

**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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Desain penelitian (disebut juga rancangan penelitian; proposal penelitian atau usul penelitian) adalah penjelasan mengenai berbagai komponen yang akan digunakan peneliti serta kegiatan yang akan dilakukan selama proses penelitian (Martono, 2011). Penyusunan desain penelitian merupakan tahap awal dan tahap yang sangat penting dalam proses penelitian. Penyusunan desain penelitian adalah tahap perencanaan penelitian yang biasanya disusun secara logis dan mampu memvisualisasikan rencana dan proses penelitian secara praktis.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian asosiatif-kausal. Penelitian asosiatif-kausal adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2010).

#### B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010).

Penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dan satu variabel terikat ( $Y$ ). Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Variabel bebas :

$X_1$  : *Store atmosphere*

$X_2$  : Gaya hidup

2. Variabel terikat

Y : Keputusan Pembelian Konsumen

### C. Definisi Operasional

#### 1. Store Atmosphere

*Store atmosphere* adalah kegiatan merancang lingkungan pembelian suatu toko dengan menentukan karakteristik toko melalui pengaturan dan pemilihan fasilitas fisik toko yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen, menarik konsumen, serta menimbulkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian. *Store atmosphere* diungkap berdasarkan teori Berman dan Evans (1998) yang terdiri dari:

a. *Store exterior*

*Store exterior* yang baik dapat dilihat dari bagian depan toko, papan nama, pintu masuk, barang pajangan, tinggi dan luas bangunan, keunikan rancangan eksterior, dan tempat parkir.

b. *General interior*

*General interior* yang baik dapat dilihat dari lantai, pencahayaan, tekstur dinding, suhu ruangan, sarana penunjang, pramusaji, daftar harga, kasir, teknologi, dan kebersihan.

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. *Store layout*

*Store layout* yang baik dapat dilihat dari ruang penjualan atau tempat berinteraksi antara konsumen dan pramusaji, ruang pelanggan atau toilet, penempatan atribut toko, dan tanda atau penunjuk.

d. *Interior display*

*Interior display* yang baik dapat dilihat dari pengaturan tema, poster, tanda dan kartu, dan dekorasi dinding.

## 2. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam aktivitas, minat dan pendapat mereka yang konsisten dengan kebutuhan dan nilai-nilai yang dianutnya dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu mereka. Gaya hidup yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah gaya hidup hedonis. Gaya hidup hedonis diungkap berdasarkan teori Mowen dan Minor (2002) yang terdiri dari:

a. Aktivitas

Dapat dilihat dari bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan menggunakan uangnya untuk melakukan hobi, liburan dan hiburan.

b. Minat

Dapat dilihat dari ketertarikan konsumen terhadap rekreasi, pakaian, makanan dan media.

c. Opini

Dapat dilihat dari bagaimana konsumen menilai diri mereka sendiri dan produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Keputusan Pembelian Konsumen

Keputusan pembelian konsumen serangkaian proses kognitif yang dilakukan oleh individu untuk sampai pada penentuan pilihan atas produk yang akan dibeli hingga mendorong individu melakukan pembelian suatu produk.

Keputusan pembelian konsumen diungkap berdasarkan teori Kotler dan Armstrong (2008) yang terdiri dari:

- a. Pengenalan kebutuhan
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi alternatif
- d. Keputusan pembelian
- e. Perilaku pascapembelian

## D. Subjek Penelitian

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Populasi dalam penelitian ini ialah semua pengunjung *coffee shop* di Recaffe Platinum, Coffee Tjiek, Krema Coffie, Volks Koffie, dan Dhapu Koffie.

**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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Karakteristik *Coffee Shop* dalam penelitian, yaitu :

- a. Ramai pengunjung ( $\geq 35$  orang perhari dihari kerja dan  $\geq 50$  orang perhari dihari libur)
- b. Memiliki suasana seperti: nuansa Bali dengan kesan minimalis, suasana alam dengan mengedepankan kopi nusantara, nuansa klasik, konsep industrial abstrak dengan lukisan mural aneka motif dan alternative harga lewat tiga sesi waktu, dan konsep industrial dengan atribut gerai serba rangka dan mengedepankan cita rasa kopi.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2010). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan berupa dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Sampel juga dapat didefinisikan sebagai sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi (Martono, 2011).

## 3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah insidental sampling. Insidental sampling adalah teknik penentuan sampel yang berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu adalah cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2010). Dengan demikian yang menjadi sampel dalam penelitian ini

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah siapa saja yang ditemui peneliti di Recaffe Platinum, Coffee Tjiek, Krema Coffie, Volks Koffie, dan Dhapu Koffie.

## E. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder, dalam suatu penelitian pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Syofian, 2013). Pengumpulan data dalam penelitian dengan menggunakan instrumen penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *store atmosphere*, skala gaya hidup, dan skala keputusan pembelian konsumen.

### 1. Skala *Store Atmosphere*

*Store atmosphere* dinilai melalui skala *store atmosphere* yang disusun sendiri oleh penulis berdasarkan empat elemen *store atmosphere* dari Berman dan Evans (1998), yaitu *store exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display*.

Model skala ini menggunakan format skala Likert yang terdiri dari pernyataan yang sifatnya *favourable* (mendukung atau positif) dan *unfavourable* (tidak mendukung atau negatif) yang dapat dipilih subyek melalui pilihan jawaban sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Penilaian yang diberikan pada pernyataan tersebut dijelaskan pada tabel di bawah ini:

**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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3.1**  
Rantang Skor Aitem *Skala Store Atmosphere*

<i>Favorable</i>	
Pernyataan	Skor
Sangat Sesuai (SS)	4
Sesuai (S)	3
Tidak Sesuai (TS)	2
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1

**Tabel 3.2**  
*Blue print Skala Store Atmosphere (sebelum Try Out)*

No	Komponen	Nomor Butir Aitem	Jumlah Aitem
		<i>Favorable</i>	
1	<i>Store Exterior</i> (Bagian Luar Toko)	1,2,3,10,11,18,19,26,27,28	10
2	<i>General Interior</i> (Bagian Dalam Toko)	4,5,6,12,13,14,20,21,22,29,30,31,32	13
3	<i>Store Layout</i> (Tata Letak Toko)	7,15,23,33,34	5
4	<i>Interior Point of Interest Display</i> (Dekorasi Pemikat Toko)	8,9,16,17,24,25,35,36	8
<b>Jumlah Total</b>		<b>36</b>	<b>36</b>

## 2. Skala Gaya Hidup

Gaya hidup dinilai melalui skala gaya hidup yang disusun sendiri oleh penulis berdasarkan aspek-aspek gaya hidup oleh Mowen dan Minor (2002), yaitu aktivitas, minat, dan opini.

Model skala ini menggunakan format skala Likert yang terdiri dari pernyataan yang bersifat *favorable* (mendukung atau positif) yang dapat dipilih subyek melalui pilihan jawaban sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Penilaian yang diberikan pada pernyataan tersebut dijelaskan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3.3**  
Rentang Skor Aitem Skala Gaya Hidup

<i>Favorable</i>		<i>Unfavorable</i>	
Pernyataan	Skor	Pernyataan	Skor
Sangat Sesuai (SS)	4	Sangat Sesuai (SS)	4
Sesuai (S)	3	Sesuai (S)	3
Tidak Sesuai (TS)	2	Tidak Sesuai (TS)	2
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	Sangat Tidak Sesuai (STS)	1

**Tabel 3.4**  
*Blue Print* Skala Gaya Hidup (sebelum *Try Out*)

No	Komponen	Nomor Butir Aitem		Jumlah Aitem
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Aktivitas	1,2,8,9,15,16,13	6,20	9
2.	Minat	3,4,10,11,17,18,21,22	-	8
3.	Opini	5,12,19,23	7,14	6
<b>Jumlah Total</b>		<b>19</b>	<b>4</b>	<b>23</b>

### 3. Skala Keputusan Pembelian Konsumen

Keputusan pembelian konsumen dinilai berdasarkan skala keputusan pembelian konsumen yang disusun sendiri oleh penulis berdasarkan proses keputusan pembelian konsumen oleh Kotler dan Armstrong (2008), yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian.

Model skala ini menggunakan format skala Likert yang terdiri dari pernyataan yang sifatnya *favourable* (mendukung atau positif) dan *unfavourable* (tidak mendukung atau negatif) yang dapat dipilih subyek melalui pilihan jawaban sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Penilaian yang diberikan pada pernyataan tersebut dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Hak Cipta Diindungi 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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Tabel 3.5**  
Rentang Skor Aitem Skala Keputusan Pembelian Konsumen

<i>Favorable</i>		<i>Unfavorable</i>	
Pernyataan	Skor	Pernyataan	Skor
Sangat Sesuai (SS)	4	Sangat Sesuai (SS)	1
Sesuai (S)	3	Sesuai (S)	2
Tidak Sesuai (TS)	2	Tidak Sesuai (TS)	3
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	Sangat Tidak Sesuai (STS)	4

**Tabel 3.6**  
*Blue Print* Skala Keputusan Pembelian Konsumen (sebelum *Try Out*)

No	Komponen	Nomor Butir Aitem		Jumlah Aitem
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Pengenalan Kebutuhan	1,11,21,30	6,16,26	7
2.	Pencarian Informasi	2,12,22,31	7,17	6
3.	Evaluasi Alternatif	3,13,23	8,18,27	6
4.	Keputusan Pembelian Perilaku	4,14,24	9,19,28	6
5.	Pascapembelian	5,15,25	10,20,29	6
<b>Jumlah Total</b>		<b>17</b>	<b>14</b>	<b>31</b>

## F. Validitas dan Reliabilitas

### 1. Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu instrumen pengukur (tes) dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya pengukuran tersebut (Azwar, 2012).

Untuk menguji validitas dalam penelitian ini, peneliti melihat instrumen pengukur berdasarkan arah isi yang disebut validitas isi. Validitas isi menunjukkan sejauhmana aitem-aitem dalam instrumen mencakup

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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keseluruhan kawasan isi yang hendak diukur oleh instrumen itu (Azwar, 2012). Instrumen tidak hanya komprehensif tetapi isinya harus tetap relevan dan tidak keluar dari batasan tujuan pengukuran. Validitas isi dilakukan dengan meminta pendapat profesional (*professional judgment*), yaitu pembimbing dan narasumber.

## 2. Daya Diskriminasi Aitem

Sebelum penelitian ini dilaksanakan, alat ukur yang digunakan harus diujicobakan terlebih dahulu. Uji coba dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas suatu alat ukur sehingga diperoleh aitem-aitem yang layak digunakan sebagai alat ukur. Dalam penelitian ini, uji coba dilakukan pada skala *store atmosphere*, gaya hidup, dan keputusan pembelian konsumen sebelum digunakan untuk penelitian yang sebenarnya.

Dalam penelitian ini, pengujian tingkat kesahihan alat ukur dilakukan uji validitas. Batasan yang digunakan yaitu  $r_{iX} \geq 0,30$ . Semua aitem yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,30 daya bedanya dianggap memuaskan. Sedangkan aitem yang memiliki harga  $r_{iX}$  atau  $r_{i(X-i)}$  kurang dari 0,30 dapat diinterpretasikan sebagai aitem yang memiliki daya beda rendah (Azwar, 2012). Penyusun tes boleh menentukan sendiri batasan minimal daya diskriminasi aitemnya dengan mempertimbangkan isi dan tujuan pengukuran skala yang sedang disusun.

Apabila aitem yang memiliki daya diskriminasi sama dengan atau lebih besar daripada 0,30 jumlahnya melebihi jumlah aitem yang direncanakan untuk dijadikan skala, maka dapat dipilih aitem-aitem yang memiliki indeks

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

daya diskriminasi tertinggi. Sebaliknya apabila jumlah aitem yang lolos ternyata masih tidak mencukupi jumlah yang diinginkan, maka peneliti dapat mempertimbangkan untuk menurunkan sedikit batas kriteria 0,30 menjadi 0,25 sehingga jumlah aitem yang diinginkan dapat tercapai (Azwar, 2012).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan batas kriteria 0,30.

Uji coba alat ukur dilakukan kepada pengunjung *coffee shop* di Java Coffee, White Coffee dan Erber Coffee Pekanbaru sebanyak 99 orang responden. Berdasarkan perhitungan sistem komputerisasi *SPSS* pada skala *store atmosphere* (suasana toko) dari 36 aitem, diperoleh 29 aitem yang sah dengan koefisien korelasi daya butir aitem  $\geq 0,30$ , bergerak dari 0,386 sampai 0,847, sedangkan 7 aitem lainnya dinyatakan gugur.

**Tabel 3.7**  
*Blue Print Skala Store Atmosphere (setelah Try Out)*

No	Komponen	Aitem Valid	Aitem Gugur	Jumlah Aitem Untuk Penelitian
		<i>Favorable</i>	<i>Favorable</i>	
1	<i>Store Exterior</i> (Bagian Luar Toko)	1,2,3,10,11,19,28	18,26,27	7
2	<i>General Interior</i> (Bagian dalam Toko)	4,5,12,13,20,21,22,30,31,32	6,14,29	10
3	<i>Store Layout</i> (Tata Letak Toko)	7,15,23,33,34	-	5
4	<i>Interior Point of Interest Display</i> (Dekorasi Pemikat Toko)	9,16,17,24,25,35,36	8	7
<b>Jumlah Total</b>		<b>29</b>	<b>7</b>	<b>29</b>

Berdasarkan sebaran aitem skala *store atmosphere* (suasana toko) yang valid dan gugur, maka disusun kembali *blue print* skala *store atmosphere* (suasana toko) yang akan digunakan untuk penelitian. Uraiannya dapat dilihat secara rinci pada tabel 3.8 berikut :

**Tabel 3.8**  
*Blue Print* Skala *Store Atmosphere* Untuk Penelitian

No	Komponen	Nomor Butir Aitem		Jumlah Aitem
		<i>Favorable</i>		
1	<i>Store Exterior</i> (Bagian Luar Toko)	4,9,10,19,24,25,29		7
2	<i>General Interior</i> (Bagian Dalam Toko)	3,8,13,14,15,16,17,18,23,28		10
3	<i>Store Layout</i> (Tata Letak Toko)	2,7,12,22,27		5
4	<i>Interior Point of Interest Display</i> (Dekorasi Pemikat Toko)	1,5,6,11,20,21,26		7
<b>Jumlah Total</b>		<b>29</b>		<b>29</b>

Hasil perhitungan skala gaya hidup dari 23 aitem diperoleh 14 aitem yang sah dengan koefisien korelasi daya butir aitem yaitu bergerak dari 0,396 sampai 0,776, sedangkan 9 aitem lainnya dinyatakan gugur.

**Tabel 3.9**  
*Blue Print* Skala Gaya Hidup (setelah *Try Out*)

No	Komponen	Aitem Valid		Aitem Gugur		Jumlah Aitem Untuk Penelitian
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Aktivitas	1,2,8,9,15	-	16,13	6,20	5
2	Minat	3,4,10,11,18,21,22	-	17		7
3	Opini	12,19	-	5,23	7,14	2
<b>Jumlah Total</b>		<b>14</b>	<b>-</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>14</b>

Berdasarkan sebaran aitem skala gaya hidup yang valid dan gugur, maka disusun kembali *blue print* skala gaya hidup yang akan digunakan untuk penelitian. Uraianya dapat dilihat secara rinci pada tabel 3.10 berikut :

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3.10**  
*Blue Print* Skala Gaya Hidup Untuk Penelitian

No	Komponen	Nomor Butir Aitem		Jumlah Aitem
		<i>Favorable</i>		
1	Aktivitas	4,5,9,12,13		5
2	Minat	2,3,6,7,8,10,11		7
3	Opini	1,14		2
<b>Jumlah Total</b>		<b>14</b>		<b>14</b>

Hasil perhitungan skala keputusan pembelian dari 31 aitem diperoleh 21 aitem yang sah dengan koefisien korelasi daya butir aitem yaitu bergerak dari 0,313 sampai 0,746, sedangkan 10 aitem lainnya dinyatakan gugur.

**Tabel 3.11**  
*Blue Print* Skala Keputusan Pembelian Konsumen (setelah *Try Out*)

No	Komponen	Aitem				Jumlah Aitem Untuk Penelitian
		Valid		Gugur		
		<i>Favo</i>	<i>Unfavo</i>	<i>Favo</i>	<i>Unfavo</i>	
1	Pengenalan Kebutuhan	1,11,21,30	6,16,26	-	-	7
2	Pencarian Informasi	2,12	7	22,31	17	3
3	Evaluasi Alternatif	13,23	8	3	18,27	3
4	Keputusan Pembelian Perilaku Pasca	14,24	9,19,28	4	-	5
5	Pembelian	5,25	20	15	10,29	3
<b>Jumlah Total</b>		<b>12</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>21</b>

Berdasarkan sebaran aitem skala keputusan pembelian yang valid dan gugur, maka disusun kembali *blue print* skala keputusan pembelian yang akan digunakan untuk penelitian. Uraiannya dapat dilihat secara rinci pada tabel 3.10 berikut :

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Diarangi 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 atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3.12**  
**Blue Print Skala Keputusan Pembelian Konsumen Untuk Penelitian**

No	Komponen	Nomor Butir Aitem		Jumlah Aitem
		Favorable	Unfavorable	
1.	Pengenalan Kebutuhan	9,16,17,19	10,18,21	7
2.	Pencarian Informasi	7,15	8	3
3.	Evaluasi Alternatif	5,14	6	3
4.	Keputusan Pembelian Perilaku	3,13	4,12,20	5
5.	Pascapembelian	1,11	2	3
	<b>Jumlah Total</b>	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>21</b>

### 3. Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula (Syofian, 2013). Reliabilitas diuji dengan menggunakan teknik korelasi alpha cronbach dengan system komputerisasi program SPSS – *Statistical of Package for Social Science 20.0 for windows*. Koefisien reliabilitas ( $r_{xx'}$ ) berada dalam rentang angka dari 0,00 – 1,00. Koefisien reliabilitas yang mendekati angka 1,00 menunjukkan reliabilitas alat ukur yang semakin tinggi. Sebaliknya alat ukur yang reliabilitasnya rendah ditandai dengan koefisien reliabilitas yang mendekati angka 0,00 (Azwar, 2012).

### G. Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan pengolahan data dan penyajian data, melakukan perhitungan untuk mendeskripsikan data dan melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik (Syofian, 2013). Ketepatan alat analisis (uji statistik) dalam proses analisis data sangat diperlukan, sebab

ketidaksesuaian antara alat analisis (uji statistik) dengan permasalahan penelitian mengakibatkan hasil penelitian menjadi salah diinterpretasikan dan tidak bermanfaat.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik perhitungan regresi berganda yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen (keputusan membeli) dengan beberapa variabel bebas (*store atmosphere* dan gaya hidup). Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan komputersasi program SPSS - *Statistical of Package for Social Science 20.0 for windows*.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.