

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.⁶³ Penelitian kuantitatif menekankan pada variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.⁶⁴ Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen studi kasus minimarket doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

2. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey. Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan menggunakan kuesioner/angket. Penelitian ini digolongkan kedalam penelitian asosiatif.⁶⁵ Dalam penelitian asosiatif, hubungan variabel terhadap objek yang diteliti bersifat sebab akibat, sehingga ada variabel dependen dan independen. Dari variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁶⁶ Variabel yang diangkat dalam

⁶³ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis : Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT.Indeks, 2009), hlm. 3.

⁶⁴ Mohammad Sidik Pradana, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 3.

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 11.

⁶⁶ *Ibid.*, hlm. 12.

penelitian ini meliputi variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga sedangkan variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian konsumen.

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁷ Populasi dalam penelitian ini sebanyak 499.100 konsumen minimarket Doremi selama 5 tahun terakhir periode 2015-2019.

2. Sampel dan sampling penelitian

Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, maka kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung yang datang pada saat penelitian berlangsung. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *non probability*

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 80.

*sampling*⁶⁸ Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.⁶⁹ Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di Minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

Sementara itu, untuk jumlah anggota sampel menurut Roscoe dalam buku karangan Sugiyono, untuk penelitian dengan analisis multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya) jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.⁷⁰

Berdasarkan perhitungan dari Roscoe maka sampel dalam penelitian ini yaitu:

$$= 10 \times (\text{variabel dependen} + \text{variabel independen})$$

$$= 10 \times (1 + 3)$$

$$= 40$$

Jadi sampel minimal dalam penelitian ini adalah 40 responden. Namun atas dasar pertimbangan peneliti dan agar sampel yang digunakan lebih representatif maka peneliti menetapkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 responden.

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 121,

⁶⁹ *Ibid.*, hlm. 126.

⁷⁰ *Ibid.*, hlm.133.

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder.⁷¹ Data primer dalam penelitian ini adalah diperoleh dari penyerahan kuesioner kepada konsumen yang membeli produk di Minimarket Doremi Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

Sedangkan data sekunder dari penelitian ini yaitu bersumber dari buku-buku yang diperlukan dan data-data yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.⁷²

2. Variabel Penelitian

Penelitian ini diidentifikasi menjadi dua variabel antara lain:⁷³

a. Variabel independen atau bebas

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu *Store Atmosphere*, keragaman produk, dan harga yang diberi simbol X. Dimana dalam variabel bebas ini *Store Atmosphere* diberi simbol X₁, keragaman produk X₂ dan harga diberi simbol X₃.

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung : Alfabeta, 2015), hlm. 187.

⁷² Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif Dilengkapi Contoh-Contoh Aplikasi: Proposal Penelitian dan Laporrannya*, (Jakarta : Rajawali Press, 2013), hlm.98.

⁷³ *Ibid.*, hlm.64.

b. Variabel dependen atau terikat

Dalam penelitian ini hanya ada satu variabel terikat yaitu keputusan pembelian konsumen pada minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung diberi simbol Y.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Skala Likert dengan ukuran:⁷⁴

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

No.	Pendapat	Bobot
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	N = Netral	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Metode angket atau kuesioner

⁷⁴ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta : Kencana, 2013), hlm. 22.

Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan terbuka atau tertutup, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.⁷⁵ Penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 75 konsumen/pengunjung pada minimarket Doremi, yang bertujuan untuk mengetahui tanggapan maupun jawaban yang berkaitan dengan penelitian ini secara objektif.

b. Metode observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.⁷⁶

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data, yaitu dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen dari berbagai macam sumber tertulis ataupun dari informasi yang berhubungan dengan fokus penelitian.⁷⁷

2. Instrumen Penelitian

Adapun instrumen penelitian yang digunakan adalah dalam bentuk angket yang sudah disusun sesuai dengan indikator-indikator dari variabel penelitian. Sedangkan penyekoran yang digunakan dalam instrumen penelitian

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 193.

⁷⁶ Syofian Siregar, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 19.

⁷⁷ *Ibid.*, hlm. 46.

adalah Skala Likert yang telah dimodifikasi dengan 5 alternatif jawaban. Responden tinggal memberikan tanda checklist (√) pada kolom jawaban yang telah disediakan.⁷⁸

E. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa hasil penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif asosiatif. Peneliti harus memastikan pola analisis yang digunakan tergantung pada jenis data yang dikumpulkan. Analisis data bertujuan untuk menyusun data dalam cara yang bermakna sehingga dapat dipahami.⁷⁹ Dalam penelitian ini, data bersifat kuantitatif yang berwujud angka-angka hasil perhitungan dan pengukuran dianalisis dengan menggunakan analisa statistik sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Selanjutnya disebutkan validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap item atau instrumen (bisa pertanyaan atau pernyataan) benar-benar mampu mengungkapkan variabel yang akan diukur atau konsistensi

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 103.

⁷⁹ Syafizal Helmi Situmorang, *Analisis Data*, (Medan : USU Press, 2010), hlm. 9.

internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu variabel.⁸⁰ Untuk mengetahui tingkat validitas dapat dilihat dari *corrected item to take correlation* yang merupakan korelasi antara skor item dengan skor total item (nilai r hitung) dibandingkan dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel maka dikatakan valid.⁸¹

b. Uji Reliabilitas

Hasil pengukuran dapat dipercaya bila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama objek yang diukur tidak berubah. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran.⁸² Kuesioner dikatakan reliabel apabila hasil uji statistik Alpha $\alpha > 0,60$ interpretasinya yaitu sebagai berikut:

- a. Nilai alpha cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliabel
- b. Nilai alpha cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliabel
- c. Nilai alpha cronbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliabel
- d. Nilai alpha cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliabel
- e. Nilai alpha cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliabel

⁸⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta : Prestasi Pustakarya, 2009), hlm. 96.

⁸¹ Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian : Pendidikan Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 353.

⁸² Syofian Siregar, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 55.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data mengalami penyimpangan atau tidak. Uji asumsi klasik terdiri dari:

a. Uji normalitas

Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Pengamatan normalitas residual yang normal akan memberikan nilai ekstrim rendah dan ekstrim tinggi yang sedikit dan kebanyakan mengumpul di tengah. Demikian juga nilai rata-rata, modus, dan median relatif dekat. Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini dengan uji histogram dan uji normal P-Plot.⁸³

b. Uji multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi. Multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada di luar model. Di antara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan.

⁸³ Irma Riantika, "Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Daya Tarik dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Curug Sidoharjo", Skripsi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2016, hlm. 55-56

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, jika *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.⁸⁴

c. Uji heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.⁸⁵ Dalam penelitian ini pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat scatter plot dengan dasar analisis sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu seperti titik yang akan membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk memperkuat tidak terjadinya heteroskedastisitas pada tabel *scatterplot*, maka perlu uji hipotesis yaitu menggunakan uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel bebas dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.⁸⁶

⁸⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16,0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hlm. 79

⁸⁵ Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistika 2*, (Jakarta Timur: Alim's Publishing, 2016), hlm. 203.

⁸⁶ Wiratna Sujarwani, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm.186-187

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya. Dikatakan model yang baik apabila terbebas dari autokorelasi. Beberapa penyebab autokorelasi salah satunya adalah data bersifat *time series*, yaitu data berupa runtut waktu dimana nilai pada saat sekarang dipengaruhi oleh nilai masa lalu. Pengujian autokorelasi biasanya dilakukan dengan menghitung nilai statistik Durbin-Watson (DW). Nilai DW kemudian membandingkan dengan nilai kritis Durbin-Watson untuk menentukan nilai signifikansinya.⁸⁷

3. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.⁸⁸ Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (keputusan pembelian)

⁸⁷ Nawari, *Analisis Regresi dengan MS Exel 2007 dan SPSS 17*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), hlm. 222

⁸⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2010), Hlm. 56.

a	= konstanta
$b_1 b_2 b_3$	= koefisien regresi
X_1	= variabel independen (<i>store atmosphere</i>)
X_2	= variabel independen (keragaman produk)
X_3	= variabel independen (harga)
e	= <i>error of tremms</i>

4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.⁸⁹

a. Uji T (T-test)

Untuk mengetahui apakah pengaruh *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

- 1) Apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

⁸⁹ Suprpto, *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 1990), hlm. 33.

- 2) Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya masing-masing variabel *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

b. Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

- 1) Apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0) artinya variabel *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.
- 2) Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka keputusannya menolak hipotesis nol (H_0) artinya variabel *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen atau terikat. Nilai

koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel-variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah:⁹⁰

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

Keterangan :

KD = koefisien determinasi,

R^2 = koefisien korelasi.

F. Definisi Konsep dan Operasional

Peneliti menetapkan secara teoritis dan operasional mengenai variabel dan indikator yang akan diteliti yaitu definisi konsep dan operasional variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Store Atmosphere* (X_1)

$X_{1.1}$ *Eksterior* (Bagian Luar Toko)

$X_{1.1.1}$ Menurut saya, papan nama di minimarket Doremi terlihat jelas

$X_{1.1.2}$ Menurut saya, minimarket Doremi memiliki fasilitas lahan parkir yang luas

⁹⁰ Imam Gozali, *Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Ed.7* (Semarang : Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 83.

X_{1.2} General Interior (Bagian dalam Toko)

X_{1.2.1} Menurut saya, minimarket Doremi memiliki pencahayaan yang terang

X_{1.2.2} Menurut saya, kondisi ruangan di minimarket Doremi bersih dan nyaman

X_{1.3} Store Layout (Tata Letak Toko)

X_{1.3.1} Menurut saya, sistem pengelompokan barang di minimarket Doremi sistematis

X_{1.3.2} Menurut saya, jarak antar rak mendukung kelancaran lalu lintas pengunjung minimarket Doremi

X_{1.4} Interior POP Display

X_{1.4.1} Menurut saya, pemasangan tanda petunjuk produk di minimarket Doremi memudahkan saya dalam mencari produk yang saya inginkan

X_{1.4.2} Menurut saya, pemasangan tanda produk memudahkan saya dalam mencari suatu produk

2. Variabel Keragaman Produk (X₂)**X_{2.1} Kelengkapan produk**

X_{2.1.1} Menurut saya, jenis produk yang ditawarkan di minimarket Doremi bervariasi

X_{2.1.2} Menurut saya, jenis produk yang ditawarkan di minimarket Doremi lengkap

X_{2.2} Merek produk

X_{2.2.1} Menurut saya, berbagai macam merek produk tersedia di minimarket Doremi

X_{2.2.2} Menurut saya, minimarket Doremi juga menyediakan merk produk yang terbaru

X_{2.3} Variasi ukuran produk

X_{2.3.1} Menurut saya, pilihan ukuran produk yang ditampilkan di minimarket Doremi bervariasi

X_{2.3.2} Menurut saya, pilihan ukuran produk yang ditampilkan di minimarket Doremi lengkap

X_{2.4} Variasi kualitas produk

X_{2.4.1} Menurut saya, kualitas produk yang ditawarkan di minimarket Doremi bervariasi sesuai keinginan konsumen

X_{2.4.2} Menurut saya, terdapat variasi produk yang dijual di minimarket Doremi, namun tidak ada yang melewati batas *Expired*

3. Variabel Harga (X₃)**X_{3.1} Keterjangkauan harga**

X_{3.1.1} Menurut saya, harga yang ditetapkan di minimarket Doremi bervariasi dan terjangkau

X_{3.1.2} Menurut saya, harga di minimarket Doremi terjangkau sesuai dengan langka atau tidaknya suatu produk

X_{3.2} Kesesuaian antara harga dengan kualitas

X_{3.2.1} Menurut saya, harga jual produk di minimarket Doremi sesuai dengan kualitas merk produk yang tersedia

X_{3.2.2} Menurut saya, harga produk yang dijual di minimarket Doremi sesuai dengan kualitas jenis produk yang tersedia

X_{3.3} Kesesuaian antara harga dengan manfaat

X_{3.3.1} Menurut saya, harga jual produk di minimarket Doremi sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan

X_{3.3.2} Menurut saya, harga produk yang dijual di minimarket Doremi sesuai dengan mutu produknya

X_{3.4} Persaingan harga

X_{3.4.1} Menurut saya, harga produk yang dijual di minimarket doremi lebih rendah dari produk yang dijual di minimarket lainnya

X_{3.4.3} Menurut saya, perubahan harga tidak mempengaruhi saya untuk berpindah ke minimarket lainnya

4. Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Y₁ Pengenalan masalah

Y_{1.1} Saya sudah lama mengenal minimarket Doremi

Y_{1.2} Saya mengenal minimarket Doremi masih baru ini

Y₂ Pencarian informasi

Y_{2.1} Sebelum saya membeli produk yang dijual di minimarket doremi, terlebih dahulu saya membandingkan produk yang dijual di minimarket lain

Y_{2.2} Saya mendapatkan informasi produk yang dijual di minimarket doremi dari teman saya

Y₃ Evaluasi alternatif

Y_{3.1} Saya memilih minimarket Doremi sebagai alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan saya

Y_{3.2} Saya memilih minimarket Doremi karena memiliki nilai lebih dibandingkan dengan minimarket lainnya

Y₄ Keputusan pembelian

Y_{4.1} Saya yakin untuk membeli produk yang dijual di minimarket doremi berdasarkan kebutuhan

Y_{4.2} Saya yakin untuk membeli produk yang dijual di minimarket doremi berdasarkan keunggulan merk

Y₅ Evaluasi pasca pembelian

Y_{5.1} Saya puas dan ingin membeli lagi produk yang dijual di minimarket doremi

Y_{5.2} Saya mereferensikan produk yang dijual di minimarket Doremi kepada orang lain