand Indonesia.

Ukuran sampel

Jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang yang pernah mengunjungi atau merupakan pelanggan dari Magnum Cafe Mall Grand Indonesia.

Cara penentuan sampel

Teknik *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling* atau yang disebut juga penarikan sampel secara tidak acak. Dalam penggunaan *non probability sampling* ini, kepercayaan, pengetahuan dan pengalaman seseorang sering kali dijadikan pertimbangan untuk menentukan anggota populasi yang akan dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian tidak semua anggota populasi yang akan dijadikan sebagai sampel dan tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih secara acak sebagai sampel.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pendekatan yang digunakan adalah *judgment sampling* atau sampling pertimbangan yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan pada kriteria atau pertimbangan tertentu. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis telah menetapkan bahwa sampel yang akan di ambil adalah para konsumen yang pernah mengunjungi dan menjadi pelanggan Magnum Cafe di Mall Grand Indonesia Jakarta.

Dalam menetapkan jumlah anggota sampel ditetapkan dari populasi pelanggan Magnum Cafe Mall Grand Indonesia, yang didapat dari data sekunder.

Teknik pengambil sampel yang dapat digunakan adalah rumus slovin, yaitu :

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

di mana :

n = ukuran sampel, N = ukuran populasi

e = Error (tingkat kesalahan yang ingin diambil)

Tingkat presisi disini menggunakan 10%, sehingga diharapkan data dapat memiliki keakuratan yang baik untuk mengukur populasi.

Berdasarkan data yang berhasil didapat, rata-rata jumlah populasi yang merupakan pelanggan Magnum Cafe perbulan adalah sebanyak 4000 pelanggan. Sehingga dengan menggunakan rumus yang ada diperoleh jumlah sampel minimal untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{4000}{1 + 4000(0.1)^2}$$

n = 98 orang dibulatkan menjadi 100

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Teknik Analisis Data

④ Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi empiris atas data yang dikumpulkan dalam penelitian dan diteliti. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis deskriptif rata-rata, minimum, maksimum, dan standar deviasi dengan menggunakan SPSS. Metode ini digunakan untuk mengkaji variabel yang ada di penelitian yaitu Pengaruh *Store Atmosphere* (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Minat Pembelian Ulang (Z) Magnum Cafe.

Analisis Inferensia

Analisis inferensia dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda dikarenakan variabel independen yang ada jumlahnya lebih dari dua, dan jumlah variabel dependen hanya satu, sehingga analisis regresi merupakan salah satu analisis multivariat yang tepat untuk dipakai. Berdasarkan analisis regresi linier berganda tersebut, diperoleh persamaan regresi atau model penelitian yang dikehendaki, kuat hubungan korelasional antara kedua variabel (R), dan besarnya pengaruh yang bisa dijelaskan oleh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (R^2). Hasil perhitungan analisis regresi ini dapat digunakan untuk menjawab hipotesis yang diajukan, sehingga dapat diketahui besarnya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara simultan maupun secara parsial, dan variabel yang dominan dalam memberikan kontribusi terhadap variabel terikat, mengacu pada hasil uji F, uji t, dan koefisien beta (β).

Selain model regresi berganda tersebut, juga diperoleh nilai koefisien determinasi dengan menggunakan alat bantu *computer* dengan *Program Statistical Product*

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



and Service Solution (SPSS) seri 19.00. Jika R^2 hasilnya mendekati 0 (nol) maka pengaruhnya lemah. Secara umum dapat dikatakan bahwa besarnya suatu Koefisien determinasi (R^2) berada antara 0 dan 1 atau $0 < R^2 < 1$. Menurut Ghazali (2013) Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, maupun rasio. Analisis yang digunakan metode parametrik, maka persyaratan harus terpenuhi, yaitu distribusi normal. Dalam pembahasan ini yang digunakan uji *One sample Kolomogorov – Sminov* dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05 dan pengolahan data menggunakan *software SPSS*.

b. Analisis Korelasi Pearson

Menurut Cooper n Schindler (2006:265) Koefisien korelasi pearson mempunyai nilai yang bervariasi dari +1 hingga 0 sampai -1. Tanda r melambangkan estimasi koefisien dari asosiasi linear berdasarkan data pengambilan sampel. Koefisien p mewakili korelasi populasi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Koefisien Korelasi (R) merupakan ukuran yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana keeratan hubungan antara suatu variabel dengan variabel lain. apabila nilai koefisien korelasi (r) = +1, maka korelasi atau hubungannya positif dan sempurna. Apabila koefisien korelasi (r) = -1, maka korelasi atau hubungannya negative dan sempurna. Arti positif disini, misalkan hubungan antara variabel X dan Y (R_{xy}) nilainya positif (+), maka hubungannya searah. X naik maka Y pun naik, jika Y turun maka X turun juga begitu juga sebaliknya. Sedangkan arti dari negatif (-) adalah hubungannya berbanding terbalik, jika X naik maka Y turun, jika X turun maka Y naik begitu juga sebaliknya. Selanjutnya untuk mengetahui keeratan hubungan antara kedua variabel tersebut, Nikolaus (2014) mengatakan bahwa untuk dapat memberikan suatu interpretasi terhadap kuatnya hubungan itu, maka dapat menggunakan pedoman sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
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

Besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y ditentukan dengan rumus koefisien determinan sebagai berikut :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Di mana : Kp = Nilai Koefisien Determinan

r = Nilai Koefisien Korelasi

Hipotesis:

H_0 : Tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y

H_a : Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y

Dasar Pengambilan Keputusan

- jika nilai probabilitas 0.05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas sig, maka H_0 diterima atau H_a ditolak, artinya tidak signifikan.

- jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas sig, maka H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya signifikan.

c. Analisis Jalur

Untuk menguji pengaruh variabel intervening, penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Menurut Ghazali (2013:249), analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$$Y = \beta_{01} + \beta_1 x + \varepsilon_1$$

$$Z = \beta_{02} + \beta_{12}x + \beta_{22}y + \varepsilon_2$$

Di mana :

X	= <i>Store Atmosphere</i>	β_0	= Konstanta
Y	= Keputusan Pembelian	β_1, β_2	= Koefisien Regresi
Z	= Minat Pembelian Ulang	ε	= Error

Analisis ini akan digunakan dalam menguji besarnya kontribusi yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel X terhadap Y pada sub-struktural 1 dan variabel X, Y terhadap Z pada sub-struktural 2. Untuk mengetahui derajat variabel analisis *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dan dampaknya terhadap Minat Pembelian Ulang, dilakukan penyebaran kuesioner dan dianalisis berdasarkan pendekatan SPSS.

1) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Jika Probabilitas nilai $t > t_{\text{tabel}} (0.05)$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hipotesis

Ho : Tidak berpengaruh secara signifikan antara variabel X terhadap variabel Y

Ha : Berpengaruh secara signifikan antara variabel X terhadap variabel Y

Dasar Pengambilan Keputusan

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ = tidak tolak Ho

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ = tolak Ho

2) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hipotesis

Ho : Tidak berpengaruh secara signifikan antara variabel X terhadap variabel Y

Ha : Terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.

Dasar Pengambilan Keputusan

- Jika nilai Sig. ≤ 0.05 , maka tolak Ho

- Jika nilai Sig. ≥ 0.05 , maka tidak tolak Ho



3) Rancangan Uji Hipotesis

Rancangan Uji Hipotesis menggunakan tingkat kepercayaan 95%. Berikut ini adalah hasil rancangan uji hipotesis :

Untuk T-1

Ho: *Store Atmosphere* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Magnum Cafe.

Ha: *Store Atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Magnum Cafe.

Untuk T-2

Ho: *Store Atmosphere* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Pembelian Ulang pelanggan Magnum Cafe.

Ha: *Store Atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Pembelian Ulang pelanggan Magnum Cafe.

Untuk T-3

Ho: Keputusan Pembelian Pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Pembelian Ulang pelanggan Magnum Cafe.

Ha: Keputusan Pembelian Pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Pembelian Ulang pelanggan Magnum Cafe.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.