

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Metodologi penelitian merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Supaya didapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan, penggunaan metode penelitian yang tepat perlu diperhatikan. Di dalam metode penelitian, prosedur yang digunakan haruslah tepat agar tujuan penelitian yang diinginkan dapat tercapai dan pelaksanaan penelitian dapat dilakukan secara sistematis. Langkah-langkah yang harus ditentukan adalah jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel, dan teknik analisis data.

#### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Sugiyono (2009:206) menyatakan bahwa statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Penelitian verifikatif diterangkan oleh Sugiyono (2012:55) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih melalui pengumpulan data dilapangan, sifat verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Metode ini digunakan oleh peneliti karena dianggap sesuai

untuk menguji hipotesis, menjelaskan pengaruh dari toko *offline* yang terdiri dari *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amengkgallery di Instagram.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Hal ini sesuai dengan pendapat (Arikunto 2006: 12) yang mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut mengunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

## 3.2 Populasi dan Sample

### 3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Populasi yang diteliti pada penelitian ini adalah seluruh *followers* akun instagram @amenkgallery sampai bulan juni 2019 yaitu sebanyak 20.000 *followers*.

### 3.2.2 Sample

Menurut sugiyono (2013:116), sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan bagian dan/atau wakil yang dari jumlah dan karakteristik populasi yang diteliti. Pengambilan sampel harus diperhitungkan secara benar, sehingga dapat memperoleh sampel yang benar-benar mewakili gambaran dari populasi yang sesungguhnya.

Sample dalam penelitian ini adalah para *followers* dan yang pernah melakukan pembelian *online* pada akun instagram @amenkgallery.

Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Teknik *accidental sampling* digunakan atas beberapa pertimbangan beberapa faktor yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik. Maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel atau responden. Oleh karena jumlah populasi pada penelitian ini yang tidak diketahui dengan pasti, maka penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan rumus besar sampel untuk data proporsi pada populai tidak terbatas (*infinite*)

Menurut Riduwan (2004:66) menjelaskan bahwa "teknik pengambilan sampel apabila populasinya tidak diketahui secara pasti, digunakan teknik *sampling* kemudahan. Berdasarkan *sampling* kemudahan ini, peneliti menyeleksi dengan menyaring kuesioner yang ada, apabila orang-orang tersebut diketahui".

Berdasarkan hal tersebut rumus yang digunakan untuk menentukan sampel jika populasinya tidak diketahui secara pasti adalah rumus *unknown populations*:

$$n = \left[ \frac{Z_{\alpha} / 2\sigma}{e} \right]^2$$

Keterangan:

N = Jumlah Sample

Z<sub>α</sub> = Ukuran Tingkat Kepercayaan α = 0.05 (tingkat kepercayaan 95%, berarti Z<sub>0.05</sub> = 1.96)

σ = Standar Deviasi

e = Standar Error atau Kesalahan yang ditoleransi 5% (0.05)

Sehingga didapatkan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \left[ \frac{Z_{\alpha} / 2\sigma}{e} \right]^2 \\ n &= \left[ \frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right]^2 \\ n &= 96,04 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan sample tersebut, maka hasil sebesar 96.04, untuk mempermudah perhitungan data, peneliti bulatkan hasil menjadi 100 orang *followers*.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2002:197) yang dimaksud dengan teknik pengumpulan data adalah "cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data penelitiannya". Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa metode

penelitian adalah cara yang dipergunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dua cara untuk memperoleh data, yaitu :

#### 1. Studi Lapangan

##### a. Observasi

Menurut pendapat Sugiyono (2012:166), observasi adalah teknik pengumpulan data untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam, dan responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan langsung untuk menemukan fakta-fakta di lapangan.

##### b. Kuisisioner

Pengertian metode angket atau kuisisioner menurut Arikunto (2002: 200) "Angket atau kuisisioner adalah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui". Sedangkan menurut Sugiyono (2012: 142) "Angket atau kuisisioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab". Berupa daftar pertanyaan atau angket tertulis. Sampel yang sesuai dengan karakteristik diberi kuisisioner mengenai masalah penelitian.

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner dengan model Skala Likert. Seperti yang telah dikemukakan oleh

Sugiyono (2011:93) Skala Likert digunakan untuk mengungkap sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan negatif. Untuk mengukur variabel di atas digunakan skala likert sebanyak lima tingkat menurut Sugiyono 2011: 93 yaitu:

**Tabel 3.1**  
**Skala Skor Pertanyaan Positif**

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

**Sumber: Sugiyono 2011: 93**

Karena hasil data skala likert adalah ordinal sedangkan data dalam regresi yang notabeneanya membutuhkan data interval, maka perlu konversi terlebih dahulu. Dalam penelitian ini alat untuk mengkonversi data ordinal menjadi data interval adalah dengan menggunakan MSI (*Method Succesive Interval*).

## 2. Studi Kepustakaan

Penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan atau studi literatur dengan cara mempelajari, meneliti, mengkaji serta menelaah literatur

berupa buku-buku (*text book*), peraturan perundang-undangan, majalah, surat kabar, artikel, situsweb dan penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki hubungan dengan masalah yang diteliti. Studi kepustakaan ini bertujuan untuk memperoleh sebanyak mungkin teori yang diharapkan akan dapat menunjang data yang dikumpulkan dan pengolahannya lebih lanjut dalam penelitian ini. (Sugiyono, 2012:188).

### 3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012:38) mendefinisikan operasional variabel adalah sebagai berikut :

"Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya".

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian. Variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Variabel Bebas / Independent (X)

Menurut Sugiyono (2012:38) mendefinisikan variabel bebas adalah sebagai berikut :

"Merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat)".

Dalam penelitian variabel bebas akan berkaitan dengan masalah yang akan diteliti adalah variabel X adalah *store atmosphere toko offline*

yang terdiri dari *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display*.

## 2. Variabel Tidak Bebas/Dependent Y

Menurut Sugiyono (2012:39) mendefinisikan variabel terikat adalah sebagai berikut :

"Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas".

Dalam penelitian yang menjadi variabel terikat adalah kepercayaan.

Agar lebih mudah untuk melihat mengenai variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menjabarkannya ke dalam bentuk operasionalisasi variabel yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Alat Ukur	Skala	Item Petanyaan
<i>Toko Offline</i> (X)	1. <i>Exterior</i>	- Daya tarik logo toko	- Tingkat daya tarik logo toko.	Ordinal	1
		- Akses pintu masuk	- Tingkat adanya kemudahan akses pintu masuk.		2
		- Daya tarik desain exterior	- Tingkat daya tarik exterior.		3
	2. <i>General Interior</i>	- Tingkat Pencahayaan.	- Tingkat pencahayaan yang terang.	Ordinal	4
		- Daya tarik warna	- Tingkat daya tarik warna		5
		- Daya tarik	- Tingkat		6



		(suara) musik - Daya tarik aroma	kecocokan (suara) musik. - Tingkat kecocokan aroma wangi toko.		7
	3. <i>Store Layout</i>	- Kelengkapan petunjuk ruangan.	- Tingkat kelengkapan petunjuk ruangan.	Ordinal	8
		- Ketersediaan ruangan untuk interaksi dengan konsumen.	- Tingkat ketersediaan ruangan untuk interaksi dengan pembeli.		9
		- Ketersediaan ruangan untuk konsumen.	- Tingkat ketersediaan ruangan untuk pembeli.		10
		- Daya tarik penataan <i>new release</i>	- Tingkat daya tarik penataan produk <i>new release</i> .		11
	4. <i>Interior Display</i>	- Kemudahan mendapatkan barang.	- Tingkat kemudahan mendapatkan barang.	Ordinal	12
		- Ketepatan mengatur jarak barang pada rak.	- Tingkat ketepatan mengatur jarak barang pada rak pajangan.		13
					14

		- Daya tarik display	- Tingkat daya tarik display barang.		
<b>Kepercayaan (Y)</b>	1. <i>Benevolence</i> (kesungguhan / ketulusan)	- Kepercayaan	- Tingkat kepercayaan kepada penjual berperilaku baik kepada pembeli.	Ordinal	1
		- Kebaikan hati	- Tingkat kepercayaan kepada penjual memiliki kebaikan hati saat bertransaksi dengan pembeli.		2
	2. <i>Ability</i> (Kemampuan)	- Mampu meyakinkan pembeli.	- Tingkat mampu memberikan keyakinan kepada pembeli.	Ordinal	3
		- Memberikan jaminan kepuasan atas produk.	- Tingkat mampu memberikan jaminan kepuasan atas produk yang diberikan.		4
		- Keamanan ketika bertransaksi	- Tingkat mampu memberikan jaminan keamanan saat		5

			bertransaksi.		
	3. <i>Integrity</i> (integritas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keyakinan terhadap kejujuran penjual.</li> <li>- Dapat memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat kepercayaan pembeli perencana atas kejujuran penjual.</li> <li>- Tingkat kepercayaan pembeli, bahwa penjual mampu memenuhi kesepakatan yang telah dibuat.</li> </ul>	Ordinal	6  7
	4. <i>Willingness to depend</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kesiediaan konsumen bergantung pada penjual.</li> <li>- Kesiediaan konsumen menerima resiko atau konsekuensi negatif yang mungkin dapat terjadi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat Kesiediaan konsumen bergantung pada penjual.</li> <li>- Tingkat kesiediaan pembeli mampu menerima segala resiko atau konsekuensi negatif yang mungkin dapat terjadi.</li> </ul>	Ordinal	8  9

### 3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2016:245).

Instrumen yang telah dibangun harus bisa mengukur apa yang mau diukur dan mampu mengukur secara akurat dan konsisten. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliable (Arikunto, 2014:211).

#### 3.5.1 Uji Validitas dan Realibilitas

##### 3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Validitas sebagai salah satu derajat ketepatan atau keandalan pengukuran instrumen mengenai isi pertanyaan (Sugiyono, 2013:177). Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *pearson product moment*. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item. Jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika negatif maka item tersebut tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuisioner atau diganti dengan pernyataan perbaikan.

Rumus *pearson product moment* menurut Sugiyono, 2013:177 adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- n = Jumlah partisipan atau responden (sampel)  
 X = Skor total jawaban partisipan atau responden  
 Y = Skor total item-item instrumen (pertanyaan atau pernyataan)  
 $\sum XY$  = Jumlah hasil kali skor atau nilai variabel X dan Y  
 $\sum X$  = Jumlah skor atau nilai variabel X  
 $\sum Y$  = Jumlah skor atau nilai variabel Y  
 $\sum X^2$  = Jumlah kuadrat skor atau nilai variabel X  
 $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor atau nilai variabel Y

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya  $\geq 0,3$  (Sugiyono, 2013:177) dan jika koefisien korelasi *product moment*. Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0.3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

Untuk menghitung uji validitas *product moment* akan dilakukan menggunakan bantuan komputer menggunakan bantuan software SPSS (*statistical product and service solution*).

### 3.5.1.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan apakah instrument yang dipakai reliable atau tidak, maksud dari reliable adalah jika instrument tersebut diujikan berulang-ulang maka hasilnya akan sama. Menurut Sugiyono (2013: 182), bahwa "reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama".

Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *alpha cronbach*. Untuk mengetahui suatu instrumen dinyatakan reliabilitas, menurut “Jika koefisien *cronbach alpha* kurang dari 0.60 dianggap buruk, reliabilitas dalam kisaran 0.70 dapat diterima, dan reliabilitas yang melebihi 0.80 adalah baik.” (Sekaran & Bougie, 2013:115). Dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

$r$  = Koefisien reliability instrument (cronbachalfa)

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\Sigma \sigma_b^2$  = Total varians butir

$\sigma_t^2$  = Total varians

Untuk menghitung *cronbatch's alpha* pada uji reliabilitas akan dilakukan menggunakan bantuan komputer menggunakan bantuan software *SPSS (statistical product and service solution)*.

### 3.5.2 Analisis Deskriptif

Menurut Sugyiono (2013: 53) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian.

Analisis deskriptif dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus dari sudjana, (2002:91) yaitu sebagai berikut:

- a. Menentukan skor tertinggi dan terendah
- b. Menentukan rentang yaitu skor tertinggi – skor terendah

$R = \text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}$

c. Menentukan banyaknya kelas interval (baik, cukup dan kurang).

Yaitu dengan rumus:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Dimana:

$c$  = Panjang interval kelas

$X_n$  = Nilai terbesar

$X_1$  = Nilai terkecil

$K$  = Banyaknya kelas

### 3.5.3 Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian regresi linear dapat dilakukan setelah model dari penelitian ini memenuhi syarat-syarat yaitu lolos dari asumsi klasik. Untuk itu sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan analisis regresi linear, harus dilakukan uji klasik terlebih dahulu. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini digunakan untuk untuk menguji kesalahan model regresi yang digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik merupakan syarat yang harus dipenuhi agar persamaan regresi dapat dikatakan sebagai persamaan regresi yang baik, maksudnya adalah persamaan regresi yang dihasilkan akan valid jika digunakan untuk memprediksi. Uji asumsi klasik tersebut biasanya sering digunakan pada persamaan regresi. Hal ini senada dengan pendapat Santoso (2012:342) tentang uji asumsi klasik sebagai berikut :

"Sebuah model regresi akan digunakan untuk melakukan peramalan, sebuah model yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin. Karena itu, sebuah model sebelum digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik ini dilakukan terlebih dahulu sebelum pembentukan model regresi, supaya model regresi yang terbentuk akan menghasilkan estimasi yang BLUE (*best linier unbiased estimator*)."

Pengujian yang digunakan adalah uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji multikolinieritas. Pengujian asumsi klasik dijelaskan yaitu sebagai berikut :

### 3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau *residual* mempunyai distribusi normal (Ghozali, 2017:145). Dengan kata lain, uji normalitas dilakukan untuk mengetahui sifat distribusi data penelitian yang berfungsi untuk mengetahui apakah sampel yang diambil normal atau tidak dengan menguji sebaran data yang dianalisis. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk melihat normalitas, dalam penelitian ini pengujian normalitas menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov*, dengan pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu:

- Jika nilai signifikan  $< 0.05$  maka distribusi data tidak normal.
- Jika nilai signifikan  $> 0.05$  maka distribusi data normal.

### 3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2017:99). Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas, dalam penelitian ini digunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika titik-titik terikat



menyebar secara acak membentuk pola tertentu yang beraturan (bergelombang), melebar kemudian menyempit maka terjadi heteroskedastisitas.

- Jika ada pola yang jelas serta titik-titik mengumpul baik dibawah atau diatas 0 ada sumbu Y maka, hal ini terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar baik dibawah atau diatas 0 ada sumbu Y maka hal ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.5.3.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antarvariabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Nilai yang menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance*  $\leq 0.10$  atau sama dengan nilai *VIF*  $> 10$  (Ghozali, 2017:73). Multikolinieritas dapat diketahui dengan cara menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen, dapat dilihat dari:

- Jika nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan nilai *VIF*  $< 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antarvariabel independen dalam model regresi.
- Jika nilai *tolerance*  $< 0,1$  dan nilai *VIF*  $> 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinieritas antarvariabel independen dalam model regresi.

### 3.5.4 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah

ditetapkan (Sugiyono, 2012 : 8). Analisis ini bermaksud untuk mengetahui hasil penelitian dari masing-masing pengaruh *store atmosphere* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di instagram.

#### 3.5.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak atau bersamaan (Indrawati, 2015:188). Sehingga model regresi linear berganda dalam penelitian ini, diformulasikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4$$

Keterangan:

Y = Kepercayaan *Pembeli Online*

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = *Exterior*

X<sub>2</sub> = *General Interior*

X<sub>3</sub> = *Store Layout*

X<sub>4</sub> = *Interior Display*

#### 3.5.4.2 Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2010:231), koefisien determinasi merupakan suatu alat yang dapat digunakan pengukuran mutu peninjauan maksudnya dengan melihat besarnya presentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi yaitu untuk melihat besarnya persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara simultan dan parsial.

Koefesien determinasi simultan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefesien Determinasi

R = Koefesien Korelasi

Sedangkan koefesien determinasi parsial dapat dihitung dengan menggunakan rumus mengkalikan nilai *standardized coefficients beta* dengan *correlations (zero order)*, yang mengacu pada hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

### 3.5.4.3 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji F dan uji T.

#### 3.5.4.3.1 Uji F

Uji statistik F (*ftest*) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan di dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali,2011:98). Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh dari secara keseluruhan variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat). Dimana hipotesis nol ( $H_0$ ) yaitu hipotesis

tentang tidak adanya pengaruh. Sedangkan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) merupakan hipotesis yang menunjukkan adanya pengaruh. Adapun hipotesis statistik secara simultan yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0 : b = 0$ , Tidak terdapat pengaruh yang signifikan toko *offline* melalui *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

$H_a : b \neq 0$ , Terdapat pengaruh yang signifikan toko *offline* melalui *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Kriteria Pengambilan Keputusan :

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, apabila  $f_{hitung} < f_{tabel}$  dan  $p_{value} > 0.05$ .

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, apabila  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dan  $p_{value} < 0.05$ .

nilai  $f_{tabel}$  didapat dari :  $df_1 = k$  dan  $df_2 = n - 2$

Keterangan :

df : Probabilitas 5%

k : Jumlah Variabel Independent

n : Jumlah Sample

#### 3.5.4.3.2 Uji T

Uji t (*t-test*) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali 2011:98). Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini

berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat). Adapun hipotesis statistik secara parsial yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho1 :  $b = 0$ , Tidak terdapat pengaruh *exterior* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Ha1 :  $b \neq 0$ , Terdapat pengaruh *exterior* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Ho2 :  $b = 0$ , Tidak terdapat pengaruh *general interior* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Ha2 :  $b \neq 0$ , Terdapat pengaruh *general interior* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Ho3 :  $b = 0$ , Tidak terdapat pengaruh *store layout* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Ha3 :  $b \neq 0$ , Terdapat pengaruh *store layout* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Ho4 :  $b = 0$ , Tidak terdapat pengaruh *interior display* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Ha4 :  $b \neq 0$ , Terdapat pengaruh *interior display* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Kriteria Pengambilan Keputusan :

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $pvalue > 0.05$ .

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $pvalue < 0.05$ .

nilai  $t_{tabel}$  didapat dari :  $df = n - 2$

Keterangan :

df : Probabilitas 5%

n : Jumlah Sample

