

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian *field research* adalah penelitian yang bertujuan untuk mempelajari situasi secara ilmiah yang didahului oleh campur tangan pihak peneliti terhadap lingkungan suatu unit sosial baik individu, kelompok, lembaga maupun masyarakat. Penelitian lapangan dilaksanakan dengan pencarian data untuk memperoleh informasi secara detail yang bersumber dari lokasi atau lapangan penelitian.<sup>125</sup> Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh *servicescape*, variasi menu dan komunikasi interpersonal karyawan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada pengunjung *AW Coffee* Mayong Jepara).

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dinamakan pendekatan tradisional. Hal ini dikarenakan pendekatan ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian.<sup>126</sup> Pendekatan kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data menggunakan metode perhitungan statistika.<sup>127</sup> Dengan metode kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan akan diolah menjadi angka-angka, kemudian angka tersebut dianalisis menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan.<sup>128</sup> Dalam penelitian ini analisis kuantitatif dilakukan dengan perhitungan statistik dicari dengan program SPSS.

#### B. Setting Penelitian

Setting penelitian berisi waktu, suasana dan tempat dimana penelitian di lakukan, peneliti menentukan lokasi *coffe shop* yang

---

<sup>125</sup>Saifuddin Azwar, “*Metode Penelitian*”, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 21.

<sup>126</sup>Masrukhin, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*”, (Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015), 7.

<sup>127</sup>Ananta Wikrama ,dkk, “*Metodologi Penelitian Bisnis*”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 11.

<sup>128</sup>Saifuddin Azwar, “*Metode Penelitian*”, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 91.

ada di Mayong Jepara yaitu *AW Coffee* sebagai fokus penelitian. Waktu penelitian ini dimulai dari 1 Juli 2023 sampai selesai.

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi terkait variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen secara lebih lengkap sebagai bahan materi dalam penyelesaian penelitian, sehingga mampu memberikan suatu gambaran secara komprehensif.

### C. Sumber Data Penelitian

Sumber data mempunyai peran yang sangat penting dalam penelitian karena dengan sumber data maka akan mendapatkan sumber data yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana informasi yang tersaji guna penelitian ini. Maka sumber data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh terutama untuk memenuhi tujuan penelitian yang sedang berlangsung dan diperoleh melalui survey lapangan dengan menggunakan semua teknik pengumpulan data asli.<sup>129</sup> Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan pernyataan atau pertanyaan kepada para responden pengunjung *AW Coffe* Mayong Jepara dalam bentuk kuesioner, selanjutnya data yang diperoleh dari jawaban responden dibuat tabulasi, kemudian diolah sesuai prosedur metode statistik.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang telah dikumpulkan dari buku, jurnal, makalah, penelitian dari organisasi atau sumber data lain yang berkaitan dengan penelitian. Sumber data sekunder berusaha memberikan informasi untuk digunakan sebagai alat bantu penelitian.<sup>130</sup> Data dari makalah, arsip, publikasi literature, dan media alternative lain yang terkait dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian ini. Fakta-fakta tersebut berasal dari sumber tertulis, survey pengunjung *AW Coffe* Mayong Jepara, dokumentasi, buku-buku, jurnal penelitian yang mendukung bsgi penelitian ini.

---

<sup>129</sup> Nur Ahmad Budi Yulianto, "*Metode Penelitian Bisnis*", (Malang : Polinema Press, 2018), 37.

<sup>130</sup> Masrukin, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*", 13.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas suatu obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>131</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para pengunjung *AW Coffee*, oleh karena itu populasi ini merupakan populasi tak terbatas karena tidak dapat diketahui secara pasti jumlah sebenarnya dari pengunjung yang datang, maka demi mempersingkat waktu dan tenaga penelitian perlu melakukan sampling.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi.<sup>132</sup> Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *non probability sampling*, peneliti menggunakan metode sampling aksidental (*accidental sampling*). Menurut Santoso dan Tjiptono *accidental sampling (convenience sampling)* adalah prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses.<sup>133</sup> Sedangkan menurut Sugiyono *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel.<sup>134</sup>

Kriteria sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang dapat memenuhi kebutuhan penelitian yang dapat memberikan jawaban yang objektif sesuai dengan pengalaman ketika berbelanja dan konsumen diposisikan sebagai pengambil keputusan (*decider*) pembelian produk di *AW Coffe Mayong Jepara*. Karena jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini tidak diketahui, penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

---

<sup>131</sup>Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2017), 8.

<sup>132</sup>Augusty Ferdinand, “*Metode Penelitian Manajemen*”, (Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2016), 223.

<sup>133</sup>Santoso dan Djiptono, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*”, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2001), 89.

<sup>134</sup>Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, 87.

$$n = \frac{Z^2}{4 \cdot (\text{moe})^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

Z : *Score* pada signifikan tertentu (derajat keyakinan di tentukan 95%) Maka Z = 1,96

Moe : Margin of eror yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat di toleransi atau yang diinginkan adalah 10%

Dengan menggunakan rumus diatas maka di peroleh perhitungan tertentu sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2}{4 \cdot (0,01)^2}$$

$$n = 96,04 \quad \longrightarrow \quad 96,04 \text{ di bulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

## E. Desain dan Definisi Operasional Variabel

### 1. Desain Penelitian

Desain atau rancangan penelitian bagi peneliti ialah sebagai cetakan biru. Desain penelitian adalah kerangka kerja dalam suatu penelitian, berisikan gambaran tentang proses guna memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Desain penelitian menggambarkan segala proses dalam penelitian mulai dari perencanaan sampai pelaksanaannya, yang dapat membantu peneliti mengumpulkan dan menganalisis data-data yang ada.<sup>135</sup> Desain penelitian telah dikategorikan pada beberapa jenis, untuk penelitian ini digunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah model penelitian yang disusun dalam rangka menentukan gambaran secara sistematis terkait informasi ilmiah pada subjek atau obyek penelitian. Penelitian ini memfokuskan pada penjelasan yang sistematis atas fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan.<sup>136</sup>

Sedangkan variabel penelitian berarti apa saja yang dijadikan obyek pengawasan dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini variabel yang digunakan berupa obyek penelitian yang telah ditentukan dan dipelajari hingga pada akhirnya

<sup>135</sup>Enny Radjab dan Andi Jama'an, "*Metodologi Penelitian Bisnis*", (Makasar: Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan UMM, 2017), 72-73.

<sup>136</sup>Anwar Sanusi, "*Metodologi Penelitian Bisnis*", (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 13-14.

diperoleh informasi untuk ditarik kesimpulannya. Variabel kuantitatif dibedakan atas dua macam, diantaranya yaitu:

- a. Variabel bebas (*independent variabel*)  
 Variabel bebas merupakan jenis variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, dengan kata lain variabel ini sebagai penyebab adanya perubahan atau munculnya variabel terikat. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini yaitu *servicescape*, variasi menu dan komunikasi interpersonal.
- b. Variabel terikat (*dependent variabel*)  
 Variabel terikat atau variabel tergantung adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, atau variabel yang diakibatkan oleh keberadaan variabel bebas.<sup>137</sup> Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

**2. Definisi Operasional Variabel**

Proses membuat suatu konstruk menjadi variabel yang terukur dikenal dengan definisi operasional. Untuk memungkinkan peneliti lain mereproduksi pengukuran dengan cara yang sama atau membuat teknik yang lebih akurat untuk mengukur konstruksi, definisi operasional menguraikan pendekatan khusus yang digunakan oleh peneliti untuk mengoperasionalkan konstruksi.<sup>138</sup> Tabel berikut akan menjelaskan variabel dan definisi operasional:

**Tabel 2 Definisi Operasional**

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	<i>Servicescape</i> (X <sub>1</sub> )	Lingkungan layanan yang disebut juga <i>servicescape</i> , merupakan gaya dan wujud dari lingkungan fisik dan elemen-elemen eksperimental lainnya yang ditemukan oleh pelanggan di tempat	a. Kondisi <i>ambient</i> b. Tata spasial dan fungsi c. Tanda, simbol dan artefak ( <i>signage</i> )	Skala likert

<sup>137</sup> Anwar Sanusi, “Metodologi Penelitian Bisnis”, 50.

<sup>138</sup> Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, (Yogyakarta: BEFP Yogyakarta, 2002), 69.

		jasa tersebut disampaikan. <sup>139</sup>		
2	Variasi Menu (X <sub>2</sub> )	Menu merupakan daftar item makanan yang ditawarkan pemilik usaha berdasarkan kebutuhan dan permintaan pelanggan dan dirancang untuk mencapai tujuan pemilik usaha. <sup>140</sup>	a. Rasa b. Aroma c. Bentuk	Skala likert
3	Komunikasi Interpersonal (X <sub>3</sub> )	Komunikasi antara orang-orang dengan tatap muka dengan kemungkinan setiap pesertanya menangkap reaksi dari orang lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal. <sup>141</sup>	a. Keterbukaan ( <i>Openness</i> ) b. Empati ( <i>Empathy</i> ) c. Kesamaan ( <i>Equality</i> ) d. Rasa Positif ( <i>Positiveness</i> )	Skala likert
4	Kepuasan Pelanggan (Y)	Respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. <sup>142</sup>	a. <i>Re-purchase</i> b. Menciptakan <i>World of Mouth</i> c. Menciptakan citra merek	Skala likert

<sup>139</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu*, cetakan 2, 21.

<sup>140</sup> Syifa Aliyani Santoso, "Pengaruh Variasi Menu, Harga Jam Kerja, dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Warung Tegal di Kecamatan Ciputat Timur", 10.

<sup>141</sup> Suranto, *Komunikasi Interpersonal*, 4.

<sup>142</sup> Freddy Rangkuti. *Measuring Customer Satisfaction. Teknik Mengukur Kepuasan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis PL-JP*, 30.

			d. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama.	
--	--	--	---	--

**F. Teknik Pengumpulan Data**

Langkah yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang sangat sistematis dan sesuai dengan standar yang diperlukan untuk memperoleh data dalam melengkapi suatu penelitian.<sup>143</sup> Dalam penelitian ini menggunakan teknik penelitian lapangan, dimana data yang diperoleh peneliti merupakan data murni dari lapangan seperti berikut ini:

1. Wawancara

Metode wawancara biasanya dilakukan dengan cara mengadakan komunikasi langsung. Dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak dan dapat dilakukan dengan tatap muka secara langsung.<sup>144</sup> Metode wawancara dilakukan dengan narasumber yaitu Bapak Abdul Ghani selaku pemilik AW Coffe Mayong Jepara dengan memberikan beberapa pertanyaan terkait variabel yang hendak diteliti di lokasi tersebut.

2. Kuesioner

Pemberian kuesioner biasanya dilakukan dengan cara memberikan lembar angket berisikan pernyataan untuk dijawab oleh responden. Dengan adanya kuesioner bisa dengan mudah digunakan menganalisis dan mengukur variabel mana yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi keinginan konsumen. Sebaiknya kuesioner di berikan pada saat responden dalam konsidi baik agar mereka dengan sukarela akan memberikan data obyektif dengan cepat.<sup>145</sup> Kuesioner terdiri dari pernyataan yang meliputi variabel *servicescape* (X1), variasi menu (X2), dan komunikasi interpersonal (X3), dan kepuasan pelanggan (Y).

58. <sup>143</sup> Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006),

<sup>144</sup> Sugiyono, *Metode Penelitiann Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 137-138.

<sup>145</sup> Sugiyono, *Metode Penelitiann Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 142.

Jawaban setiap instrument menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat setuju samapai tidak setuju dengan 5 alternatif jawaban sebagai berikut:

**Tabel 3 Alternatif jawaban responden**

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat tidak setuju	1

3. Observasi (Pengamatan)

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara. Jika wawancara selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam lain. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.<sup>146</sup> Untuk mendapatkan data peneliti harus sering berkomunikasi dengan responden untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai konsumen maupun lingkungan didalam toko. Ketika konsumen merasa nyaman dengan keberadaan peneliti maka mereka dengan senang hati untuk menjawab pernyataan.<sup>147</sup>

4. Dokumentasi

Metode ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan. Metode ini hanya mengambil data yang sudah ada. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah tersedia dalam catatan dokumen. Dalam penelitian sosial, fungsi data yang berasal dari dokumentasi lebih banyak digunakan sebagai data pendukung dan pelengkap bagi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara.<sup>148</sup>

<sup>146</sup> Sugiyono, *Metode Penelitiann Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 194.

<sup>147</sup> Sugiyono, *Metode Penelitiann Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 145.

<sup>148</sup> Basrowi, Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 158.

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

Uji validitas dan realibilitas dilakukan supaya data yang diperoleh dengan cara penyebaran kousiner dapat valid dan realibel. Adapun yang dimaksud dengan uji validitas dan reliabilitas instrument adalah sebagai berikut:

### 1. Uji validitas Instrumen

Uji validitas instrumen digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala. Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total), perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor item total. Dari hasil perhitungan korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Jumlah butir pertanyaan dalam suatu variabel yang pertanyaan dikatakan valid jika nilai  $r$ -hitung yang merupakan nilai dari *Corrected Item-Total Correlation* > dari  $r$  table.<sup>149</sup>

### 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Kuesioner yang berfungsi sebagai indikasi suatu variabel atau konstruk dapat diukur dengan menggunakan uji reliabilitas instrumen. Untuk mengevaluasi kestabilan kuesioner, dilakukan uji reliabilitas terhadap instrumen penelitian. Akibatnya, kuesioner yang akan digunakan harus dapat dipercaya, konsisten sepanjang waktu, dan relevan. Jika pertanyaan kuesioner dianggap dapat diandalkan, itu menandakan bahwa pertanyaan tersebut dapat diberikan pada beberapa periode dan responden umumnya akan memberikan tanggapan yang sama. Jika nilai yang diperoleh selama prosedur pengujian menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* > 0,60, dan sebaliknya, jika *Cronbach's Alpha* ditentukan memiliki koefisien yang lebih kecil (<0,60), suatu instrumen dianggap dapat diandalkan.<sup>150</sup>

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah

---

<sup>149</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta, Mediakom 2010), 90.

<sup>150</sup> Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 100.

memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara:<sup>151</sup>

- a. Melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.
  - b. Dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.
2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamat yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di-studentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam satu model regresi.<sup>152</sup>

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.<sup>153</sup> Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam modal regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel

---

<sup>151</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariati dengan Program IBM SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 160.

<sup>152</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariati dengan Program IBM SPSS*, 139.

<sup>153</sup> Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 180.

independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, nilai tolerance yang bernilai rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai yang umumnya dipakai adalah nilai tolerance 0,01 atau sama dengan nilai VIF di atas 10.<sup>154</sup>

#### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.<sup>155</sup>

### I. Teknik Analisis Data

#### 1. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan dalam permasalahan ini adalah analisis regresi berganda, dalam melakukan analisis regresi linier berganda, metode ini memerlukan uji asumsi klasik terlebih dahulu agar mendapatkan hasil regresi yang baik. Analisis regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independent variable) terhadap variabel terikat (dependent variable). Setelah melakukan serangkaian uji asumsi klasik diatas, maka data yang sudah dikumpulkan tersebut dianalisis dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.<sup>156</sup>

$$\hat{Y} = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

---

<sup>154</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*, 92.

<sup>155</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*, 110.

<sup>156</sup> Agus Eko Sujianto. *Aplikasi Statistika dengan SPSS*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), 58.

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

$\hat{Y}$ : Kepuasan Pelanggan

$a$  : Konstanta

$x_1$ : *Servicescape*

$x_2$ : Variasi Menu

$x_3$ : Komunikasi Interpersonal

$b_1$ : Koefisien Regresi Variabel *Servicescape*

$b_2$ : Koefisien Regresi Variabel Variasi Menu

$b_3$ : Koefisien Regresi Variabel Komunikasi Interpersonal

$e$  : Pengganggu (Error).<sup>157</sup>

## 2. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variasi-varian dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.<sup>158</sup>

## 3. Uji koefisien Regresi secara simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama dan

---

135. <sup>157</sup> Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta: salemba Empat, 2014),

70. <sup>158</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*,

signifikan terhadap variabel dependen. Rumus F hitung adalah sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

Keterangan:

K : Jumlah variabel Independen

N : Banyaknya sampel

R : Koefisien determinasi

Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak di uji adalah semua parameter dalam model sama dengan nol atau  $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3=0$ , artinya *servicescape*, variasi menu dan komunikasi interpersonal karyawan secara simultan tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis alternatif ( $H_a$ ), terdapat pengaruh dari variabel *servicescape*, variasi menu dan komunikasi interpersonal karyawan.

a. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan.

1) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka pernyataan  $H_0$  diterima dan sebaliknya pernyataan  $H_a$  ditolak.

2) Jika tingkat signifikan  $< 0,05$  maka pernyataan  $H_0$  ditolak dan sebaliknya pernyataan  $H_a$  diterima.

b. Dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$

1) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, sebaliknya  $H_a$  ditolak.

2) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, sebaliknya  $H_a$  diterima.<sup>159</sup>

#### 4. Uji koefisien Regresi secara parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian yang digunakan untuk memperoleh informasi apakah dalam model regresi variabel *servicescape*, variasi menu dan komunikasi interpersonal karyawan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Uji t dapat diketahui melalui persamaan sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan :

$b_i$  : Koefisien regresi variabel

$S_{b_i}$  : Standarat eror variabel

Pengujian pada uji t berada pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Apabila menggunakan nilai probabilitas signifikan.

---

<sup>159</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, 67.

- 1) Jika tingkat signifikan  $>0,05$  maka dapat dipastikan bahwa  $H_0$  diterima, sebaliknya  $H_a$  ditolak.
  - 2) Jika tingkat signifikan  $<0,05$  maka dapat dipastikan bahwa  $H_0$  ditolak, sebaliknya  $H_a$  diterima.
- b. Apabila membandingkan t hitung dengan t tabel
- 1) Jika t hitung  $\leq$  t tabel, maka pernyataan  $H_0$  diterima dan sebaliknya pernyataan  $H_a$  ditolak.
  - 2) Jika t hitung  $\geq$  t tabel, maka pernyataan  $H_0$  ditolak dan sebaliknya pernyataan  $H_a$  diterima .

Sehingga hipotesis yang sudah diajukan pada waktu penelitian dirumuskan sebagai berikut:

- 1)  $H_{a1} : \beta_1 \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang bernilai positif dari variabel independen *servicescape* terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan.
- 2)  $H_{a2} : \beta_2 \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang bernilai positif dari variabel independen variasi menu terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan.
- 3)  $H_{a3} : \beta_3 \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang bernilai positif dari variabel independen komunikasi interpersonal karyawan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan.<sup>160</sup>

---

<sup>160</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, 69.