

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah *servicescape* sebagai variabel bebas “X” atau independen dan kepuasan pelanggan sebagai variabel Y atau dependen. Menurut Sugiyono (2011:61), variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Penelitian ini dilakukan kepada pelanggan/pasien *PT. X*. Oleh karena itu akan diteliti gambaran *servicescape* di *PT. X*, gambaran kepuasan pelanggan pada pasien *PT. X*, dan pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan di *PT. X*.

3.2 Metode dan desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono 2007:29).

Penelitian deskriptif ini dilakukan untuk dapat menghasilkan gambaran data mengenai *servicescape* dan kepuasan pelanggan yang diperoleh dari pasien *PT. X*. Penelitian lain yang dilakukan adalah verifikatif. Penelitian verifikatif akan menguji suatu kebenaran melalui sebuah proses pengumpulan data yang dilakukan dilapangan, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian deskriptif dan verifikatif dilakukan sebuah metode. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah *explanator survey*. *Explanator survey* adalah sebuah survei yang dipakai untuk menjelaskan sebab akibat antar variabel-variabel yang diteliti. Metode survei ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner dilapangan serta melakukan wawancara kepada responden secara langsung untuk mendapatkan fakta yang benar yang berhubungan dengan sebab-akibat dan hipotesis penelitian.

3.2.2 Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2010) desain penelitian adalah keseluruhan dari perencanaan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan untuk mengantisipasi beberapa kesulitan yang mungkin timbul selama proses penelitian. Karena desain penelitian merupakan strategi untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk keperluan pengujian hipotesis atau untuk menjawab pertanyaan penelitian sebagai alat pengontrol variabel yang berpengaruh didalam penelitian.

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausal. Desain penelitian kausal digunakan

untuk membuktikan hubungan sebab dan akibat antara variabel. Karena dalam penelitian ini untuk mengetahui variabel pengaruh (variabel independen) dan variabel variabel terpengaruh (variable dependen).

3.3 Operasionalisasi Variabel

Dalam sebuah penelitian pasti menginginkan konsep penelitian yang sistematis dan mudah dimengerti. Oleh karena itu, dalam penelitian tersebut harus dioperasionalkan dengan cara mengubahnya kedalam bentuk variabel agar tidak terjadi kesalahan data. Pada penelitian ini variabel X adalah *servicescape* dan variabel Y adalah kepuasan pelanggan. Hal tersebut dipercaya agar peneliti agar dapat dengan mudah menarik sebuah kesimpulan dari penelitian tersebut. Operasional variabel dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh pengukuran variabel-variabel penelitian. Berikut adalah uraian operasionalisasi variabel dari beberapa variabel X dan Y

Tabel 3.1
Oprasional Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
1	2	3	4	5
<i>Servicescape (X)</i>	<i>Servicescape</i> adalah secara keseluruhan lingkungan fisik yang menyenangkan Hightower, Jr (2010: 80)			
		<p><i>Ambient Dimension</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kebersihan pada lingkungan layanan di <i>PT. X</i> - Kesesuaian temperatur suhu udara yang dirasakan di <i>PT. X</i> - Pencahayaan pada lingkungan layanan <i>PT. X</i> 	<ul style="list-style-type: none"> -Tingkat kebersihan pada lingkungan layanan di <i>PT. X</i> -Tingkat kesesuaian temperatur suhu udara yang dirasakan di <i>PT. X</i> -Tingkat pencahayaan pada lingkungan layanan <i>PT. X</i> 	<p><i>Ordinal</i></p> <p><i>Ordinal</i></p> <p><i>Ordinal</i></p>
		<p><i>Social Dimension</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Keinginan pegawai untuk menolong pasien - Empati pegawai -Keramahan pegawai 	<ul style="list-style-type: none"> -Tingkat keinginan pegawai untuk menolong pasien -Tingkat empati pegawai - Tingkat keramahan pegawai 	<p><i>Ordinal</i></p> <p><i>Ordinal</i></p> <p><i>Ordinal</i></p>

		<p><i>Design Dimension</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fungsional <ul style="list-style-type: none"> - Keindahan <i>layout interior</i> di <i>PT. X</i> - Kenyamanan di <i>PT. X</i> • Estetika <ul style="list-style-type: none"> - Pemilihan warna pada lingkungan <i>PT. X</i> - Pemilihan bahan pada fasilitas <i>PT. X</i> - Pemilihan tema lingkungan <i>PT. X</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat keindahan <i>layout interior</i> di <i>PT. X</i> - Tingkat kenyamanan di <i>PT. X</i> - Tingkat privasi di <i>PT. X</i> - Tingkat pemilihan warna pada lingkungan <i>PT. X</i> - Tingkat pemilihan bahan pada fasilitas <i>PT. X</i> - Tingkat pemilihan tema lingkungan <i>PT. X</i> 	<p><i>Ordinal</i></p> <p><i>Ordinal</i></p> <p><i>Ordinal</i></p> <p><i>Ordinal</i></p> <p><i>Ordinal</i></p>
Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
1	2	3	4	5
Kepuasan (Y)	Kepuasan merupakan perasaan senang atau kekecewaan yang dirasakan oleh seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan hasil yang diharapkan. Kotler dan Keller (2012:128)	<ul style="list-style-type: none"> -Kepuasan pada lingkungan layanan <i>PT. X</i> -Kepuasan pada pegawai <i>PT. X</i> -Kepuasan pada fungsi <i>design PT. X</i> -Kepuasan pada keindahan <i>design PT. X</i> 	<ul style="list-style-type: none"> -Tingkat kepuasan pada lingkungan layanan <i>PT. X</i> -Tingkat kepuasan pada pegawai <i>PT. X</i> -Tingkat kepuasan pada fungsi <i>design PT. X</i> -Tingkat kepuasan pada keindahan <i>design PT. X</i> 	<p><i>Ordinal</i></p> <p><i>Ordinal</i></p> <p><i>Ordinal</i></p> <p><i>Ordinal</i></p>

3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data/Informasi

Sumber data menurut Suharsimi Arikunto (2010:172) adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data penelitian dapat berasal dari data primer

dan data sekunder. Dimana penelitian ini menggunakan sumber data primer, yaitu diperoleh secara langsung.

1. Data Primer

Merupakan data yang langsung dapat disajikan sebagai sumber dari penelitian dan pengamatan secara langsung pada objek atau perusahaan tempat penulis melakukan sebuah penelitian. Penelitian ini dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan pihak yang langsung dengan pihak yang langsung dengan penelitian yang dilakukan.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh secara tidak langsung atau melihat sumber lain yang dikategorikan sebagai data sekunder dengan cara melihat catatan atau arsip perusahaan. data tersebut kemudian dibaca dan dipelajari oleh penulis.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain :

1. Penelitian kepustakaan

Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data dari berbagai bahan pustaka yang relevan. Dengan cara mempelajari, membaca buku-buku dan jurnal-jurnal untuk mendapatkan data mengenai *servicescape* dan kepuasan pelanggan..

2. Penelitian lapangan

Penulis mengamati secara langsung ke *PT. X*.

Yang dilakukan dalam penelitian lapangan ini adalah :

a. Observasi (pengamatan)

Pengamatan langsung di *PT. X* untuk mengetahui kegiatan yang terjadi.

b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada pengelola klinik yaitu Ibu x yang memegang data *PT. X* guna mendapatkan data yang lebih relevan tentang jumlah pasien serta gambaran secara umum *PT. X*.

c. Dokumentasi

Mengumpulkan data yang berupa foto *servicescape PT. X*.

3. Kuesioner

Penulis mengajukan pertanyaan atau pernyataan tertulis pada setiap responden. Penulis menyebarkan seperangkat daftar pernyataan tertulis mengenai pengaruh *Servicescape* terhadap kepuasan pelanggan di *PT. X*

3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.6.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2011:80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik sebuah kesimpulan.

Berdasarkan penelitian ini, maka populasi dalam penelitian ini adalah pasien *PT. X* yang berjumlah 1038 orang.

3.6.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011:81). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk penarikan jumlah sampel penelitian menghitung dengan rumus *slovin* yang diambil dari buku metodologi penelitian pendekatan praktis dalam penelitian (Simamora,2004 : 37) :

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel

e^2 : Presisi yang ditetapkan 0,01

N : Jumlah populasi

Berdasarkan rumus *slovin* maka dapat diukur besarnya sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{1038}{1 + 1038 \cdot 0,01} = 91,21 \approx 100$$

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dari 1038 pasien *PT. X*.

3.6.2.1 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *systematic random sampling* karena populasi dalam penelitian ini bergerak. Menurut

Sugiyono (2008:73) dikatakan bahwa “metode pengambilan acak sistematis dengan jarak tertentu dari suatu kerangka sampel yang telah diurutkan”. Oleh karena itu dengan tersedianya suatu populasi sasaran yang tersusun merupakan syarat penting bagi pelaksanaan pengambilan sampel dengan metode acak sistematis. Cara tersebut dilakukan apabila populasi dianggap homogen. Pasien *PT. X* relatif homogen untuk dijadikan sebagai populasi.

Pada penelitian ini, peneliti menyebarkan langsung kuesioner kepada pasien *PT. X*. Berdasarkan pada hasil perhitungan sampel, maka sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 100 pasien *PT. X*.

3.7 Rancangan Analisis Data dan Hipotesis

3.7.1 Rancangan Analisis Data

Pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, peneliti akan mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil kuesioner dapat terlihat peranan antara *Servicescape* (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut

dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2010:93). Pada penelitian ini alternatif jawaban pada kuesioner diberi skor, seperti berikut :

Tabel 3.2
Pola Skoring Skala *Likert*

Alternatif Jawaban	Skor
Setuju/selalu/sangat positif	5
Setuju/sering/positif	4
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

Sumber: Sugiyono (2010:94).

3.7.2 Validitas dan Realibilitas

3.7.2.1 Pengujian Validitas

Validitas didefinisikan sebagai sejauh mana perbandingan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan sejati antar objek atas karakteristik yang sedang diuji ketimbang kesalahan sistematis atau acak. Menurut Sugiyono (2010:267) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validas digunakan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan mana yang tidak. hal ini dilakukan untuk mencari korelasi dari setiap item pertanyaan dengan skor total pernyataan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran ordinal minimal serta pilihan jawaban lebih dari dua pilihan.

Uji validitas dapat diuji dengan menggunakan alat uji korelasi *Pearson* (*product moment coefisient of corelation*) seperti dibawah ini :

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

Sumber: (Simamora, 2004:62)

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien Validitas item yang dicari
 X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
 Y = Skor total
 $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
 $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X
 $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
 N = Jumlah responden

Keputusan pengujian validitas item responden adalah sebagai berikut :

1. Item pertanyaan atau pernyataan yang diteliti dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel
2. Item pertanyaan atau pernyataan yang diteliti dikatakan tidak valid apabila r hitung $<$ r tabel

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 22.0 *for windows*. Pengujian 16 item dilakukan dengan menggunakan

rumus yang sama. Pengujian validitas ini dilakukan terhadap 30 reponden dengan tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$). Maka didapat r tabel sebesar 0,361. Untuk uji validitas pada variabel *servicescape* dan kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas
Variabel X (*Servicescape*)

No Item	Pernyataan	rHitung	rTabel	Ket.
<i>Ambient</i>				
1	Kebersihan di lingkungan <i>PT. X</i>	0,795	0,361	<i>Valid</i>
2	Kesejukan udara di lingkungan <i>PT. X</i>	0,748	0,361	<i>Valid</i>
3	Pencahayaan di <i>PT. X</i>	0,767	0,361	<i>Valid</i>
<i>Social</i>				
4	Keinginan pegawai untuk menolong pasien <i>PT. X</i>	0,638	0,361	<i>Valid</i>
5	Rasa empati pegawai kepada pasien <i>PT. X</i>	0,719	0,361	<i>Valid</i>
6	Keramahan pegawai pada pasien <i>PT. X</i>	0,760	0,361	<i>Valid</i>
<i>Design</i>				
7	Keindahan <i>Layout Interior PT. X</i>	0,625	0,361	<i>Valid</i>
8	Kenyamanan di <i>PT. X</i>	0,847	0,361	<i>Valid</i>
9	Privasi di <i>PT. X</i>	0,691	0,361	<i>Valid</i>
10	Pemilihan warna pada lingkungan di <i>PT. X</i>	0,845	0,361	<i>Valid</i>
11	Pemilihan bahan pada fasilitas <i>PT. X</i>	0,690	0,361	<i>Valid</i>
12	Pemilihan tema lingkungan <i>PT. X</i>	0,792	0,361	<i>Valid</i>

Sumber : Pengolahan data 2014 dengan SPSS 22.0 for windows

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 3.3 pengukuran validitas untuk variable *servicescape* menunjukkan bahwa item-item pada pernyataan dalam kuesioner valid. Karena skor *r* Hitung lebih besar dari *r* Tabel yaitu 0,361. Sehingga item pernyataan dapat dinyatakan sebagai alat ukur variable yang diteliti

Selain melakukan pengujian validitas pada variabel *X* (*servicescape*), peneliti juga melakukan pengujian pada variabel *Y* (kepuasan pelanggan), dan hasilnya adalah :

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas
Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

No Item	Pernyataan	rHitung	rTabel	Ket.
1	Kepuasan pada lingkungan layanan <i>PT. X</i>	0,528	0,361	<i>Valid</i>
2	Kepuasan pada pegawai <i>PT. X</i>	0,657	0,361	<i>Valid</i>
3	Kepuasan pada fungsi <i>design</i> di <i>PT. X</i>	0,724	0,361	<i>Valid</i>
4	Kepuasan pada keindahan <i>design</i> <i>PT. X</i>	0,735	0,361	<i>Valid</i>

Sumber : Pengolahan data 2014 dengan SPSS 22.0 *for windows*

Dapat disimpulkan dari hasil Tabel 3.4 diatas, bahwa seluruh kuesioner keputusan pelanggan (*Y*) dinyatakan valid. Karena setiap item pernyataan memiliki *r* hitung yang lebih besar dari *r* tabel. Sehingga item pertanyaan tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur variabel yang diteliti

3.7.2.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen harus cukup dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpulan data. Menurut Suharsimi Arikunto (2006:145) realibilitas menunjukkan keterandalan

tertentu. Pengujian reliabilitas yang peneliti gunakan adalah dengan menggunakan rumus *alpha cronchbach*_{r₁₁} seperti yang terlihat pada gambar dibawah ini :

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

(Suharsimi Arikunto 2009:171)

Keterangan :

r₁₁ = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:171) Untuk memperoleh jumlah varians butir, harus dicari terlebih dahulu varians setiap butir yaitu sebagai berikut:

$$\sigma_b^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan:

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat varians tiap butir

N = jumlah responden

Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2009:173) untuk mencari varians total adalah sebagai berikut:

$$\sigma_r^2 = \frac{\text{jumlahkuadratskortotal} - \frac{\text{jumlahkuadratskortotal}^2}{N}}{N}$$

Perhitungan reliabilitas instrumen pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *alpha cronbach*. Perhitungan reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 22.0 for windows. Berdasarkan jumlah kuesioner yang disebar kepada 30 responden dan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (df) n-2 yaitu (30-2=28), maka didapat r tabel yaitu sebesar 0,361.

Adapun hasil pengujian reliabilitas *servicescape* dan kepuasan pelanggan adalah :

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Reliabilitas
Penelitian Variabel *Servicescape* (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y)

Varibel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
<i>Servicescape</i>	0,925	0,361	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,581	0,361	Reliabel

Sumber : Pengolahan data 2014 dengan SPSS 22.0 for windows

Hasil pengujian pada tabel 3.5 menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian X dan Y dinyatakan reliabel, hal ini karena

masing-masing nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,361. Dari hasil kedua pengujian instrumen yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa instrumen dinyatakan valid dan reliabel. Penelitian ini dapat dilanjutkan karena tidak ada sesuatu yang menjadi kendala terjadinya kegagalan penelitian.

3.7.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara untuk menganalisis serta mengukur data dalam proses pengujian hipotesis untuk mendapatkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan regresi linier sederhana karena dalam penelitian ini meneliti dua variabel, yaitu :

1. *Servicescape*(X)
2. Kepuasan pelanggan (Y)

3.7.3.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Untuk mendapatkan data yang akurat, penelitian ini menggunakan data deskriptif. Yaitu dengan menyebarkan kuesioner/survei lapangan. Ini dilakukan agar memperoleh hasil guna pemecahan masalah. Agar peneliti mendapatkan data yang akurat maka peneliti mencari data deskriptif dengan melakukan survei langsung ke tempat penelitian. Adapun dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi tentang variabel yang akan diteliti sehingga dapat menjawab pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan. Setelah mendapatkan data kemudian data diolah ke dalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian. Pada penelitian ini, langkah yang dilakukan dalam

pengolahan data yang terkumpul dari hasil keusioner dapat dikelompokkan kedalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian.

3.7.3.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Pada penelitian ini peneliti juga menggunakan data verifikatif. Teknik analisa data yang digunakan untuk melihat pengaruh *servicescape* (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Karena hanya menggunakan dua variabel, maka penelitian ini menggunakan analisis korelasi dan analisis regresi linier sederhana. Skala ordinal adalah skala yang datanya berbentuk ranking atau peringkat, dan jarak antara satu data yang lain tidak sama (Sugiyono, 2013:15) Maka skala ordinal tersebut harus diubah terlebih dahulu menjadi skala interval dengan menggunakan *MSI (Methode Successive Interval)* untuk mengubah data ordinal menjadi interval. Karena merupakan syarat pengolahan data dengan penerapan *statistic parametric* Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh *servicescape* (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

1. Analisis Korelasi

Analisis korelasi dapat mengukur besarnya hubungan antara dua variabel, yaitu *servicescape* (X) dan kepuasan pelanggan (Y). Jika korelasi bernilai positif, maka hubungan antara dua variabel tersebut searah. Dan begitu juga sebaliknya. Apabila korelasi bernilai negatif, maka hubungan antara dua variabel bersifat berlawanan arah.

Ghozali (2012:96) bahwa tujuan analisis korelasi adalah untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linear antara dua variabel.

Korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. Penentuan koefisien Korelasi (r) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *Pearson (pearson's Product Moment Coefficient Of Correlation)* menurut Simamora (2004:62), yaitu :

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

Keterangan :

N = Banyaknya item yang diteliti

X = Nilai Variabel X yaitu *servicescape*

Y = Nilai Variabel Y yaitu kepuasan pelanggan

Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan tabel seperti dibawah ini :

Tabel 3.6

Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisiensi Korelasi

Besarnya Nilai r	Interpretasi
Antara 0.800 sampai dengan 1.00	Tinggi
Antara 0.600 sampai dengan 0.800	Cukup
Anatar 0.400 sampai dengan 0.600	Sedikit Rendah
Antara 0.200 sampai dengan 0.400	Rendah
Antara 0.000 sampai dengan 0.200	Sangat Rendah

Sumber : Suharsimi Arikunto (2010:319)

2. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana adalah hubungan linier antara satu variabel X dan variabel Y. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel positif atau negatif. Dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan ataupun penurunan (Sugiyono 2008:272). Persamaan umum regresi linear sederhana adalah :

$$Y' = a + bX$$

Keterangan :

Y' : Subyek/nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan

a : Harga Y bila $X = 0$

b : Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila $b (+)$ maka naik, dan bila $(-)$ maka terjadi penurunan.

X = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel bebas terhadap variasi (naik/turunnya) variabel terikat, maka digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus berikut :

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

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.7
Pedoman untuk Mengetahui Kuat Lemahnya Pengaruh

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0% - 19,99%	Sangat Lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

3.7.4 Rancangan Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2010:67) kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak X artinya berpengaruh terhadap Y

H_i diterima artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

H_i ditolak artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

Pengujian secara individual dengan uji t

Tolak H_0 jika $T_{hitung} > t_{(mendekati\ 100\%)(n-k-1)}$

Terima H_0 jika $t_{hitung} \leq t_{(mendekati\ 100\%)(n-k-1)}$

Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2009:185) yaitu :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0: \rho < 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara *servicescape* dengan kepuasan pelanggan

$H_a: \rho \geq 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *servicescape* dengan kepuasan pelanggan