

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis riset ini ialah *field research* atau studi lapangan, yakni riset dengan meneliti sebuah objek lebih mendalam, rinci, dan secara luas berdasarkan variabel-variabel yang akan diteliti. Penulis tidak hanya melakukan riset lapangan, tetapi didukung juga dengan *library research* atau studi kepustakaan, yang meliputi buku bacaan, karya tulis ilmiah, jurnal serta sumber lainnya.

Pendekatan riset ini berupa pendekatan kuantitatif, yakni riset yang berfokus pada analisis data numerik (angka) kemudian diolah menggunakan metodologi statistik.<sup>1</sup> Jenis penelitian kuantitatif ini menggunakan metode riset survei untuk memecahkan masalah dan menguji teori atau hipotesis. Umumnya, metode riset sosial yang digunakan ialah riset secara survei. Jenis risetnya ialah *explanatory research* yang juga dikenal sebagai penelitian *confirmatory research*, yakni penelitian yang menggunakan pengujian hipotesis guna memberikan penjelasan sebab akibat setiap variabel.<sup>2</sup>

Umumnya penelitian ini dilakukan guna membuat generalisasi hasil dari pengamatan yang terbatas atau sampel kecil ke kesimpulan yang berlaku luas untuk populasi. Dengan menggunakan kuesioner, penelitian ini dapat menjangkau banyak orang. Dalam penelitian ini akan ditentukan tujuan guna mengetahui pengaruh suasana kafe, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan etika bisnis Islami terhadap kepuasan pelanggan pada Zeito Kopi.

### B. Sumber Data Penelitian

Selaras dengan persoalan dalam riset ini, maka sumber data yang dikumpulkan diantara lain:<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2008), p. 11.

<sup>2</sup> Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu, 2017), p. 37.

<sup>3</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), p. 13.

1. Sumber data primer

Sumber data primer ialah data yang didapat langsung dari narasumber atau responden terpercaya. Data untuk penelitiannya berasal dari kuesioner yang di isikan oleh responden sebagai jawaban atas serangkaian pernyataan yang diajukan peneliti.

2. Sumber data skunder

Sumber data sekunder disebut juga dengan data pendukung yang didapat dari dokumen/laporan riset dari dinas atau instansi maupun sumber data lain yang menunjang. Penulis mengumpulkan bahan sekunder dari arsip, dokumen, buku-buku literatur, jurnal, maupun sumber pendukung terkait persoalan dalam riset ini. Data tersebut diperoleh dari dokumentasi, jurnal penelitian, literatur serta observasi selama di Zeito Kopi yang digunakan untuk mengumpulkan informasi ini.

### C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah sekelompok objek/subjek dengan atribut dan ciri khas tertentu yang menjadi sasaran riset. Jadi, populasi dapat berupa keseluruhan orang, benda alami dan sebagainya yang juga meliputi jumlah, dan sifatnya.<sup>4</sup> Populasi yang diambil di riset ini adalah para pelanggan yang berkunjung di zeito kopi yang tidak dapat diketahui secara pasti keseluruhannya.

2. Sampel

Sampel ialah representasi dari total dan sifat yang dipunyai oleh populasi tersebut. Peneliti mungkin tidak mampu menyelidiki seluruh populasi jika populasinya sangat besar, dikarenakan adanya beberapa keterbatasan. Akibatnya, peneliti mengambil sampel yang merupakan bagian dari populasi namun yang benar-benar representatif (mewakili) karena nantinya

---

<sup>4</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), p. 61.

hasil yang didapat dari sampel diterapkan untuk keseluruhan populasi.<sup>5</sup>

Penetapan sampel pada riset ini memakai teknik *Non Probability Sampling* dengan metode *purposive sampling*, yakni metode pemilihan sampel populasi yang dilakukan secara tidak acak dalam populasi itu tetapi menerapkan kriteria tertentu. Penelitian *infinite* atau penelitian yang populasinya belum terdeteksi secara tetap jumlahnya, maka pemilihan ukuran sampel yang peneliti gunakan ditentukan dengan merujuk pada rumus dibawah ini:<sup>6</sup>

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

- n = Jumlah Sampel  
 Z = Tingkat keyakinan dalam penentuan sampel (95% = 1,96)  
 p = peluang benar 50% = 0,5  
 q = peluang salah 50% = 0,5  
 e = *margin of error* = 0,10

Berdasarkan rumus tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa tingkat kesalahan maksimum dalam pengambilan sampel, yang ditetapkan sebesar 0,10. Dengan tingkat kepercayaan 95 persen, dan nilai Z adalah 1,95. Berikut ini adalah perhitungan dalam sampel ini:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96^2 (0,5)(0,5))}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Jadi, total sampel yang diperlukan dalam riset ini sebanyak 96,04, maka peneliti bulatkan

<sup>5</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, p. 62.

<sup>6</sup> Umi Narimawati, *Teori Dan Praktik Dengan Menggunakan SPSS 15* (Yogyakarta: Gava Media, 2008), p. 27.

menjadi menjadi 100 responden yang akan mewakili populasi yang ada. Sejalan pada metode pengumpulan data yang dipakai yakni teknik purposive sampling, maka responden riset ini diambil secara acak dari para pelanggan yang pernah berkunjung di Zeito Kopi, yang beragama Islam, dan yang bertempat tinggal di sekitar daerah pati dengan kriteria tertentu.

#### D. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian ialah segala sesuatu yang peneliti putuskan guna dipelajari dengan cara apa pun untuk mengumpulkan informasi dan mengembangkan kesimpulan. Selanjutnya Secara teori, variabel merupakan atribut seseorang atau benda yang bervariasi antara satu dengan yang lainnya.<sup>7</sup>

Penafsiran Variabel bebas, yang disebut variabel independen diartikan sebagai variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel terikat atau variabel dependen. Variabel independen dalam riset ini ialah *store atmosphere*, kualitas produk, kualitas pelayanan dan etika bisnis Islam yang disimbolkan dengan X. Variabel terikat yang juga disebut dengan variabel dependen ialah variabel yang mendapatkan pengaruh atau dihasilkan dari variabel bebas. Kepuasan pelanggan yang diibaratkan dengan Y dalam riset ini merupakan variabel dependen.<sup>8</sup>

#### E. Desain dan Definisi Operasional Variabel

##### 1. Desain operasional

Perlu dipahami unsur-unsur yang menjadi acuan dari sebuah riset yang didasarkan atas ciri khas variabel yang dapat diamati.<sup>9</sup> Sesuai dengan tata variabel penelitian, maka diperoleh definisi operasional sebagai berikut:

- a. *Store Atmosphere* ialah, perpaduan karakteristik fisik seperti *layout* tempat, arsitektur, music, warna,

<sup>7</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, pp. 2–3.

<sup>8</sup> Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, pp. 80-81.

<sup>9</sup> Masrukin, *Statistik Deskriptif Berbasis Komputer* (Kudus: Media Ilmu press, 2007), p. 5.

penerangan, tampilan, suhu, beserta aroma yang dimaksudkan guna memperoleh tanggapan emosional dan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada suatu produk.<sup>10</sup> Terdapat indikator pada *store atmosphere* yaitu *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display*. Pengukuran *store atmosphere* menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Febby Febriani (2021). Pada kuesioner yang telah disebarakan terbagi 4 kelompok pertanyaan dengan memakai skala likert 1-5, atas dasar standar sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.

- b. Kualitas Produk ialah kemampuan produk dalam memenuhi antara kebutuhan dan harapan pelanggan dari sifat dan ciri khas produk tersebut. Menurut Ratnasari dan Harti, menyatakan terdapat beberapa indikator kualitas produk yaitu penampilan, porsi, tekstur, aroma, tingkat kematangan dan cita rasa.<sup>11</sup> Pengukuran kualitas produk menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Agus Karjuni (2021). Pada kuesioner yang telah disebarakan terbagi 6 kelompok pertanyaan dengan memakai skala likert 1-5, atas dasar standar sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.
- c. Kualitas Pelayanan ialah situasi dinamis yang secara langsung terkait dengan produk, layanan jasa, SDM, proses, dan lingkungan yang dapat memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi dan harapan pelanggan pada kualitas layanan.<sup>12</sup> Terdapat indikator kualitas pelayanan yaitu *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsive* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Emphaty* (perhatian). Pengukuran kualitas

---

<sup>10</sup> Adiyath Randy dkk, 'Pengaruh Store Atmosphere Dan Product Quality Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rumah Makan Cah Ayu)', *E-Journal Equilibrium Manajemen*, 6.1 (2020), 41.

<sup>11</sup> Maghfirotur Rofi'ah, 'Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konumen Navila Cafe', *BIMA*, 2.2 (2020), 236.

<sup>12</sup> DR. Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, p.

pelayanan menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Agus Karjuni (2021). Pada kuesioner yang telah disebarakan terbagi 5 kelompok pertanyaan dengan memakai skala likert 1-5, atas dasar standar sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.

- d. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian atau konsekuensi membandingkan apa yang dialami dengan apa yang diharapkan.<sup>13</sup> Terdapat indikator kepuasan pelanggan yaitu kesesuaian harapan, berminat berkunjung kembali, nilai yang dirasakan, kualitas yang dirasakan dan kesediaan merekomendasikan. Pengukuran kepuasan pelanggan menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Febby Febriani (2021). Pada kuesioner yang telah disebarakan terbagi 6 kelompok pertanyaan dengan memakai skala likert 1-5, atas dasar standar sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.

## 2. Skala pengukuran

Tahap untuk menetapkan jumlah orang dalam populasi dan sampel yang berkepentingan dengan masalah tersebut disebut skala pengukuran. Peneliti harus mengetahui jenis skala pengukuran sebelum menyusun instrumen penelitian.<sup>14</sup>

Variabel pada penelitian kali ini diukur dengan menggunakan skala likert, yakni alat pengukur untuk menentukan sikap, pandangan, dan persepsi subjek. Skala Likert memiliki lima poin dengan interval yang sama. Penjabaran variabel akan dikuantifikasi (diukur) sebagai indikator variabel dengan menggunakan skala Likert. Tanggapan skala likert untuk setiap item pertanyaan memiliki rentang nilai mulai dari 1-5 yang dijabarkan sebagai berikut:

---

<sup>13</sup> Adiyath Randy dkk, 'Pengaruh Store Atmosphere Dana Product Quality Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rumah Makan Cah Ayu)', *E-Journal Equilibrium Manajemen*, 6.1 (2020), 41.

<sup>14</sup> Winarno, *Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Olahraga* (Malang: UM Press, 2011), p. 46.

- a.) Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
- b.) Tidak Setuju (TS) = 2
- c.) Netral (N) = 3
- d.) Setuju (S) = 4
- e.) Sangat Setuju (SS) = 5

## F. Teknik Pengumpulan Data

Riset ini menggunakan metode kuesioner dan dokumentasi sebagai teknik mengumpulkan data.

### 1. Kuesioner

Kuesioner ialah metode pengakumulasian data dengan memberikan serangkaian pernyataan terkait persoalan variabel riset kepada responden untuk diberikan jawaban. Kuesioner ini termasuk teknik pengakumulasian data yang efektif apabila peneliti yakin akan apa yang dinilai dan apa yang diharapkan dari responden.<sup>15</sup> Pada penelitian ini penulis menggunakan menggunakan metode angket (kuesioner) sebagai teknik pengumpulan data.

Skala likert atau ordinal disusun dari pernyataan positif dan negatif, dengan bobot penilaian seperti terlihat pada tabel yang tercantum di bawah ini.

**Tabel 3.1**  
**Penyusunan Skala Likert**

Pilihan	Skala Negatif
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui komunikasi verbal guna memperoleh informasi dari sumber secara langsung, wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan dan jawaban secara verbal,

---

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), p. 142.

biasanya dilakukan dengan cara bertemu langsung maupun melalui alat komunikasi seperti telepon.<sup>16</sup>

### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data langsung dari lokasi penelitian, yang meliputi laporan kegiatan, foto-foto atau gambar, literatur, buku-buku yang relevan, serta data penelitian.

## G. Metode Analisis Data

### 1. Analisis statistik deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang dipakai untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau mengkarakterisasi data sampel atau populasi yang diperoleh sebagaimana adanya, tanpa tujuan untuk menarik kesimpulan yang luas atau membuat generalisasi. Penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, diagram lingkaran, dan piktogram termasuk dalam statistik deskriptif, dan juga meliputi perhitungan modus, median, dan mean, perhitungan penyebaran data menggunakan rata-rata dan standart deviasi, serta perhitungan presentase. Selain itu, dapat juga menggunakan analisis korelasi untuk menentukan kekuatan hubungan antar variabel, menggunakan analisis regresi untuk membuat prediksi, serta membandingkan rata-rata sampel atau data populasi untuk membuat perbandingan.<sup>17</sup>

### 2. Uji instrumen penelitian

Berikut ini teknik pengujian yang dilakukan untuk mengetahui reliabilitas dan validitas variabel yang diteliti:

#### a.) Uji validitas

Uji validitas adalah pernyataan guna menentukan apakah data dalam kuesioner dapat secara akurat menilai apa yang sedang diukur. Validitas mengacu pada seberapa jauh alat ukur

---

<sup>16</sup> Nurdin Ismail dan Hartati Sri, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), p. 178.

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 1998), pp. 164–65.

dapat menangkap informasi yang dicarinya. Jika peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data, kuesioner harus mengukur dengan tepat apa yang diklaim untuk dinilai.

Tipe validitas konstruk (*construct validity*) digunakan untuk menentukan validitas dengan membandingkan skor yang diperoleh untuk setiap item, yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan, dengan skor totalnya. Jumlah semua skor item disebut skor total. Hubungan antara skor item dan skor keseluruhan harus signifikan, menurut pengukuran statistik. Alat ukur dianggap valid jika skor dari semua item yang disusun dalam urutan dimensi ide dikaitkan dengan skor total atau keseluruhan. Rumus product moment digunakan dalam penelitian ini sebagai rumus korelasi, yaitu sebagai berikut:<sup>18</sup>

$$x = \frac{r}{\frac{\sqrt{1+r^2}}{N-2}}$$

Keterangan

r = r hitung

N = sampel

#### b.) Uji realibilitas

Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat seberapa konsisten temuan pengukuran bila dilakukan dua kali atau lebih untuk gejala yang sama dengan alat ukur yang sama.<sup>19</sup> Teknik *alpha cronbach* digunakan untuk mengetahui reliabilitas suatu instrumen penelitian. Jika koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ ) > 0,6, kriteria instrumen penelitian dianggap reliabel dengan menggunakan teknik ini.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 23* (Semarang: UNDIP, 2013), p. 53.

<sup>19</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), p. 87.

<sup>20</sup> Syofian Siregar, p. 90.

3. Uji Asumsi Klasik
  - a.) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menentukan ada tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Dalam model regresi yang layak, seharusnya tidak ada hubungan antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasikan, maka Variabel tidak akan membuat ortogonal dalam kasus ini. Variabel ortogonal adalah variabel independen dengan korelasi nol di antara mereka. Ada tidaknya gejala multikolinieritas dalam model regresi pada penelitian ini dapat dideteksi dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,10 tidak terdapat gejala multikolinieritas.<sup>21</sup>

- b.) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk melihat ada tidaknya hubungan antara *confounding error* (kesalahan pengganggu) pada periode  $t$  dan *error* pada periode  $t-1$  dalam model regresi linier. Bila ada korelasi, hal itu disebut sebagai masalah autokorelasi. Autokorelasi dapat terjadi sebagai akibat dari pengamatan berulang sepanjang waktu yang berkorelasi. Model tanpa autokorelasi disebut sebagai model regresi yang layak.<sup>22</sup>

Uji Durbin-Watson (uji DW) digunakan dalam penelitian autokorelasi ini. Pengujian ini hanya digunakan untuk autokorelasi level satu dan membutuhkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada tambahan variabel independen.

Berikut ini adalah kriteria untuk menentukan ada atau tidaknya autokorelasi:

---

<sup>21</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, p. 103.

<sup>22</sup> Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Undip, 2018): 111–112.

- 1.) Tidak ada autokorelasi jika nilai DW berada di antara batas atas atau Upper Bound ( $du$ ) dan  $(4-du)$  hingga koefisien autokorelasi sama dengan nol.
  - 2.) Autokorelasi positif jika nilai DW lebih kecil dari batas fundamental atau Batas Bawah ( $dl$ ) sampai koefisien autokorelasi lebih besar atau lebih kecil dari nol.
  - 3.) Autokorelasi negatif terjadi ketika nilai  $Dw$  lebih dari  $(4-dl)$  dan koefisien autokorelasi kurang dari nol.
  - 4.) Jika nilai DW berada di antara batas atas ( $du$ ) dan bawah ( $dl$ ), atau antara  $(4-du)$  dan  $(4-dl)$ , hasilnya tidak dapat disimpulkan.<sup>23</sup>
- c.) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menentukan apakah terdapat ketidaksesuaian *variance* antara residual satu pengamatan dan residual pengamatan lain dalam model regresi. Homoskedastisitas terjadi ketika *variance* antara residual satu pengamatan dan residual pengamatan lain tetap, sedangkan heteroskedastisitas terjadi ketika varians berbeda. Model regresi yang layak tidak terjadi Homoskedastisitas ataupun *heteroskedastisitas*. Karena kebanyakan data cross-sectional mengumpulkan data dengan ukuran yang beragam, seringkali berisi situasi heteroskedastisitas (kecil, sedang dan besar).

Pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah prediksi Y dan sumbu X adalah residual yang *di-studentized* (prediksi Y – Y nyata), hal itu digunakan untuk melihat ada atau tidak adanya heteroskedastisitas yang dapat dideteksi. Tidak akan terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi, apabila tidak ada pola yang terlihat jelas pada grafik dan

---

<sup>23</sup> Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Stain Kudus, 2009): 184.

titik-titik tersebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y.<sup>24</sup>

d.) Uji Normalitas

Tujuan dari Uji normalitas adalah guna menentukan apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi berdistribusi normal. Uji t dan f, seperti yang diketahui mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. apabila asumsi ini rusak atau dilanggar, alhasil uji statistik pada jumlah ukuran sampel yang kecil menjadi tidak valid.<sup>25</sup> Uji normalitas dapat menentukan apakah distribusi data mengikuti arah atau mendekati distribusi normal, yang juga dikenal sebagai distribusi data berbentuk lonceng (*bell shaped*). Peneliti juga dapat menggunakan *normal probability plot* untuk melakukan uji normalitas, di mana garis yang menggambarkan data sebenarnya akan mengikuti garis diagonal.<sup>26</sup>

4. Analisis data

Peneliti menggunakan program SPSS untuk melakukan pengolahan data statistik yang merupakan alat untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh *store atmosphere*, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Uji regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini. Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk melihat seberapa kuat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Persamaan berikut menunjukkan uji regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = kepuasan pelanggan

X1 = store atmosphere

X2 = kualitas produk

---

<sup>24</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IMB SPSS 23*, pp. 134–35.

<sup>25</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IMB SPSS 23*, p. 154.

<sup>26</sup> Masrukin, *Statistik Inferensial* (Kudus: Media Ilmu press, 2008), p. 61.

X3 = kualitas pelayanan

X4 = etika bisnis Islam

a = konstanta

e = standart error

## 5. Pengujian Hipotesis

### a. Uji koefisien determinan ( $R^2$ )

Uji koefisien determinan ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi memiliki nilai nol atau satu. Nilai yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen untuk menjelaskan fluktuasi variabel dependen sangat terbatas. Skor mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk menjelaskan fluktuasi variabel dependen. Karena perubahan besar antara setiap pengamatan, koefisien determinasi untuk data *cross-sectional* biasanya rendah, sedangkan data deret waktu atau *time series* memiliki koefisien determinasi yang tinggi.<sup>27</sup>

### b. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Tujuan dari Uji F simultan digunakan untuk melihat apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen bila diterapkan secara bersama-sama. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau  $H_0: \beta_1, \beta_2 = 0$  artinya adalah *store atmosphere*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis alternatif ( $H_a$ ), ada pengaruh *store atmosphere* kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dengan ketentuan yaitu:<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2016), p. 87.

<sup>28</sup> Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Jakarta: PT Buku Seru, 2010), p. 67.

1. Menggunakan nilai probabilitas signifikan
  - a.) Jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka  $H_0$  dapat diterima, jika tidak,  $H_a$  harus ditolak.
  - b.) Jika ambang batas signifikansi kurang dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  disetujui.
2. Membandingkan F hitung dengan F tabel
  - a.) Jika  $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima, sebaliknya  $H_a$  ditolak.
  - b.) Jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, sebaliknya  $H_a$  diterima.
- c. Uji hipotesis secara parsial (Uji t)
 

Uji-t yang juga dikenal sebagai uji parsial, digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas dalam model regresi (*store atmosphere*, Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Pengujian ini dilakukan dengan uji-t dengan tingkat kepercayaan 95% dan ketentuan sebagai berikut:<sup>29</sup>

  - 1.) Menggunakan nilai probabilitas signifikan.
    - a.) Jika tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan  $H_0$  diterima, sebaliknya  $H_a$  ditolak.
    - b.) Jika tingkat signifikan lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, sebaliknya  $H_a$  diterima.
  - 2.) Membandingkan t hitung dengan t tabel
    - a.) Jika  $t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung}$ , maka  $H_0$  diterima, sebaliknya  $H_a$  ditolak.
    - b.) Jika  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak, sebaliknya  $H_a$  diterima.

Hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut:

---

<sup>29</sup> Duwi Prayitno, p. 69.

- 1.) Ha1:  $\beta_1 \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh positif *store atmosphere* (suasana toko) terhadap kepuasan pelanggan
- 2.) Ha2:  $\beta_2 \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan
- 3.) Ha3:  $\beta_3 \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

