

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan. Variabel bebas (eksogen) adalah *store atmosphere* (X) dengan sub variabel *ambient factors*, *design factors*, *social factors*. Variabel terikat (endogen) adalah loyalitas pelanggan (Y) yang melakukan pembelian berulang secara teratur (*makes regular repeat purchase*), menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing (*demonstrates an imunity to the full of the competition*), mereferensikan kepada orang lain (*refers other*), membeli antar lini barang atau jasa (*purchase across product and service line*). Objek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Riung Sari, Raja Sunda, dan Manjabal di Kota Bandung. Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method*. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Julyansyah (2012:111), penelitian *cross sectional method* adalah studi yang dapat dilakukan dengan data hanya sekali dikumpulkan, mungkin selama periode harian, mingguan, bulanan, dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2015 – Juli 2016.

3.2 Metode dan Jenis Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah *explanatory survey* bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel dengan cara pengujian hipotesis. *Explanatory survey* menurut Maholtra (2010:96) dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Penjelasan penelitian dalam bentuk wawancara mendalam atau kelompok fokus dapat memberikan wawasan yang berharga.

Penelitian survei menurut Kerlinger yang dikutip oleh Riduwan (2012:49) adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Survei informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapatan dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan berdasarkan penjelasan dan bidang penelitian menggunakan penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif menurut Maholtra (2010:78) “Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang mempunyai tujuan utama menggambarkan sesuatu apa adanya sesuai karakteristik objek”. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat, mengatasi fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Penelitian deskriptif ini mempunyai maksud untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan pada restoran bertema lokal Riung Sari, Raja Sunda, dan Manjabal di Kota Bandung.

Jenis penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan guna memprediksi dan menjelaskan hubungan variabel satu dengan variabel lainnya. Penelitian verifikatif (pembuktian) menurut Maholtra (2010:85) yaitu penelitian verifikatif atau penelitian kausalitas merupakan penelitian untuk menguji kebenaran kausal (*cause-and-effect*), yaitu hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Penelitian verifikatif bermaksud untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan pada Riung Sari, Raja Sunda, dan Manjabal di Kota Bandung.

3.2.3 Operasionalisasi Variabel

Memperoleh data dalam penelitian ini, maka dilakukan penjabaran sejumlah variabel dan sub variabel lengkap dengan konsep, dimensi, indikator, ukuran dan

skalanya, dimana terdapat dua variabel yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu: a) *store atmosphere*, dan b) loyalitas pelanggan. Variabel yang dikaji meliputi variabel bebas (*independent variabel*) yaitu *store atmosphere* (X), dan variabel terikat (*dependent variabel*) yaitu loyalitas pelanggan (Y). Berdasarkan uraian di atas untuk memahami penggunaan konsep variabel yang digunakan, maka penjabaran operasionalisasi variabel yang akan diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
<i>Atmospherics</i> (X)	Suasana yang menjadi komponen penting dalam manajemen pelayanan di restoran bertema lokal karena respon emosional konsumen terhadap lingkungan jasa berkaitan dengan perilaku keputusan pembelian (Ha & Jang, 2012:205)				
<i>Ambient factor</i>		Pencahayaan	Tingkat pencahayaan yang diciptakan dalam ruang restoran bertema lokal.	Interval	1
		Aroma	Tingkat aroma pada makanan dan minuman yang disajikan di restoran bertema lokal	Interval	2
		Musik	Tingkat	Interval	3

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
			kemenarikan <i>music</i> dimainkan atau di putar di restoran bertema lokal		
		Suhu udara	Tingkat suhu udara di luar maupun di dalam ruangan di restoran bertema lokal.	Interval	4
<i>Design factor</i>		Desain arsitektur	Tingkat desain arsitektur yang digunakan di restoran bertema lokal.	Interval	5
		Warna	Tingkat perpaduan warna yang digunakan di restoran bertema lokal.	Interval	6
		Desain ekterior dan interior	Tingkat desain eksterior dan interior yang digunakan di restoran bertema lokal.	Interval	7
		Dekorasi tata ruangan	Tingkat dekorasi pada tata ruang seperti meja dan kursi makan di restoran bertema lokal.	Interval	8

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
<i>Social factor</i>		Prilaku karyawan	Tingkat perilaku karyawan restoran bertema lokal dalam memberikan pelayanan.	Interval	9
		Interaksi sosial	Tingkat interaksi sosial di restoran bertema lokal.	Interval	10
		Kesesuaian bahasa	Tingkat bahasa yang digunakan karyawan sesuai dengan konsep restoran bertema lokal.	Interval	11
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih. (Griffin, 2005:31)				
<i>Repeat Purchase</i> (Y ₁)	Melakukan pembelian barang atau jasa suatu perusahaan yang	Kesetiaan	Tingkat melakukan pembelian ulang produk	Interval	12

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
	dipilih. (Griffin, 2005:31)		dan jasa di restoran bertema lokal. Tingkat keinginan untuk terus menggunakan produk dan jasa di restoran bertema lokal.	Interval	13
<i>Imunity (Y₂)</i>	Pelanggan sudah tidak tertarik dengan produk lain. (Griffin, 2005:31)	Penolakan pada produk lain	Tingkat penolakan terhadap restoran bertema lokal lain	Interval	14
		Keinginan untuk penggunaan jasa	Tingkat keinginan untuk tetap mendatangi restoran bertema lokal yang sama	Interval	15
		Rekomendasi	Tingkat merekomendas ikan restoran bertema lokal.	Interval	16
<i>Refers to Other (Y₃)</i>	Pelanggan secara teratur merekomendasikan orang lain untuk menggunakan produk di luar lini produk atau jasa. (Griffin, 2005:31)	Ajakan	Tingkat ajakan orang lain untuk terus membeli produk di restoran bertema lokal.	Interval	17
		Penciptaan hal- hal positif	Tingkat penciptaan	Interval	18

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
<i>Purchase Across Product and Service Line (Y₄)</i>	Pelanggan secara teratur membeli produk di luar produk lini atau jasa. (Griffin, 2005:31)	Pembelian diluar lini produk atau jasa	hal-hal positif kepada orang lain mengenai restoran bertema lokal	Interval	19
		Kesediaan menggunakan produk lain	Tingkat penggunaan produk lain diluar lini jasa	Interval	20

Sumber : Diolah dari Berbagai Sumber.

3.2.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian adalah sumber dimana data yang dibutuhkan untuk penelitian tersebut dapat diperoleh, baik secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan objek penelitian ini terdapat dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer menurut Maholtra (2009:120-121) yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data primer diperoleh peneliti dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner kepada sumber data yaitu pelanggan Riung Sari, Raja Sunda, dan Manjabal di Kota Bandung.

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat serta tidak mahal. Sumber-sumber informasi yang mendukung penelitian ini seperti jurnal, artikel, situs internet, buku-buku serta literatur yang berhubungan dengan penelitian.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
Data Jumlah Pengunjung Restoran Bertema Lokal Di Kota Bandung	Hasil Observasi Langsung dari Restoran Bertema Lokal di Kota Bandung.	Sekunder

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015.

3.2.5 Populasi dan Sampel

3.2.5.1 Populasi

Populasi merupakan sejumlah objek yang akan dijadikan sumber penelitian. Sherri (2012:20) mengemukakan bahwa populasi adalah “*All the people about whom a study it meant to generalize.*” Populasi adalah semua orang mengenai untuk siapa penelitian itu dimaksudkan kemudian melakukan generalisasi. Populasi dapat berupa organisme, orang atau sekelompok orang, masyarakat, organisasi, benda, objek, peristiwa, atau laporan yang semuanya memiliki ciri dan harus didefinisikan secara spesifik dan tidak secara mendua. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Riung Sari, Raja Sunda, dan Manjabal di Kota Bandung.

TABEL 3.3
DATA JUMLAH KONSUMEN YANG MELAKUKAN PEMBELIAN DI RESTORAN BERTEMA LOKAL TAHUN 2015

Restoran Bertema Lokal	2015 Januari - Desember
Riung Sari	35.538
Raja Sunda	47.219
Manjabal	40.238
Total	122.995

Sumber: Riung Sari, Raja Sunda, dan Manjabal Tahun 2015.

3.2.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel menurut Maholtra (2010:364) berpendapat bahwa adalah sub-kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Sampel pada penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian pembeli restoran bertema lokal Manjabal, Ponyo dan Alas Daun. Ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus dari Slovin dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N: Ukuran populasi

e : Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir
(e = 0,05)

Adapun perhitungan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$N = 122.995$$

$$e = 0,05 \text{ (5\%)}$$

Maka:

$$\begin{aligned} n &= \frac{122.995}{1 + 122.995 \times (0.05)^2} \\ &= \frac{122.995}{1 + 307} \\ &= \frac{122.995}{308} \\ &= 399,33 \approx 400 \text{ Orang} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan mengenai sampel, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 400 orang.

3.2.6 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Penarikan sampel menurut Asep Hermawan (2009:148) merupakan suatu proses pemilihan sejumlah elemen dari populasi sehingga dengan mempelajari sampel, suatu pemahaman karakteristik subjek sampel akan memungkinkan untuk menggeneralisasikan karakteristik populasi.

teknik sampling menurut Malhotra (2009:375) diklasifikasikan sebagai non probalitas dan probabilitas. Probabilitas (*probability sampling*) memiliki asumsi bahwa setiap elemen atau populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel, yang meliputi *simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *area random*. Sedangkan, Non-probabilitas (*Non-probability sampling*) memiliki asumsi bahwa setiap elemen atau anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel, karena pemilihan sampel bersifat subjektif, meliputi sampling sistematis, sampling kuota, sampling aksidental, *purposive sampling*, sampling jenuh dan snowball sampling.

Dalam penelitian ini, penulis mengambil teknik *purposive sampling*, karena populasi berjumlah sangat banyak, sehingga banyak batasan yang menghalangi peneliti mengambil sampel secara random (acak). Jika menggunakan *random sampling* (sampel acak), dirasa akan menyulitkan peneliti. Dengan menggunakan *purposive sampling*, diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

Purposive sampling digunakan *judgement sampling*, yaitu sampel dipilih dengan menggunakan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian (Ferdinand, 2006). Maksudnya, peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil berdasarkan pada pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini berikut beberapa pertimbangan yang digunakan peneliti untuk memilih sampel:

1. Responden berusia minimal 20 tahun dengan asumsi bahwa pada usia tersebut, responden sudah dapat memahami penggunaan suatu produk dengan baik.
2. Responden yang sudah pernah makan di restoran bertema lokal Riung Sari, Raja Sunda dan Manjabal 2 minimal dua kali, karena dengan frekuensi tersebut, responden dianggap telah memiliki pengalaman mengenai jasa dan layanan.

3.3 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam proses penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data agar dapat menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Langkah pengumpulan data sangat menentukan terhadap proses dan hasil penelitian yang akan dilaksanakan. Sumber data dalam penelitian ini yang penulis kumpulkan dengan menggunakan berbagai teknik sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan

Yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, jurnal lokal maupun asing, situs web-site dan majalah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah variabel yang diteliti.

2. Dokumentasi

Dokumen menurut Sugiyono (2011:422) merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Peneliti mengkaji catatan ataupun laporan tahunan dari berbagai restoran bertema lokal yang sejenis yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

3. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2012:203) sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Bila wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Berdasarkan pengertian di atas, maka dari itu peneliti telah melakukan observasi terhadap restoran bertema lokal Riung Sari, Raja Sunda dan Manjabal, sebelum melakukan penelitian guna mencari permasalahan yang terdapat pada daerah tersebut.

4 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Langkah-langkah penyusunan kuesioner sebagai berikut:

1. Menyusun kisi-kisi angket atau daftar pertanyaan.
2. Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif. Jenis instrumen yang digunakan bersifat tertutup, yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis dan disertai dengan alternatif jawaban yang disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.
3. Menetapkan pemberian skor untuk setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden atas pernyataan diberi nilai dengan skala interval.

3.3.1 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Esensi dari suatu penelitian adalah data yang diperoleh akurat dan objektif. Data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan sebagai alat uji hipotesis. Agar data yang dikumpulkan benar-benar berguna, maka alat ukur yang digunakan harus valid dan reliabel. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 22.0 for windows

3.3.1.1 Hasil Uji Validitas

Validitas menurut Sherri (2012:168) adalah indikasi apakah instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas menurut Uma Sekaran (2009:225) adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu. Dengan demikian bahwa data valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang

dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor variabel jawaban responden dengan total skor masing-masing variabel. Rumus korelasi yang dapat digunakan adalah yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_i = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

(Suharsimi Arikunto, 2010:213)

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien korelasi

X_i = Jumlah skor item

Y_i = Jumlah skor total (seluruh item)

n = Jumlah responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Uji validitas dibantu dengan menggunakan program SPSS 22 for windows. Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa tes ini adalah teknik korelasi biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *store atmosphere* sebagai variabel X dan

loyalitas pelanggan sebagai variabel Y. Jumlah pernyataan untuk variabel X adalah 11 pertanyaan, sedangkan jumlah item pernyataan variabel Y adalah 9 pertanyaan.

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS STORE ATMOSPHERE

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Ket
<i>Ambient Factor</i>				
1	Pencahayaannya yang diciptakan dalam ruang restoran bertema lokal	0,648	0,334	Valid
2	Aroma pada makanan dan minuman yang disajikan di restoran bertema lokal	0,725	0,334	Valid
3	Musik yang diputar mampu mendukung suasana makan di restoran bertema lokal	0,555	0,334	Valid
4	Suhu udara di luar maupun di dalam ruangan di restoran bertema lokal	0,570	0,334	Valid
<i>Design Factor</i>				
5	Desain arsitektur yang digunakan di restoran bertema lokal	0,618	0,334	Valid
6	Perpaduan warna yang digunakan di restoran bertema lokal	0,833	0,334	Valid
7	Desain eksterior dan interior yang digunakan di restoran bertema lokal	0,768	0,334	Valid
8	Dekorasi pada tata ruang seperti meja dan kursi makan di restoran bertema lokal	0,733	0,334	Valid
<i>Sosial Factor</i>				
9	Perilaku karyawan restoran bertema lokal dalam memberikan pelayanan	0,621	0,334	Valid
10	Interaksi sosial di restoran bertema lokal (antara konsumen dan karyawan)	0,663	0,334	Valid
11	Bahasa yang digunakan karyawan sesuai dengan konsep restoran bertema lokal	0,664	0,334	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 (Menggunakan SPSS 22.00 For Windows)

Berdasarkan Tabel 3.4 pada instrumen variabel *store atmosphere* dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada indikator *design factor* dengan item pernyataan perpaduan warna yang digunakan restoran bertema lokal yang bernilai 0,833 dan nilai terendah terdapat pada indikator *ambient factor* dengan item pernyataan musik yang diputar mampu mendukung suasana makan di restoran bertema lokal yang bernilai 0,555. Pengujian validitas dengan rumus statistik t

menunjukkan hasil pengujian koefisien validitas terhadap taraf signifikan tertentu, semua nilai t_{hitung} melebihi nilai t_{tabel} , artinya bahwa adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan.

Hasil uji coba penelitian untuk variabel loyalitas pelanggan berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 22.0 *for windows*, menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid, karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan skor r_{tabel} yang bernilai 0,334. Berikut ini Tabel 3.6 mengenai hasil uji validitas variabel loyalitas pelanggan yang pada penelitian ini dijadikan sebagai variabel Y.

TABEL 3.5
HASIL UJI VALIDITAS LOYALITAS PELANGGAN

No	PERNYATAAN	r hitung	r tabel	KET
<i>Repeat Purchase</i>				
1	Frekuensi melakukan pembelian ulang produk dan jasa di restoran bertema lokal	0,718	0,334	Valid
2	Frekuensi untuk menggunakan produk dan jasa di restoran bertema lokal	0,796	0,334	Valid
<i>Immunity</i>				
3	Frekuensi tidak membeli produk dan mendatangi restoran bertema lokal yang lain	0,776	0,334	Valid
4	Frekuensi untuk tetap mendatangi restoran bertema lokal	0,806	0,334	Valid
<i>Reffers Other</i>				
5	Merekomendasikan restoran bertema lokal ini kepada orang lain	0,721	0,334	Valid
6	Mengajak orang lain untuk mendatangi dan membeli produk di restoran bertema lokal	0,770	0,334	Valid
7	Menyampaikan hal-hal positif kepada orang lain mengenai restoran bertema lokal	0,715	0,334	Valid
<i>Accross Product Line</i>				
8	Mendatangi dan membeli produk di restoran bertema lokal lain	0,675	0,334	Valid
9	Mendatangi restoran bertema lokal lain dan rela membayar lebih mahal	0,676	0,334	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 (Menggunakan SPSS 22.00 *For Windows*)

Berdasarkan Tabel 3.5 pada instrumen variabel loyalitas pelanggan dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *immunity* dengan item pernyataan frekuensi untuk tetap mendatangi restoran bertema lokal yang bernilai

0,806 dan skor terendah terdapat pada dimensi *across product line* dengan item pernyataan mendatangi dan membeli produk di restoran lain yang bernilai 0,675. Pengujian validitas dengan rumus statistik t menunjukkan hasil pengujian koefisien validitas terhadap taraf signifikan tertentu, semua nilai t_{hitung} melebihi nilai t_{tabel} , artinya bahwa adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan.

3.3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. Instrumen dikatakan reliabel menurut Uma Sekaran (2009:225), reliabilitas adalah cara pengujian mengenai seberapa konsisten konsep alat ukur tersebut. Menurut Malhotra (2010:318) “*Reliability refers to which a scale produces consistent result if repeated measurement are made on the characteristics*”. Reliability adalah derajat pengukuran jika dilakukan berulang atau pengukuran diambil dalam kondisi yang sama akan memberikan hasil yang sama. Penelitian ini menggunakan rumus alpha dari Cronbach untuk menghitung uji reliabilitas:

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

(Suharsimi Arikunto, 2010:239)

Dimana :

r_{ii} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 35 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($35-2=33$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,334. Hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 22.0 for Windows diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} , untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam Tabel 3.6 berikut.

TABEL 3.6
HASIL UJI RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	<i>Store Atmosphere</i>	0,871	0,334	Reliabel

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
2	Loyalitas pelanggan	0,895	0,334	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 (Menggunakan SPSS 22.00 For Windows)

3.3.2 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif analisis verifikatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian, sedangkan metode verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dengan menggunakan uji statistik yang relevan. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner yang dibentuk merupakan penjabaran dari variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian.

Penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:

1. *Editing*, yaitu pemeriksaan angket yang terkumpul setelah diisi oleh responden menyangkut kelengkapan pengisian angket yang dilakukan oleh responden dan pemeriksaan jumlah lembar angket.
2. *Coding*, yaitu pembobotan dari setiap item instrumen berdasarkan pada pembobotan sebagai berikut: untuk jawaban positif ranking pertama dimulai dari skor yang terbesar sampai dengan yang terkecil dan untuk jawaban negatif ranking pertama dimulai dari skor yang terkecil sampai yang terbesar.
3. *Tabulating*, yaitu tabulasi hasil skoring yang dituangkan kedalam tabel rekapitulasi secara lengkap untuk seluruh item setiap variabel, dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Pemberian skor pada setiap item

Penelitian ini meneliti pengaruh *store atmosphere* (X) loyalitas pelanggan (Y), dengan skala pengukuran menggunakan skala *semantic differential*. Skala menurut Umar (2008:99) bertujuan untuk mengukur arti suatu objek atau konsep bagi responden. Skala ini mengandung unsur evaluasi (misalnya:

bagus buruk, jujur tidak jujur), unsur potensi (aktif pasif, cepat lambat)”. Penelitian ini, alternatif jawaban dari angket terdiri dari 5 kategori.

- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
 - c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian
4. Menganalisis dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik.
 5. Pengujian

Pengujian hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi linear sederhana.

3.3.2.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskriptifkan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis deskriptif *store atmosphere* (X)

Variabel X terfokus pada penelitian *store atmosphere* yang terdiri dari *ambient factors, design factors, social factors*

2. Analisis deskriptif loyalitas pelanggan (Y)

Variabel Y terfokus pada penelitian terhadap loyalitas pelanggan yang meliputi melakukan pembelian berulang secara teratur (*makes regular repeat purchase*), menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing (*demonstrates an immunity to the full of the competition*), mereferensikan kepada orang lain (*refers other*), membeli antar lini barang atau jasa (*purchase across product and service line*)

Analisis deskriptif yang menggunakan angket pada penelitian ini akan dibantu oleh program SPSS melalui distribusi frekuensi. Kemudian untuk mengkategorikan

hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%.

3.3.2.2 Analisis Data Verifikatif

Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh *store atmosphere* (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) yaitu menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis korelasi, karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel. Analisis ini digunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel independen (X) yaitu *store atmosphere* terhadap variabel dependen (Y) loyalitas pelanggan. Sebelum melakukan analisis menggunakan teknik analisis linier sederhana terlebih dahulu uji asumsi klasik normalitas dan linieritas.

1. Uji Asumsi Klasik

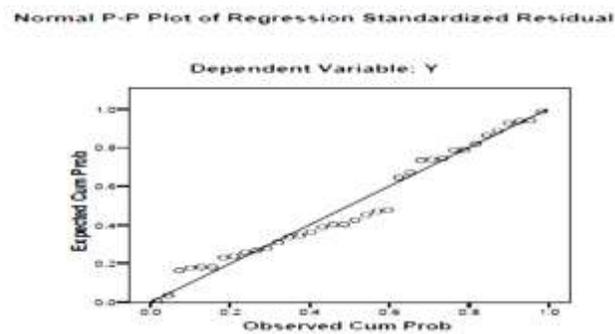
a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah populasi memiliki distribusi normal atau tidak. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data. Pada prakteknya uji normalitas dibantu dengan menggunakan program SPSS 22 for windows.

Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian signifikansi koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian secara visual dapat dilakukan dengan metode gambar normal *probability plots* dalam SPSS. Populasi memiliki distribusi yang normal atau tidak, untuk melihat populasi tersebut maka digunakan cara membaca interpretasi grafik yakni fakta yang memiliki distribusi normal apabila semua pencaran titik-titik yang diperoleh berada di sekitar garis lurus. Dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

1. Jika menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



GAMBAR 3.1
GARIS NORMAL PROBABILITY PLOT

b. Uji Linieritas

Uji linearitas dipergunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan Linear atau tidak. Menurut Sudjana (2005:331) mengatakan bahwa uji linearitas regresi digunakan untuk menguji ke-linearitas regresi, yaitu apakah model linear yang diambil betul-betul cocok dengan keadaannya atau tidak. Apabila ternyata cocok atau linear, maka pengujian dilanjutkan dengan model regresi non linear. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji linearitas ini adalah:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima. Artinya, variabel X dengan variabel Y koefisien arah regresinya linear.

- 2) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima. Artinya, variabel X dengan variabel Y koefisien arah regresinya tidak linear.

Untuk mengetahui hasil uji linear antara variabel X dan variabel Y diperoleh dengan menggunakan bantuan *SPSS 22.0 for windows*.

c. Diagram Pencar

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Dasar analisisnya adalah sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawahangka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali, 2013:139)

2. Analisis Regresi Sederhana

Regresi sederhana menurut Sugiyono (2011:261), menyatakan bahwa pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Model regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

- Y = subjek/nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan
 X = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu
 a = harga Y bila X=0 (harga konstan)

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

Pengujian penelitian ini dibantu dengan menggunakan program SPSS *for windows*.

3.3.2.3 Pengujian Hipotesis

Kebenaran suatu hipotesis menurut Sugiyono (2013:221) dibuktikan melalui data-data yang terkumpul, secara statistik hipotesis diartikan sebagai pertanyaan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian.

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

$H_0 : \rho \leq 0$, tidak terdapat pengaruh dari *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan.

$H_a : \rho > 0$, terdapat pengaruh dari *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan.

Pengolahan data dan pengujian hipotesis dapat menggunakan bantuan *software microsoft excel* dan *Statistical Product for Service Solution (SPSS)*.

3.3.2.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Koefisien determinasi digunakan untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y, sehingga diketahui besarnya persentase pengaruh variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi dapat diketahui dengan rumus yang dikemukakan Riduwan (2008:136), yaitu:

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

Keterangan:

KD : koefisien determinasi

r : koefisien korelasi

100% : konstanta

Menafsirkan sejauh mana pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam tabel. Nilai koefisien penentu berada diantara 0-100%.

Nilai koefisien semakin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin mendekati 0% berarti semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada Tabel 3.8 berikut:

TABEL 3.7
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI PENGARUH
(GUILFORD)

Koefisien Korelasi	Klasifikasi
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 (2013:9)

