

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis pelaksanaan program *dining atmospherics* di Kampung Daun *Culture Gallery & Cafe* dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Adapun objek penelitian terdiri dari dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y. Menurut Sugiyono (2012:58) variabel adalah sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain”

Sugiyono (2012:59) mengartikan variabel *independent* atau variabel bebas sebagai variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Variabel bebas atau *independent variable* (X) yaitu *dining atmospherics* yang terdiri dari beberapa dimensi yaitu *atmospherics*, *service quality*, dan *food quality*. Sedangkan variabel terikat menurut Sugiyono (2012:59) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat atau *dependent variable* Y yaitu keputusan pembelian yang dimensi-dimensinya terdiri dari pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pembelian, pemilihan waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran.

Ratri Septianingtyas, 2014

Pengaruh Dining Atmospherics Terhadap Keputusan Pembelian Di Kampung Daun Culture Gallery & Cafe
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Penelitian ini dilakukan di Kampung Daun *Culture Gallery & Cafe* dengan unit analisisnya yaitu konsumen yang melakukan pembelian di Kampung Daun *Culture Gallery & Cafe*. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*, Sugiyono (2012:6) mengemukakan bahwa *Cross Sectional Methode* adalah “Metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang”. Penelitian ini difokuskan pada penelitian tentang pengaruh *Dining Atmospherics* terhadap Keputusan Pembelian di Kampung Daun *Culture Gallery & Cafe*.

3.2 Metodologi Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metodologi yang Digunakan

3.2.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2012:53) penelitian deskriptif adalah “Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri baik satu variabel atau lebih variabel yang berdiri sendiri tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan variabel satu sama lain”.

Selain penelitian deskriptif, penelitian ini juga menggunakan penelitian verifikatif. Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2012:54) yaitu, “Penelitian yang

membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda”. Penelitian verifikatif bertujuan untuk memperoleh kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Dalam penelitian ini akan di uji mengenai *dining atmospherics* terhadap keputusan pembelian di Kampung Daun *Culture Gallery & Cafe*.

3.2.1.2 Metode yang digunakan

Berdasarkan jenis penelitiannya, yaitu deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *explanatory survey*.

Menurut Sugiyono (2012:11) menyatakan bahwa:

Metode *explanatory survey* adalah penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, *test*, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini meliputi dua variabel inti yang diukur. Variable bebas (*independen variable*) yang diteliti adalah *dining atmospherics* (X) yang memiliki sub variabel yaitu *atmospherics* ($X_{1.1}$), *service quality* ($X_{1.2}$), dan *food quality* ($X_{1.3}$).

Sedangkan variabel keputusan pembelian disebut variabel terikat (Y) yang terdiri dari pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pembelian, waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran. Adapun operasional variabel-

variabel tersebut dijelaskan pada Tabel 3.1 tentang operasionalisasi variabel penelitian sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Dining Atmospherics (X)	<i>Dining Atmospherics</i> adalah Lingkungan makan yang dapat mempengaruhi perasaan dan emosi konsumen, sehingga <i>atmospherics</i> , <i>service</i> dan <i>food</i> dapat menjadi bagian penting dari pengalaman bersantap konsumen di sebuah restoran. (Ha & Jang, 2012:204).				
Atmospherics (X_{1.1})	Lingkungan fisik yang disebut sebagai <i>atmospherics</i> telah dianggap sebagai komponen penting dalam manajemen pelayanan di restoran karena respon emosional konsumen terhadap lingkungan jasa berkaitan dengan perilaku keputusan pembelian. (Ha & Jang, 2012:205).	<i>Ambient Factor</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian suasana di Kampung Daun • Tingkat kebersihan tempat di Kampung Daun • Tingkat kemenarikan <i>music</i> di Kampung Daun 	Ordinal	III A.1
		<i>Design Factor</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian tata letak/<i>layout</i> di Kampung Daun • Tingkat kemenarikan <i>furniture</i> di Kampung Daun • Tingkat kenyamanan desain interior restoran 		III A.2
		<i>Social Factor</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian penampilan karyawan di Kampung Daun • Tingkat interaksi sosial di Kampung Daun 		III A.3
Service Quality (X_{1.2})	<i>Service Quality</i> adalah interaksi antara konsumen dan	<i>Reliability</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketepatan pelayan dalam 	Ordinal	III A.4
					III A.5
					III A.6
					III A.7
					III A.8
					III A.9

Ratri Septianingtyas, 2014

Pengaruh Dining Atmospherics Terhadap Keputusan Pembelian Di Kampung Daun Culture Gallery & Cafe
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

<p>penyedia layanan, yang mempengaruhi evaluasi konsumen tentang pelayanan selama kegiatan makan berlangsung sampai selesai. Hubungan antar konsumen dengan pelayan merupakan komponen penting bagi konsumen dalam mengevaluasi pengalaman kualitas layanan selama di restoran. (Ha & Jang, 2012:206).</p>	<p>menyajikan makanan yang dipesan konsumen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Konsistensi pelayan dalam melayani konsumen • Tingkat kepedulian pelayan terhadap penyelesaian masalah dengan konsumen • Tingkat kejelasan pelayan dalam memberikan informasi harga makanan kepada konsumen 	<p>III B.10</p> <p>III B.11</p> <p>III B.12</p>
	<p><i>Responsiveness</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesiapan pelayan dalam menjawab pertanyaan dari konsumen • Tingkat kesigapan pelayan dalam memenuhi permintaan konsumen • Tingkat ketersediaan karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen • Tingkat kecepatan pelayan dalam menyelesaikan masalah konsumen 	<p>III B.13</p> <p>III B.14</p> <p>III B.15</p> <p>III B.16</p>
	<p><i>Assurance</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepercayaan konsumen terhadap pelayan dalam melayani secara tepat waktu • Tingkat keamanan selama berada di Kampung Daun • Tingkat kesopanan pelayan dalam melayani konsumen • Tingkat kepastian pelayan dalam memberikan pelayanan prima kepada konsumen 	<p>III B.17</p> <p>III B.18</p> <p>III B.19</p> <p>III B.20</p>

Food Quality (X _{1.3})	<i>Food Quality</i> yang ditawarkan dapat ditentukan berdasarkan cita rasa, porsi menu, variasi menu dan pilihan makanan sehat. (Ha & Jang, 2012:207).	<i>Taste</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat cita rasa masakan di Kampung Daun 	Ordinal	III B.21
		<i>Food Portion</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian porsi makanan yang di tawarkan kepada konsumen di Kampung Daun • Tingkat kemenarikan penyajian masakan di Kampung Daun 		III C.22
		<i>Menu Variety</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemenarikan variasi menu di Kampung Daun • Tingkat kemenarikan paket promo di Kampung Daun 		III C.23
		<i>Healthy Food Options</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keberagaman menu makanan sehat di Kampung Daun • Tingkat kemenarikan penawaran menu makanan yang sehat di Kampung Daun 		III C.24
					III C.25
					III C.26
					III C.27
Keputusan Pembelian (Y)	Suatu keputusan yang dilakukan oleh kebudayaan, kelas sosial, keluarga dan referensi group yang akan membentuk sikap pada diri individu kemudian melakukan pembelian. Kotler and Keller (2012:193)				
.	Konsumen dapat mengambil keputusan pembelian suatu produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini, perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli suatu produk serta alternatif lain yang mereka pertimbangkan. Kotler and Keller (2012:193)	Pemilihan Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pelayanan yang diberikan • Tingkat keunggulan suasana makan yang ditawarkan oleh restoran 	Ordinal	IV A.28
					IV A.29

	<p>Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini, perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen harus memilih sebuah merek dalam melakukan pembeliannya merek yang sudah dikenal memiliki nama akan memudahkan konsumen dalam mengambil keputusannya. Kotler and Keller (2012:193)</p>	Pilihan merek	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkatan kemenarikan nama dari Kampung Daun • Tingkatan kepopuleran merek • Tingkatan keunikan merek 	Ordinal	<p>IV B.30</p> <p>IV B.31</p> <p>IV B.32</p>
	<p>Konsumen harus mengambil keputusan tentang pemasok mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan Kotler and Keller (2012:193)</p>	Pilihan Saluran Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan transportasi dalam menjangkau Kampung Daun • Tingkat kestrategisan letak Kampung Daun • Tingkat Kejelasan informasi seperti petunjuk arah, papan reklame dan brosur 	Ordinal	<p>IV B.33</p> <p>IV C.34</p> <p>IV C.35</p>
	<p>Keputusan konsumen dalam pemilihan pembelian bisa berbeda-beda misalnya: ada yang membeli tiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali atau dua bulan sekali disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhannya. Kotler and Keller (2012:193)</p>	Penentuan waktu pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemenarikan pembelian pada saat <i>weekend/holiday</i> • Tingkat kemenarikan pembelian pada saat <i>weekdays</i> • Tingkat kemenarikan pembelian berdasarkan program promosi yang ditawarkan • Tingkat Ketertarikan pembeli mengunjungi Kampung Daun pada siang hari • Tingkat Ketertarikan pembeli mengunjungi Kampung Daun pada malam hari 	Ordinal	<p>IV D.36</p> <p>IV D.37</p> <p>IV D.38</p> <p>IV D.39</p> <p>IV D.40</p>
	<p>Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa</p>	Jumlah pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat frekuensi pembelian di Kampung 	Ordinal	IV E.41

	banyak produk yang akan dibeli, pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Kotler and Keller (2012:193)		<ul style="list-style-type: none"> • Daun dalam satu tahun • Tingkat lamanya berkunjung di Kampung Daun dalam satu kali pembelian 		IV E.42
	Konsumen dapat mengambil keputusan mengenai metode pembayaran yang akan mereka pilih pada saat membeli suatu produk apakah secara tunai atau kredit maupun melalui perantara ketiga seperti akun bank Kotler and Keller (2012:193)	Metode Pembayaran	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan dalam melakukan pembayaran • Tingkat keberagaman alat pembayaran • Tingkat ketertarikan tamu menggunakan metode pembayaran tunai 	Ordinal	IV F.43 IV F.44 IV F.45

Sumber: Hasil pengolahan data, 2013

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data yang diperlukan untuk penelitian. Berdasarkan sumbernya, sumber data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data primer yang didapat secara langsung dan data sekunder yang didapat secara tidak langsung.

1. Sumber data primer, menurut Husein Umar (2009:42) mengemukakan “data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”. Dengan kata lain data primer diperoleh secara langsung.

Ratri Septianingtyas, 2014

Pengaruh Dining Atmospherics Terhadap Keputusan Pembelian Di Kampung Daun Culture Gallery & Cafe
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah seluruh data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan atau konsumen yang menjadi populasi di Kampung Daun *Culture Gallery & Cafe*.

2. Sumber data skunder, menurut Husein Umar (2009:42) mengemukakan “data skunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram.

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data skunder adalah data yang diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai internet websites, literatur artikel, jurnal ilmiah, serta situs internet yang berkenaan dengan objek penelitian ini.

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Didalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data tersebut digunakan untuk mengambil keputusan untuk menguji hipotesis.

Menurut Sugiyono (2012:115), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Kampung Daun *Culture Gallery & Cafe* Kota Bandung selama tahun 2012 sebanyak 244.569 konsumen.

3.2.4.2 Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian saja dari objek yang ditentukan. Sebagaimana pengertian sampel menurut para ahli yaitu:

1. Sugiyono (2012:116) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”.
2. Suharismi Arikunto (2010:131) “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”.
3. Naresh K. Malhotra (2009:364) “Sampel adalah sub-kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi”.

Berdasarkan kutipan diatas mengatakan bahwa sampel merupakan sebagian dari individu yang memiliki karakteristik tertentu untuk mewakili seluruh populasi

yang diamati. Berdasarkan sampel diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian.

Dalam menentukan ukuran sampel (n) dan populasi (N), maka penelitian ini menggunakan rumus sampel Slovin (Husein Umar, 2009:65) yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan:

- n = ukuran sampel
- N = ukuran populasi
- e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditoleransi, misalnya 10%

Perhitungan jumlah yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$\begin{aligned} n &= \frac{244.569}{1 + 244.569 \times 0,1^2} \\ &= 99,95 \sim 100 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan di atas, diperoleh hasil sampel sebesar 99,95 tetapi untuk jaminan keakuratan, sebaiknya sampel ditambah sedikit lebih banyak dari jumlah matematikannya. Berdasarkan ukuran sampel (n) minimal, maka dalam penelitian ini ditetapkan ukuran sampel (n) sebanyak 100 responden agar lebih representatif.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Ratri Septianingtyas, 2014

Pengaruh Dining Atmospherics Terhadap Keputusan Pembelian Di Kampung Daun Culture Gallery & Cafe
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2012:116) teknik sampling ada dua jenis yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik yang memberikan kesempatan yang sama kepada seluruh anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel. Sedangkan *nonprobability sampling* yaitu tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel.

Menurut Ulber Silalahi (2006:236) mengemukakan bahwa:

Pemilihan sampel atau penarikan sampel (*sampling*) diartikan sebagai proses memilih sejumlah unit atau elemen subjek dari dan yang mewakili populasi untuk dipelajari yang dengannya dapat dibuat generalisasi atau inferensi tentang karakteristik dari satu populasi yang diwakili.

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *systematic random sampling* adalah teknik yang digunakan apabila populasi mempunyai anggota homogen dan berstrata secara proposional. Populasi dalam penelitian ini adalah populasi bergerak (*mobile population*). Langkah-langkah teknik penarikan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah konsumen yang melakukan pembelian di Kampung Daun.
2. Tentukan sebuah tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah pintu masuk Kampung Daun

3. Tentukan waktu yang digunakan untuk menentukan sampling, dalam penelitian ini waktu yang digunakan oleh penelitian adalah 10.00 – 17.00 wib
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *checkpoint*
5. Uji coba kuesioner kepada responden.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012:193), “Teknik pengumpulan data adalah suatu usaha untuk memperoleh data dengan menggunakan metode yang telah ditentukan”. Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan objek yang sedang diteliti dan diharapkan dapat menunjang penelitian, penulis melakukan pengumpulan data dengan cara:

1. Wawancara adalah kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara melakukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian. Teknik wawancara dilakukan dengan maksud untuk mendapat informasi langsung dari responden. Responden dalam penelitian ini yaitu konsumen di Kampung Daun *Culture Gallery & Cafe*.
2. Observasi merupakan metode pengumpulan data primer mengenai perilaku manusia serta berbagai fenomena kegiatan bisnis tanpa mengajukan pertanyaan atau interaksi dengan individu-individu yang diteliti. Observasi ini dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti yaitu di Kampung Daun *Culture Gallery & Cafe*, khususnya program *dining atmospherics* yang dilakukan oleh Kampung Daun *Culture Gallery & Cafe*.

3. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden mengenai *dining atmospherics* dan keputusan pembelian. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang sedang diteliti dengan cara mencari informasi dari sumber langsung melalui pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pada selebaran kertas kepada responden. Setelah diisi oleh responden, pertanyaan tersebut di kumpulkan dan setelah itu dikaji untuk menjadi sebuah data yang riil.
4. Studi literatur berupa usaha pengumpulan informasi yang berkaitan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari *dining atmospherics* dan keputusan pembelian. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang berkaitan dengan penelitian.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Di dalam penelitian ini, data mempunyai kedudukan penting dalam penelitian karena data merupakan penggambaran dari variabel yang diteliti, dan mempunyai fungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu mutu hasil penelitian ditentukan oleh benar tidaknya atau kevalidan data. Sugiyono (2012:172) mengatakan bahwa “Suatu instrumen yang valid menggunakan alat ukur yang memiliki kevalidan yang benar”. Peneliti harus berhati-hati dalam menyusun instrumen, mulai dari penyusunan

variabel, pemecahan subvariabel dan penyusunan butir-butir pertanyaan yang akan diajukan.

Sugiyono (2012:176) mengemukakan bahwa “Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk. yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Adapun rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson, sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Sumber : Sugiyono (2012:249)

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi *product moment*

Ratri Septianingtyas, 2014

Pengaruh Dining Atmospherics Terhadap Keputusan Pembelian Di Kampung Daun Culture Gallery & Cafe
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- n = Jumlah sampel
 \sum = Kuadrat faktor variabel X
 $\sum X^2$ = Kuadrat faktor variabel X
 $\sum Y^2$ = Kuadrat faktor variabel Y
 $\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variable X dan Y

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas dari variabel *dining atmospherics* melalui *atmospherics*, *service quality* dan *food quality* sebagai instrument variabel (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel (Y). Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistics 20 for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistics 20 for windows*, diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti pada Tabel 3.2 berikut ini

TABEL 3.2
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
<i>DINING ATMOSPHERICS (X)</i>				
<i>Atmospherics (X1)</i>				

Ratri Septianingtyas, 2014

Pengaruh Dining Atmospherics Terhadap Keputusan Pembelian Di Kampung Daun Culture Gallery & Cafe
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1.	Kesesuaian suasana	0,791	0,374	Valid
2.	Kebersihan tempat di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,783	0,374	Valid
3.	Kemenarikan <i>music</i> yang dimainkan di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,702	0,374	Valid
4.	Kesesuaian tata letak/ <i>layout</i> di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,532	0,374	Valid
5.	Kemenarikan <i>furniture</i> di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,822	0,374	Valid
6.	Kenyamanan tempat makan (saung) di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,627	0,374	Valid
7.	Kesesuaian penampilan karyawan di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,655	0,374	Valid
8.	Interaksi sosial di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,403	0,374	Valid
Service Quality (X2)				
9.	Ketetapan pelayan dalam menyajikan makanan yang dipesan oleh konsumen	0,729	0,374	Valid
10.	Konsistensi pelayan dalam melayani konsumen di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,745	0,374	Valid
11.	Kepedulian pelayan terhadap penyelesaian masalah dengan konsumen	0,844	0,374	Valid
12.	Kejelasan pelayan dalam memberikan informasi harga makanan kepada konsumen	0,771	0,374	Valid
13.	Kesiapan pelayan dalam menjawab pertanyaan dari konsumen	0,696	0,374	Valid
14.	Kesigapan pelayan dalam memenuhi permintaan konsumen	0,746	0,374	Valid
15.	Kebersediaan karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen	0,821	0,374	Valid
16.	Kecepatan pelayan dalam menyelesaikan masalah konsumen	0,781	0,374	Valid
17.	Kepercayaan konsumen terhadap pelayan dalam melayani secara tepat waktu	0,688	0,374	Valid
18.	Keamanan selama berada di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,589	0,374	Valid
19.	Kesopanan pelayan dalam melayani konsumen	0,594	0,374	Valid
20.	Kepastian pelayan dalam memberikan	0,853	0,374	Valid

Ratri Septianingtyas, 2014

Pengaruh Dining Atmospherics Terhadap Keputusan Pembelian Di Kampung Daun Culture Gallery & Cafe
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	pelayanan prima kepada konsumen			
Food Quality (X3)				
21.	Citra rasa masakan di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Café</i>	0,524	0,374	Valid
22.	Kesesuaian porsi makanan yang di tawarkan kepada konsumen di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,693	0,374	Valid
23.	Kemenarikan penyajian masakan di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Café</i>	0,696	0,374	Valid
24.	Kemenarikan variasi menu di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,643	0,374	Valid
25.	Kemenarikan paket promo di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,775	0,374	Valid
26.	Keberagaman menu makanan sehat di Kampung Daun	0,799	0,374	Valid
27.	Kemenarikan penawaran menu makanan yang sehat di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,715	0,374	Valid
Keputusan Pembelian (Y)				
Pemilihan Produk (Y1)				
28.	Pelayanan yang diberikan oleh Kampung Daun	0,936	0,374	Valid
29.	Tingkat keunggulan suasana makan yang ditawarkan restoran	0,951	0,374	Valid
Pemilihan Merek (Y2)				
30.	Kemenarikan nama dari Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,893	0,374	Valid
31.	Kepopuleran merek Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,861	0,374	Valid
32.	Keunikan merek Kampung Daun	0,575	0,374	Valid
Pemilihan Saluran Pembelian (Y3)				
33.	Kemudahan transportasi dalam menjangkau Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,837	0,374	Valid
34.	Kestrategisan letak Kampung Daun	0,797	0,374	Valid
35.	Tingkat kejelasan informasi seperti petunjuk arah, billboard, dan brosur menuju Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i>	0,709	0,374	Valid
Penentuan Waktu Pembelian (Y4)				
36.	Kemenarikan pembelian pada saat <i>weekend/holiday</i>	0,575	0,374	Valid
37.	Kemenarikan pembelian pada saat <i>weekdays</i>	0,485	0,374	Valid

38.	Kemenarikan pembelian berdasarkan program promosi yang ditawarkan	0,756	0,374	Valid
39.	Ketertarikan pembeli mengunjungi Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i> pada siang hari	0,765	0,374	Valid
40.	Ketertarikan pembeli mengunjungi Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i> pada malam hari	0,678	0,374	Valid
Jumlah Pembelian (Y5)				
41.	Frekuensi pembelian di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i> dalam satu tahun	0,802	0,374	Valid
42.	Lamanya berkunjung di Kampung Daun <i>Culture Gallery & Cafe</i> dalam satu kali pembelian	0,678	0,374	Valid
Metode Pembayaran (Y6)				
43.	Kemudahan dalam melakukan pembayaran.	0,916	0,374	Valid
44.	Kebragaman alat pembayaran	0,806	0,374	Valid
45.	Ketertarikan tamu menggunakan metode pembayaran tunai	0,778	0,374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2014

Tabel 3.2 dengan hasil pengujian validitas di atas menunjukkan bahwa keseluruhan item pertanyaan yang berjumlah 45 pertanyaan dapat dikatakan valid karena nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu sebesar 0,374 pada derajat kebebasan ($df = n-2$) dengan responden sebanyak 100 responden.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran untuk menentukan suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data. Suharsimi Arikunto (2009:145) menyatakan bahwa reliabilitas menunjukkan tingkat keterandaian tertentu.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Rumus yang dipergunakan adalah *alpha*

Ratri Septianingtyas, 2014

Pengaruh Dining Atmospherics Terhadap Keputusan Pembelian Di Kampung Daun Culture Gallery & Cafe
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Cronbach's alpha (α), karena instrumen dari penelitian ini menggunakan rentangan beberapa nilai dengan rentang skala likert 1 sampai 5. Menurut Asep Hermawan (2009:134), “Skala likert merupakan skala yang mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang terhadap serangkaian pernyataan berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu obyek tertentu”. Rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Sumber : Husen Umar (2009:170)

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ($\sum \sigma^2$) sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Sumber: Husen Umar (2009:170)

Ratri Septianingtyas, 2014

Pengaruh Dining Atmospherics Terhadap Keputusan Pembelian Di Kampung Daun Culture Gallery & Cafe
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keterangan:

n = jumlah sampel

σ = nilai varians

x = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan SPSS *Statistics* 20 dapat diketahui jika koefisien internal seluruh item $C\alpha_{hitung} \geq C\alpha_{minimal}$ dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel karena $C\alpha_{hitung} \geq 0,700$. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistics* 20 for windows diperoleh hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS *DINING ATMOSPHERICS* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Variabel	$C\alpha_{hitung}$	$C\alpha_{minimal}$	Kesimpulan
1	<i>Dining Atmospherics</i>	0,769	0,700	Reliabel
2	Keputusan Pembelian	0,804	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data, 2014

3.2.7 Teknik Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian.

1. Analisis data deskriptif mengenai *dining atmospherics* di Kampung Daun *Culture Galerry & Cafe* yang melalui 3 dimensi yaitu *atmospherics*, *service quality* dan *food quality*.

2. Analisis data deskriptif mengenai keputusan pembelian di Kampung Daun *Culture Galerry & Cafe*.

3.2.7.2 Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono, 2010:277). Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

(Sumber: Sugiyono, 2010:270)

Keterangan:

a = konstanta

b = koefisien regresi

Y = Variabel *dependent* (variabel terikat)

X = Variabel *independent* (variabel bebas)

1. Uji Asumsi Regresi

a. Analisi Korelasi

Analisi Korelasi merupakan teknik analisis yang termasuk dalam salah satu teknik pengukuran asosiasi/hubungan (*measures of association*) yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel. Koefisien korelasi dan koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kesetaraan hubungan dan seberapa

Ratri Septianingtyas, 2014

Pengaruh Dining Atmospherics Terhadap Keputusan Pembelian Di Kampung Daun Culture Gallery & Cafe
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

besar kontribusi variabel X. Untuk dapat memberi nilai interpretasi mengenai besarnya koefisien antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) maka dapat dilihat pada tabel interpretasi koefisien korelasi berikut:

TABEL 3.4
INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2010:250).

b. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besar kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r^2). Rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Sumber: Buchari Alma (2007:81)

Keterangan:

KP = Nilai Koefisien Determinasi

r = Nilai Koefisien Korelasi

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Ratri Septianingtyas, 2014

Pengaruh Dining Atmospherics Terhadap Keputusan Pembelian Di Kampung Daun Culture Gallery & Cafe
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel independen dengan variabel dependen, yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. $H_0 : p = 0$, tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari program *dining atmospherics* yang memiliki sub variabel *atmospherics*, *service quality* dan *food quality*, terhadap keputusan pembelian di Kampung Daun.
2. $H_a : p \neq 0$, terdapat pengaruh yang signifikan dari program *dining atmospherics* yang memiliki sub variabel *atmospherics*, *service quality* dan *food quality*, terhadap keputusan pembelian di Kampung Daun.