

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dimana merumuskan hipotesis yang selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis, pengukuran data dan membuat kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Menurut pendapat Zulganef (2008:9), menyatakan penelitian *explanatory* adalah penelitian yang bertujuan menggali/mencari variabel-variabel atau faktor-faktor yang terdapat pada suatu fenomena/kondisi/*setting* social tertentu. Pendekatan kuantitatif digunakan karena melalui pendekatan ini proses penelitian dapat dilakukan secara terstruktur dan menggunakan sampel penelitian dalam jumlah besar sehingga dapat dianggap mewakili populasi yang efektif.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan judul yang diambil oleh peneliti yaitu “Pengaruh *Food Quality, Dining Atmosphere* dan Kesesuaian Harga terhadap Kepuasan, maka lokasi yang dipilih adalah *café* Ria Djenaka Shining Batu. Dengan pertimbangan bahwa seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, tata cara serta selera dalam mengkonsumsi atau menikmati sebuah kuliner, para penggemar kuliner mencari kuliner yang dapat menciptakan sebuah kepuasan yang tinggi, dari segi makanannya, serta suasana yang mendukung untuk menikmati sebuah hidangan tetapi dengan harga yang terjangkau. Berdasarkan

penelitian pendahuluan bahwa *café* Ria Djenaka Shining Batu mempunyai *food quality* yang baik, *dining atmosphere* yang unik dan terkonsep, serta harga yang terjangkau dan sesuai dengan pelayanan yang diberikan, untuk itu peneliti tertarik mengambil lokasi penelitian di *café* Ria Djenaka Shining Batu.

### **C. Konsep, Variabel Penelitian, Definisi Operasional, dan Skala Pengukuran**

#### **1. Konsep**

Menurut pendapat Simamora (2004:21). Konsep adalah sejumlah pengertian general tentang istilah, simbol, objek, atribut, kejadian, situasi, keadaan dan proses. Setelah konsep dirumuskan, maka agar konsep tersebut dapat diteliti dengan lebih tepat maka harus dioperasionalkan dengan menjabarkan menjadi variabel-variabel tertentu.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### **A. *Food Quality* ( $X_1$ )**

Potter dan Hotchkiss (1995:90), *Food Quality* merupakan tingkat mutu atau kualitas dari makanan yang diterima oleh konsumen.

##### **B. *Dining Atmosphere***

Levy and Weitz (2001:576) menyatakan bahwa *atmosphere* merupakan suasana melalui visual, penataan, cahaya, musik dan aroma yang dapat menciptakan lingkungan pembelian yang nyaman sehingga dapat mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen untuk melakukan pembelian.

### C. Kesesuaian Harga

Menurut pendapat Ezel dalam Sunyoto (2013:15), harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar. Karena jika penetapan harga produk terlalu mahal, tidak sesuai dengan kualitasnya, konsumen akan cenderung meninggalkannya dan mencari produk sejenis lainnya. Sebaliknya, jika penetapan harga produk terlalu murah, konsumen ada kemungkinan akan membeli dalam jumlah relative banyak.

### D. Kepuasan Pelanggan

Kotler (2009:138) memberikan definisi kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

## 2. Variabel

Variabel menurut pendapat Hatch dan Farhandy dalam Sugiyono (2015:38) merupakan atribut seseorang, atau objek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek lain. Menurut pendapat Kerlinger dalam Sugiyono (2015:38) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari, sebagai contoh misalnya tingkat aspirasi, penghasilan, pendidikan, status social, jenis kelamin, golongan gaji, produktivitas kerja, dan lain-lain.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel penelitian adalah 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. Menurut Sugiyono (2015:39) terdapat dua macam variabel dalam penelitian yaitu:

a) Variabel Bebas atau Independen

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi:

- a. *Food Quality* ( $X_1$ )
- b. *Dining Atmosphere* ( $X_2$ )
- c. Kesuaian Harga ( $X_3$ )

b) Variabel Terikat atau Dependen

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini Kepuasan Pelanggan merupakan variabel terikat (Y)

### 3. Definisi Operasional Variabel

Menurut pendapat Zulfanef (2008:84) definisi operasional adalah kegiatan atau proses yang dilakukan peneliti untuk mengurangi tingkat abstraksi konsep sehingga konsep tersebut dapat diukur. Sedangkan menurut Babbie dalam Zulfanef (2008:84) mengungkapkan definisi operasional sebagai suatu definisi yang menjelaskan secara tepat (*precisely*) bagaimana suatu konsep akan diukur, atau secara singkat dapat dikatakan bahwa definisi operasional adalah suatu deskripsi mengenai operasi yang akan dilakukan dalam mengukur suatu konsep. Definisi operasional merupakan bagian dari proses penelitian dengan

mendefinisikan sebuah konsep atau variabel sehingga dapat diukur oleh peneliti, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) dari suatu konsep atau variabel.

Definisi operasional dari masing-masing variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. *Food Quality*

*Food quality* merupakan karakteristik kualitas dari suatu makanan yang disajikan, seperti *presentation of food*, *taste*, *diversity of choice*, *healty*, *freshnes* dan *temperature* sehingga menciptakan standart dalam menu makanan yang disajikan *Café Ria Djenaka Shining Batu*. Indikator dari *food quality* adalah sebagai berikut:

1. *Presentation of food*, yang memiliki *item* sebagai berikut:

- a. Warna makanan menarik
- b. Kombinasi warna yang menggugah selera
- c. Keindahan makanan yang disajikan

2. *Taste*, yang memiliki *item* sebagai berikut:

- a. Kelezatan makanan
- b. Rasa makanan khas/unik

3. *Diversity of choice*, yang memiliki *item* sebagai berikut:

- a. Variasi jenis makanan yang ditawarkan
- b. Variasi jenis minuman yang ditawarkan

4. *Healty*

- a. Gizi yang terdapat di dalam makanan

- b. Makanan yang disajikan higienies

5. *Freshness*

- a. Kesegaran makanan yang disajikan
- b. Kesegaran bahan makanan yang digunakan

6. *Temperature*

- a. Makanan yang disajikan hangat
- b. *Temperature* minuman sesuai dengan selera

b. *Dining Atmosphere*

*Dining Atmosphere* merupakan lingkungan fisik yang berarti suasana yang terdapat di *café* Ria Djenaka Shining Batu melalui visual, penataan, cahaya, musik dan aroma yang dapat menciptakan lingkungan pembelian yang nyaman sehingga dapat mempengaruhi persepsi dan emosi pelanggan untuk melakukan pembelian *Café* Ria Djenaka Shining Batu.

*Dining Atmosphere* memiliki indikator sebagai berikut:

1. *Ambient Condition* (suasana), yang memiliki *item* sebagai berikut:
  - a. Kenyamanan ruangan.
  - b. Udara dalam ruangan bersih/segar.
  - c. Terhindar dari suasana yang bising.
  - d. Musik yang disajikan yang dapat mendukung kenyamanan di *café*.
  - e. Kenyamanan *café* Ria Djenaka yang bebas bau.
2. *Space/function*(ruang/fungsi), yang memiliki *item* sebagai berikut:
  - a. *Layout*/tata ruang yang menarik

- b. Keunikan peralatan yang digunakan *café* Ria Djenaka.
  - c. Keunikan *furniture* yang digunakan.
3. *Sign, Symbols, and Artefact* (tanda atau symbol), yang memiliki *item* sebagai berikut:
- a. Penanda letak *café* mudah dikenali.
  - b. Keunikan simbol di *café* Ria Djenaka.
  - c. Keunikan artefak/gambar yang digunakan untuk penunjuk arah dalam *café*.

c. Kesesuaian Harga

Harga adalah sejumlah uang yang harus di bayarkan atas produk atau jasa atau nilai yang didapatkan dari konsumen ketika mendapatkan produk yang ditawarkan *Café* Ria Djenaka Shining Batu. Kesesuaian Harga memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Kesesuaian antara harga yang ditetapkan dengan kualitas makanan yang disuguhkan.
- b. Kesesuaian antara harga yang ditetapkan dengan pelayanan yang diberikan
- c. Kesesuaian antara harga yang ditetapkan dengan suasana yang disuguhkan

d. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan perasaan senang seseorang setelah menerima atau merasakan produk atau jasa yang diberikan oleh *Café* Ria Djenaka Shining Batu. Kepuasan Pelanggan memiliki indikator sebagai berikut:

1. Perasaan Senang
  - a. Merasa puas berada di *café* Ria Djenaka
  - b. Merasa nyaman di *café* Ria Djenaka
  - c. Merasa senang di *café* Ria Djenaka

**Tabel 3.1 : Variabel, Indikator, dan Item dalam penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item</b>
<i>Food Quality</i> (X <sub>1</sub> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Presentation of food</i> (X<sub>1.1</sub>)</li> <li>• <i>Taste</i> (X<sub>1.2</sub>)</li> <li>• <i>Diversity of choice</i> (X<sub>1.3</sub>)</li> <li>• <i>Healty</i> (X<sub>1.4</sub>)</li> <li>• <i>Freshness</i> (X<sub>1.5</sub>)</li> <li>• <i>Temperature</i> (X<sub>1.6</sub>)</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Warna makanan yang menarik (X<sub>1.1.1</sub>)</li> <li>2. Kombinasi warna yang menggugah selera (X<sub>1.1.2</sub>)</li> <li>3. Keindahan makanan yang disajikan (X<sub>1.1.3</sub>)</li> <li>1. Kelezatan makanan (X<sub>1.2.1</sub>)</li> <li>2. Rasa makanan yang khas/unik (X<sub>1.2.2</sub>)</li> <li>1. Variasi jenis makanan yang ditawarkan (X<sub>1.3.1</sub>)</li> <li>2. Variasi jenis minuman yang ditawarkan (X<sub>1.3.2</sub>)</li> <li>1. Gizi yang terdapat dalam makanan (X<sub>1.4.1</sub>)</li> <li>2. Higienitas makanan (X<sub>1.4.2</sub>)</li> <li>1. Makanan disajikan dalam keadaan baru selesai dimasak (X<sub>1.5.1</sub>)</li> <li>2. Kesegaran bahan yang digunakan (X<sub>1.5.2</sub>)</li> <li>1. Makanan yang disajikan hangat (X<sub>1.6.1</sub>)</li> <li>2. <i>Temperature</i> minuman sesuai dengan selera (X<sub>1.6.2</sub>)</li> </ol>



<b>Variabel</b>	<b>Indicator</b>	<b>Item</b>
<i>Dinning Atmosphere</i> (X <sub>2</sub> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Ambient Condition</i> (X<sub>2.1</sub>)</li>   <li>• <i>Space/function</i> (X<sub>2.2</sub>)</li>   <li>• <i>Signs, Symbols, and Artefact</i> (X<sub>2.3</sub>)</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kenyamanan ruangan (X<sub>2.1.1</sub>)</li> <li>2. Udara di dalam ruangan bersih/segar (X<sub>2.1.2</sub>)</li> <li>3. Terhindar dari kebisingan (X<sub>2.1.3</sub>)</li> <li>4. Musik yang disajikan mendukung kenyamanan di <i>café</i> (X<sub>2.1.4</sub>)</li> <li>5. <i>Café</i> terhindar dari bau (X<sub>2.1.5</sub>)</li>   <li>1. <i>Layout</i>/tata ruang menarik (X<sub>2.2.1</sub>)</li> <li>2. Keunikan <i>furniture</i> (X<sub>2.2.2</sub>)</li> <li>3. Dekorasi ruang yang mempunyai konsep (X<sub>2.2.3</sub>)</li>   <li>1. Penanda letak <i>café</i> mudah dikenali (X<sub>2.3.1</sub>)</li> <li>2. Keunikan simbol (X<sub>2.3.2</sub>)</li> <li>3. Keunikan artifact (X<sub>2.3.3</sub>)</li> </ol>
Harga (X <sub>3</sub> )	Kewajaran Harga (X <sub>3.1</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian antara harga yang ditetapkan dengan kualitas makanan yang disuguhkan (X<sub>3.1.1</sub>)</li> <li>2. Kesesuaian antara harga yang ditetapkan dengan pelayanan (X<sub>3.1.2</sub>)</li> <li>3. Kesesuaian antara harga yang ditetapkan dengan suasana. (X<sub>3.1.3</sub>)</li> </ol>
Kepuasan (Y <sub>1</sub> )	Perasaan Senang (Y <sub>1.1</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merasa puas berada di <i>café</i> Ria Djenaka (Y<sub>1.1.1</sub>)</li> <li>2. Merasa nyaman berada di <i>café</i> ria Djenaka (Y<sub>1.1.2</sub>)</li> <li>3. Merasa senang berada di <i>café</i> Ria Djenaka (Y<sub>1.1.3</sub>)</li> </ol>

#### 4. Skala Pengukuran

Skala pengukuran variabel dalam penelitian ini yaitu memakai skala Likert. Menurut pendapat Sugiyono (2015:93), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Menurut Simamora (2004:23) “skala Likert disebut juga *summated rating scale*, skala ini banyak digunakan karena memberi peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan terhadap pernyataan”. setiap jawaban atas variabel dalam penelitian ini digunakan sistem skor/nilai dengan dasar Likert.

**Tabel 3.2 : Kriteria dan Skor Penilaian dengan Skala Likert**

No	Jawaban Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

#### D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

##### 1. Populasi

Menurut pendapat Sugiyono (2015:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut pendapat Sardin (2014:1), populasi

merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap, hidup dan sebagainya, sehingga objek-objek itu dapat menjadi sasaran sumber data penelitian. Menurut Arikunto (2010:173), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sesuai dengan masalah penelitian, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli yang telah melakukan pembelian atau yang pernah berkunjung ke *café* Ria Djenaka.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2015:80) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan Arikunto (2010:174) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian atau populasi yang diteliti. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Machin *and* Chambell (1987:89) karena populasi konsumen sebagai responden dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya.

Rumus dari Machin *and* Chambell:

$$Up = \frac{1}{2} In\left(\frac{1+r}{1-r}\right) + \frac{r}{2(n-1)}$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(Up')^2}$$

keterangan:

$Up$  = *Standardized normal random variabel corresponding to particular value of the correlation coefficient p*

$Up'$  = *Intial estimate of up*

$N$  = Ukuran Sampel

$ZI - \alpha$  = Harga yang diperoleh dari table distribusi normal baku dengan alpa yang ditentukan

$ZI - \beta$  = Harga yang di peroleh dari table distribusi normal baku dengan beta yang Ditetentukan

$R$  = Koefisien korelasi terkecil yang diharapkan dapat dideteksi secara Signifikan

Berdasarkan pertimbangan bahwa nilai  $r$  terendah yang diperkirakan akan diperoleh dalam penelitian ini adalah  $r = 0,325$  ;  $\alpha = 0,10$  ;  $\alpha/2 = 0,05$  pada pengujian dua arah dan  $\beta = 0,05$  maka didapat jumlah sebesar 16,323 atau dibulatkan menjadi 117 orang.

### **3. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan dan memenuhi syarat sebagai responden, yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, (sugiyono 2015:58). Pengambilan sampel ini dilakukan dengan cara menemui responden yang sedang melakukan pembelian, kemudian jika responden setuju untuk berpartisipasi, peneliti mendistribusikan kuesioner. Untuk mengantisipasi adanya pengisian ganda pada pembeli yang sama, peneliti bertanya terlebih dahulu kepada responden apakah responden sudah pernah mengisi kuesioner atau

belum. Jika sudah, maka peneliti tidak akan mendistribusikan kuesioner ulang. Pengambilan sampel dilakukan secara langsung dengan mendatangi 117 orang pengunjung yang melakukan pembelian di *café* Ria Djenaka.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Sumber Data**

Menurut Arikunto (2010:172) sumber data dalam penelitian adalah subyek darimana data diperoleh. Penelitian ini menggunakan dua macam sumber data, yaitu :

#### **a. Data Primer**

Data primer dalam penelitian ini berupa jawaban para responden terhadap penjabaran *item* dari variabel penelitian melalui angket yang telah disebar. Menurut Kuncoro (2009:148) “data primer biasanya diperoleh dengan survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original.” Jadi data primer dalam penelitian ini yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dari responden yang meliputi data deskripsi identitas responden, daftar pertanyaan mengenai pendapat konsumen mengenai *item* yang diteliti dalam penelitian ini.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang tidak langsung dan bertujuan untuk mendukung data primer. Menurut Malhotra (2009:121), data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan untuk maksud lain menyelesaikan

masalah yang dihadapi. Data sekunder dari penelitian ini adalah data dari berbagai buku, internet dan jurnal penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini.

## **2. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data adalah suatu usaha untuk mengumpulkan data yang dilakukan secara sistematis dengan prosedur yang standart (Arikunto, 2010:265). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket. Menurut Arikunto (2010:194), kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam metode penelitian karena data yang diperoleh ini diharapkan dapat dipergunakan untuk memudahkan peneliti mencapai tujuan penelitian. Pada penelitian ini, data diperoleh dari lapangan dengan menggunakan kuesioner.

## **3. Instrumen Penelitian**

Menurut Arikunto (2010:203), instrumen adalah yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Penelitian ini menggunakan penelitian berupa kuesioner. Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan yaitu daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada responden yang berpatokan pada pedoman pembuatan kuesioner.

## F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Menurut pendapat Arikunto (2010:211) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat, esensi dari kata validitas adalah akurasi. Suatu instrument yang valid mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid memiliki validitas yang rendah. Untuk menguji tingkat validitas data dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan rumus korelasi yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan rumus *Product Moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n (\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (\text{Arikunto 2010:213})$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : koefisien korelasi antara x dan y

N : jumlah subjek

$\sum_{xy}$  : skor *item*

x : total skor x

y : total skor y

$x^2$  : jumlah dari kuadrat x

$y^2$  : jumlah dari kuadrat y

Dengan membandingkan indeks korelasi *Product Moment Pearson* dengan level signifikan 5%, suatu *item* instrument dapat diketahui kevalidannya. Apabila signifikansi hasil korelasi di bawah 0,05 (5%), maka instrument dinyatakan *vaild*.

Namun sebaliknya, apabila signifikansi hasil korelasi di atas 0,05 (5%), maka instrument dinyatakan tidak *valid*.

**Tabel 3.3 : Uji Validitas Variabel**

<i>Item</i>	<b>Sig.</b>	<b>Keterangan</b>
X <sub>1.1.1</sub>	0,000	Valid
X <sub>1.1.2</sub>	0,000	Valid
X <sub>1.1.3</sub>	0,000	Valid
X <sub>1.2.1</sub>	0,000	Valid
X <sub>1.2.2</sub>	0,000	Valid
X <sub>1.3.1</sub>	0,000	Valid
X <sub>1.3.2</sub>	0,000	Valid
X <sub>1.4.1</sub>	0,000	Valid
X <sub>1.4.2</sub>	0,000	Valid
X <sub>1.5.1</sub>	0,000	Valid
X <sub>1.5.2</sub>	0,000	Valid
X <sub>1.6.1</sub>	0,000	Valid
X <sub>1.6.2</sub>	0,000	Valid
X <sub>2.1.1</sub>	0,008	Valid
X <sub>2.1.2</sub>	0,000	Valid
X <sub>2.1.3</sub>	0,000	Valid
X <sub>2.1.4</sub>	0,000	Valid
X <sub>2.1.5</sub>	0,000	Valid
X <sub>2.2.1</sub>	0,000	Valid
X <sub>2.2.2</sub>	0,000	Valid
X <sub>2.2.3</sub>	0,000	Valid
X <sub>2.3.1</sub>	0,000	Valid
X <sub>2.3.2</sub>	0,000	Valid
X <sub>2.3.3</sub>	0,000	Valid
X <sub>3.1.1</sub>	0,000	Valid
X <sub>3.1.2</sub>	0,000	Valid
X <sub>3.1.3</sub>	0,000	Valid
Y <sub>1.1</sub>	0,000	Valid
Y <sub>1.2</sub>	0,000	Valid
Y <sub>1.3</sub>	0,000	Valid

Sumber: Lampiran 3



Uji coba validitas yang dilakukan pada 30 orang responden dengan pengujian validitas melalui program *SPSS for windows ver.16.0* dengan menggunakan korelasi *Product Moment* menghasilkan nilai masing-masing *item* pernyataan dengan skor *item* pertanyaan secara keseluruhan.

Dari Tabel 3.2 tersebut dapat dilihat bahwa nilai sig,r butir pertanyaan lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha = 0,05$ ) yang berarti tiap-tiap butir pertanyaan untuk variabel yang ada dalam penelitian adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa *item*/butir-butir pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik (Arikunto 2010:221). Menurut pendapat Nazir (2014:117) Reliabilitas adalah ketepatan atau tingkat presisi suatu ukuran atau alat pengukur. Reliabilitas digunakan untuk mengkorelasikan *item* dengan *item*. Metode yang digunakan untuk menghitung reliabilitas adalah Alpha Cronbach. Rumus Alpa digunakan untuk mencari reliabilitas *item* pertanyaan yang skor nya bukan 1 dan 0 misalnya, angket atau bentuk uraian (Arikunto, 2006:196) yaitu:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (\text{Arikunto 2006:196})$$

keterangan :

$r_{11}$  : realibilitas *item* pertanyaan

k : banyaknya *item*

$\sum \sigma^2$  : jumlah variabel *item*

$\sigma^2$  : varians total

Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan nilai koefisien reabilitas alpa. Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai dari koefisien reliabilitas alpha lebih besar dari 0,6 maka variabel tersebut sudah reliable (handal). (Maholtra 2009:274).

**Tabel 3.4 :Uji Reliabilitas Variabel**

No	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	X <sub>1</sub>	0,893	Reliabel
2	X <sub>2</sub>	0,871	Reliabel
3	X <sub>3</sub>	0,693	Reliabel
4	Y	0,809	Reliabel

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 3.3 menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> dan Y memiliki nilai lebih besar dari 0,6. Dengan demikian dapat disimpulkan alat ukur X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub> adalah reliabel.

## G. Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

Nazir (2014:43) menjelaskan, metode diskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Dijelaskan lebih lanjut oleh Nazir (2014:43), bahwa metode deskriptif adalah metode penelitian

untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda karena ada tiga variabel independen dalam penelitian yaitu *Food Quality*, *Dining Atmosphere*, dan Kesesuaian Harga yang disimbolkan dengan  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  sedangkan variabel dependennya adalah Kepuasan pelanggan yang disimbolkan dengan variabel  $Y$ .

Menurut Nazir (2014:410) model analisis Regresi Linier Berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 + a_3X_3$$

Keterangan:

$Y$  = Kepuasan Pelanggan

$a_0$  = analisis regresi

$a_1..a_3$  = koefisien regresi variabel independen

$(X_1)$  = *Food Quality*

$(X_2)$  = *Dining Atmosphere*

$(X_3)$  = Harga yang terjangkau

### a. Uji Bersama-sama (uji F)

Uji bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas ( $X_1, X_2$  dan  $X_3$ ) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat ( $Y$ ) signifikansi tersebut dapat diketahui dengan menggunakan rumus uji F sebagai berikut :

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad \text{Rangkuti (2005:165)}$$

Keterangan :

F = pendekatan distribusi normal

$R^2$  = koefisien korelasi berganda

k = jumlah variabel bebas

n = jumlah anggota sampel

$H_0$  = variabel *Food Quality* ( $X_1$ ), variabel *Dining Atmosphere* ( $X_2$ ), variabel Kesesuaian Harga ( $X_3$ ) secara bersama sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

$H_a$  = variabel *Food Quality* ( $X_1$ ), variabel *Dining Atmosphere* ( $X_2$ ), variabel Kesesuaian Harga ( $X_3$ ) secara bersama sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Pengujian hipotesis ini dapat dilakukan dengan membandingkan besarnya  $\alpha = 5\%$  dengan signifikansi F, yaitu :

- a. Apabila signifikansi  $F \geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b. Apabila signifikansi  $F \leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### **b. Uji Parsial (uji t)**

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ ) terhadap variabel terikat (Y) rumus yang digunakan dalam uji t ini adalah:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b_1}{Sb_1} \quad \text{Rangkuti (2005:166)}$$

Keterangan :

$t_{\text{hitung}}$  = nilai yang dihitung

$b_1$  = koefisien regresi variabel 1

$Sb_1$  = standart *error* variabel 1

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

$H_0$  = variabel *Food Quality* ( $X_1$ ), variabel *Dining Atmosphere* ( $X_2$ ), variabel Kesesuaian Harga ( $X_3$ ) secara persial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

$H_a$  = variabel *Food Quality* ( $X_1$ ), variabel *Dining Atmosphere* ( $X_2$ ), variabel Kesesuaian Harga ( $X_3$ ) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan taraf signifikansi  $t$  dengan  $\alpha = 5\%$  dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Apabila signifikansi  $t \geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- b. Apabila signifikansi  $t \leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

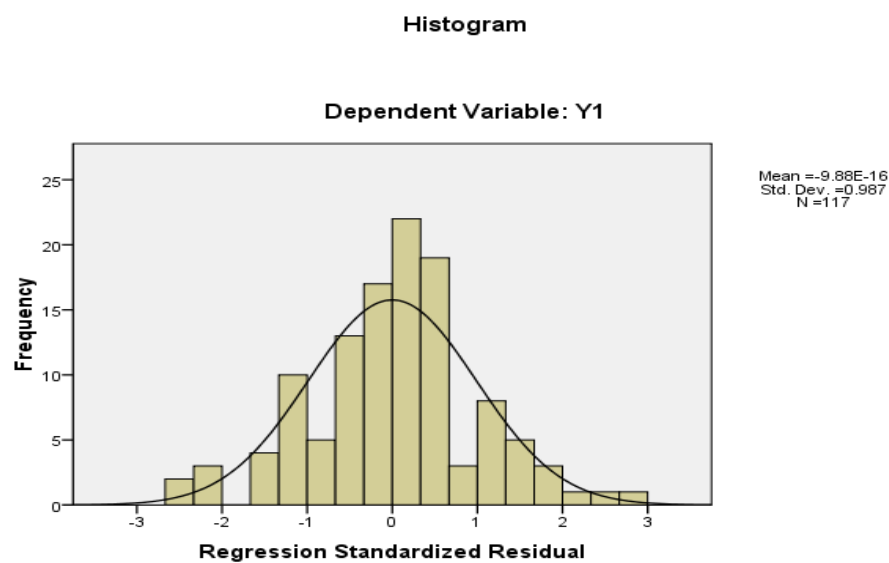
## H. Uji Asumsi Klasik

Asumsi-asumsi klasik ini harus dilakukan pengujiannya untuk memenuhi penggunaan regresi linier berganda. Setelah diadakan perhitungan regresi

berganda melalui alat bantu *SPSS versi 16 for Windows*, diadakan pengujian uji asumsi klasik regresi. Hasil pengujian disajikan sebagai berikut:

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan dengan histogram, uji normal dan p plot. Apabila hasil histogram membentuk garis yang menyerupai lonceng atau genta, maka data tersebut terdistribusi normal atau uji normalitas terpenuhi. Berdasarkan hasil uji normalitas sebagaimana tampak pada Gambar 3.1 menunjukkan bahwa hasil histogram membentuk garis yang menyerupai lonceng. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal atau uji normalitas terpenuhi.



**Gambar 3.1 : Hasil Uji Normalitas.**

### 2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier yang sempurna atau dapat pula dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkaitan. Cara pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai *tolerance* yang didapat dari

perhitungan regresi berganda, apabila nilai *tolerance* < 0,1 maka terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 3.5 :

**Tabel 3.5 : Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
X <sub>1</sub>	0,567	1,765
X <sub>2</sub>	0,795	1,258
X <sub>3</sub>	0,636	1,573

Sumber: lampiran 6

Berdasarkan Tabel 3.5, berikut hasil pengujian dari masing-masing variabel bebas:

- *Tolerance* untuk *Food Quality* adalah 0,567
- *Tolerance* untuk *Dining Atmosphere* adalah 0,795
- *Tolerance* untuk Kesesuaian Harga adalah 0,636

Pada hasil pengujian didapat bahwa keseluruhan nilai *tolerance*. 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas. Uji multikolinieritas dapat pula dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan angka 10. Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas. Berikut hasil pengujian masing-masing variabel bebas:

- VIF untuk *Food Quality* adalah 1,765
- VIF untuk *Dining Atmosphere* adalah 1,258
- VIF untuk Kesesuaian Harga adalah 1,573

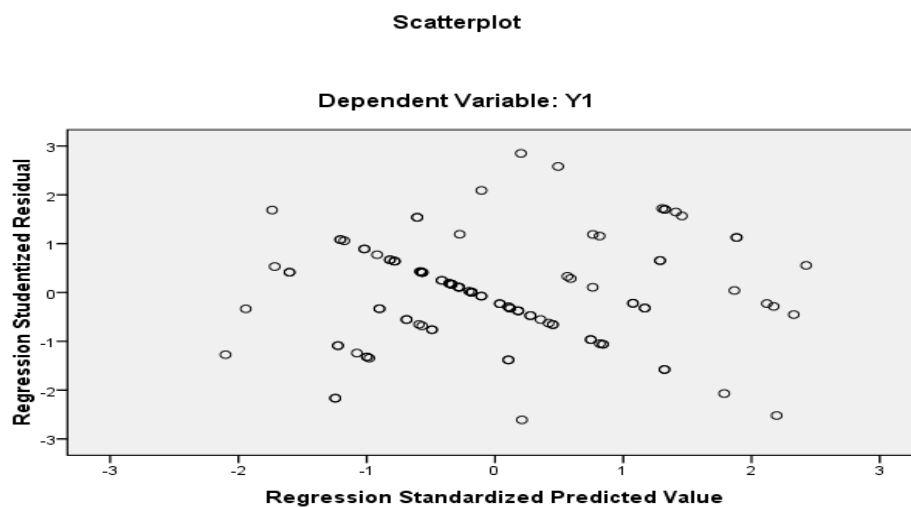
Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas. Dengan demikian uji asumsi tidak adanya multikolinieritas dapat terpenuhi.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan nilai simpangan residual akibat besar kecilnya nilai salah satu variabel bebas. Atau adanya perbedaan nilai ragam dengan semakin meningkatnya nilai variabel bebas. Prosedur uji dilakukan dengan uji *scatter plot*.

Dari hasil pengujian uji heteroskedastisitas pada gambar 3.4 didapat bahwa diagram tampilan *scatterplot* menyebar dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut:



**Gambar 3.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Dengan terpenuhi seluruh asumsi klasik regresi di atas maka dapat dikatakan model regresi linier berganda yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sudah layak atau tepat, sehingga dapat diambil interpretasi dari hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan.