

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini akan membahas mengenai *servicescape* dan pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan pada Balai Sidang Jakarta Convention Center dengan pendekatan ilmu manajemen pemasaran yang menggunakan dua variabel. Sekaran dan Bougie (2010:69) mengungkapkan bahwa variabel adalah apa pun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Adapun variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel bebas (endogen) dan variabel terikat (eksogen).

Sekaran dan Bougie (2010:72) mendefinisikan variabel bebas sebagai variabel yang mempengaruhi variabel terikat (Y), baik secara positif maupun negatif. Variabel endogen pada penelitian ini adalah *servicescape* (X) yang terdiri dari *ambient condition, spatial layout, functionality, signs and symbols, cleanliness*. Variabel terikat (Y) adalah variabel yang menjadi alasan utama mengapa peneliti melakukan penelitian ini, dengan menemukan jawaban untuk masalah yang ditemui (Sekaran dan Bougie, 2010:70). Variabel eksogen pada penelitian ini adalah keputusan penggunaan (Y) yang dapat diukur dari *product choice, brand choice, purchase amount, dan payment method*.

Unit analisis yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah para perusahaan yang mengadakan MICE di Balai Sidang Jakarta Convention Center. Pendekatan yang digunakan adalah *cross-sectional method*, yaitu metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu yang panjang). Dalam penelitian ini, penulis membatasi waktu untuk objek yang diteliti dalam kurun satu tahun.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel yang diteliti, jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2007:10), penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel

atau lebih (endogen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain. Melalui penelitian deskriptif akan diperoleh deskripsi mengenai gambaran *servicescape* dan gambaran keputusan penggunaan. Penelitian verifikatif menurut Arikunto dalam Widjajanta dan Avrianti (2009) adalah penelitian yang pada dasarnya ingin menguji kebenaran melalui pengumpulan data di lapangan. Dalam penelitian ini, penelitian verifikatif dilakukan untuk mengetahui pengaruh *servicescape* terhadap keputusan penggunaan pada Balai Sidang Jakarta Convention Center.

Metode penelitian merupakan rencana atau prosedur sistematis yang dipersiapkan agar dapat melakukan penelitian (Sastradipoera dalam Widjajanta dan Avrianti, 2009). Berdasarkan jenis penelitiannya, yakni deskriptif dan verifikatif, maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode *explanatory survey*. Menurut Ker Linger dalam Widjajanta dan Avrianti (2009), metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Metode pengembangan yang digunakan adalah *cross-sectional method*, yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan dengan data yang hanya sekali dikumpulkan, mungkin selama periode harian, mingguan, atau bulanan, dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu satu tahun.

3.2.2 Operasional Variabel

Sekaran dan Bougie (2010:127) mengungkapkan bahwa operasionalisasi variabel dilakukan dengan melihat dimensi perilaku, aspek atau properti yang dilambangkan dengan suatu konsep tertentu yang kemudian diterjemahkan ke dalam unsur-unsur yang dapat diamati dan diukur, sehingga dapat mengembangkan indeks pengukuran konsep tersebut.

Variabel yang dikaji dan dianalisis dalam penelitian ini meliputi: variabel endogen yaitu *servicescape*(X) yang memiliki lima dimensi yaitu *ambient*

condition, spatial layout, functionality, signs and symbols dan *cleanliness*. Keputusan penggunaan (Y) sebagai variabel eksogen menggunakan alat ukur *product choice, brand choice, purchase amount, dan payment method*. Secara lebih rinci dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel dan Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
<i>Sevicescape</i> (X)	Lingkungan fisik adalah lingkungan dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan berinteraksi dengan pelanggan yang difasilitasi oleh komponen fisik ketika menyampaikan jasa tersebut. Bitner (1992), Wakefield dan Blodgett (1996) dalam Siu et al. (2011)				
<i>Ambient Conditions</i> (X ₁)	Faktor yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dapat merasakan, berfikir, dan merespon pembentukan sebuah jasa	Temperatur suhu	Tingkat kesesuaian suhu di dalam ruangan	Ordinal	1
		Pencahayaan	Tingkat kesesuaian cahaya di dalam ruangan	Ordinal	2
		Suara	Tingkat kesesuaian suara di dalam ruangan	Ordinal	3
		Aroma	Tingkat kesesuaian aroma di dalam ruangan	Ordinal	4
		Secara keseluruhan	Tingkat kenyamanan <i>ambient condition</i> pada ruangan	Ordinal	5
<i>Spatial Layout</i> (X ₂)	Cara bagaimana mesin, peralatan, perabotan, area yang digunakan untuk berbagai layanan, dan jalur keluar masuk diatur atau disusun, dengan mempertimbangkan ukuran dan bentuk dari	Tata ruang/ <i>layout</i> Peralatan <i>Furniture</i>	Tingkat kemudahan akses untuk mencapai ruangan yang digunakan	Ordinal	6
			Tingkat kemudahan akses untuk mencapai <i>public area</i> (area F&B, <i>smoking area</i>)	Ordinal	7

Bersambung ke halaman berikutnya

Lanjutan Tabel 3.1

	item tersebut, serta hubungan spasial diantara semuanya	Tata ruang/ <i>layout</i> Peralatan <i>Furniture</i>	Tingkat kemudahan akses untuk mencapai toilet	Ordinal	8
		Secara keseluruhan	Tingkat kesesuaian semua <i>spatial layout</i>	Ordinal	9
Functionality (X₃)	Kemampuan dari produk yang disediakan untuk memfasilitasi pencapaian tujuan pelanggan dan karyawan.	Fungsional	Tingkat kelengkapan peralatan Audio Visual yang dimiliki	Ordinal	10
			Tingkat kelengkapan peralatan pendukung lainnya yang dimiliki (meja, kursi, <i>tableware</i>)	Ordinal	11
		Secara keseluruhan	Tingkat kualitas fasilitas peralatan yang dimiliki	Ordinal	12
Signs and Symbols (X₄)	Item-item yang digunakan sebagai sinyal eksplisit atau implisit yang mengkomunikasikan tempat pada penggunaannya.	<i>Signs</i>	Tingkat kejelasan petunjuk arah	Ordinal	13
			Tingkat kemudahan memahami petunjuk arah	Ordinal	14
		<i>Symbols</i>	Tingkat kemudahan memahami simbol yang ada (seperti pada toilet, elevator, jalur evakuasi)	Ordinal	15
		Secara keseluruhan	Tingkat kemampuan <i>signs</i> dan <i>symbols</i> dalam menyampaikan pesan	Ordinal	16
Cleanliness (X₅)	Kebersihan lingkungan perusahaan yang bertujuan untuk keselamatan, kesehatan, citra perusahaan, dan ketahanan bangunan	Kebersihan ruangan	Tingkat kebersihan ruangan	Ordinal	17
		Kebersihan toilet	Tingkat kebersihan area toilet	Ordinal	18
		Kebersihan <i>public area</i> (area F&B, <i>smoking area</i>)	Tingkat kebersihan <i>public area</i> (area F&B, <i>smoking area</i>)	Ordinal	19

Bersambung ke halaman berikutnya

Lanjutan Tabel 3.1

	Kebersihan karyawan	Tingkat kebersihan karyawan	Ordinal	20
	Secara keseluruhan	Tingkat kebersihan areasekitar	Ordinal	21
Keputusan Penggunaan (Y)	Keputusan pembelian konsumen adalah kegiatan yang dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa untuk dikonsumsi atau digunakan. Kotler dan Keller (2016)			
	<i>Product choice</i>			
	Keragaman <i>venue</i>	Tingkat keragaman tipe ruang yang ditawarkan oleh BSJCC	Ordinal	22
	Fasilitas <i>venue</i>	Tingkat kelengkapan fasilitas yang tersedia di BSJCC	Ordinal	23
	Keputusan penggunaan	Tingkat keputusan penggunaan <i>venue</i> berdasarkan produk dan jasa yang ditawarkan	Ordinal	24
	<i>Brand choice</i>			
	Kesadaran merek	Tingkat kesadaran akan merek BSJCC	Ordinal	25
	Citra <i>venue</i>	Tingkat citra BSJCC	Ordinal	26
	Keputusan penggunaan	Tingkat keputusan penggunaan <i>venue</i> berdasarkan merek	Ordinal	27
	<i>Purchase Amount</i>			
	Jumlah penggunaan <i>venue</i>	Tingkat jumlah ruangan yang digunakan untuk setiap <i>event</i>	Ordinal	28
	Frekuensi penggunaan	Tingkat frekuensi lama penggunaan ruangan (dalam hari)	Ordinal	29
		Tingkat frekuensi penyewaan ruangan (dalam satu tahun)	Ordinal	30

Bersambung ke halaman berikutnya

Lanjutan Tabel 3.1

Keputusan penggunaan	Tingkat penggunaan <i>venue</i> berdasarkan penggunaan	keputusan jumlah	Ordinal	31
<i>Payment Method</i>				
Kemudahan pembayaran	Tingkat dalam pembayaran secara tunai	kemudahan metode	Ordinal	32
	Tingkat dalam pembayaran secara kredit	kemudahan metode	Ordinal	33
	Tingkat dalam pembayaran secara transfer	kemudahan metode	Ordinal	34
Keputusan penggunaan	Tingkat penggunaan <i>venue</i> berdasarkan metode pembayaran	keputusan metode	Ordinal	35

Sumber: Hasil pengolahan data (2016)

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Prinsip dasar penyajian data adalah komunikatif dan lengkap dimana data yang diambil dapat menarik perhatian dan mudah dipahami saat dibaca. Data dapat dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sekaran dan Bougie (2010:180) data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti pada variabel minat untuk tujuan khusus penelitian, sedangkan data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada. Untuk lebih jelasnya berikut data sekunder dan primer yang digunakan dalam penelitian ini yang disajikan pada Tabel 3.2.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA PENELITIAN

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data tingkat <i>event</i> yang diselenggarakan di BSJCC berdasarkan segmen pasar	Sekunder	<i>Marketing Communication</i> Balai Sidang Jakarta Convention Center

Bersambung ke halaman berikutnya

Lanjutan Tabel 3.2

2.	Data tingkat <i>event</i> yang diselenggarakan di BSJCC berdasarkan jenis kegiatan	Sekunder	<i>Marketing Communication</i> Balai Sidang Jakarta Convention Center
3	Tanggapan mengenai <i>sevicescape</i>	Primer	Responden
4	Tanggapan mengenai keputusan penggunaan	Primer	Responden

Sumber: Hasil pengolahan data, 2016

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel**3.2.4.1 Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan wilayah generalisasi yang terdiri dari individu, objek, gejala atau peristiwa yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Hadi dalam Gunawan et al., 2014). Menurut Sugiyono (2007:72), populasi tidak hanya jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Berdasarkan pengertian tersebut, dibutuhkan penentuan yang jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang mengadakan MICE di Balai Sidang Jakarta Convention Center pada tahun 2015 yaitu sebanyak 133 perusahaan (terlampir).

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, lengkap, dan dianggap bisa mewakili populasi (Hadi dalam Romdonah et al., 2014). Perlu diperhatikan bahwa sampel harus bisa mewakili jumlah populasi yang diteliti. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan yang menggunakan Balai Sidang Jakarta Convention Center sebagai tempat diselenggarakannya *event* mereka. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi berganda adalah rumus Tabachnick dan Fidel (2013:123) dengan menyertakan seluruh variabel yang diteliti sebagai berikut.

$$n \geq 50 + 8m$$

Keterangan: m = jumlah variabel dan sub variabel

n = jumlah sampel

Berdasarkan rumus tersebut, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n \geq 50 + 8m$$

$$n \geq 50 + 8(6)$$

$$n \geq 50 + 48$$

$$n \geq 98$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh sampel untuk penelitian ini sebanyak 98 perusahaan dari 133 perusahaan yang mengadakan MICE di Balai Sidang Jakarta Convention Center.

3.2.4.3 Teknik Sampel

Menurut Sekaran dan Bougie (2010:266) teknik sampel adalah proses pemilihan elemen yang tepat dalam jumlah yang memadai dari suatu populasi, sehingga penelitian sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik tertentu yang memungkinkan kita untuk menyamaratakan sifat tersebut atau karakteristik pada elemen dalam suatu populasi.

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*, yaitu memperoleh jumlah sampel (n) dari populasi (N) yang ada secara acak dimana setiap elemen atau anggota populasi mendapatkan kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel dalam penelitian (Thompson, 2012:11, Gupta dan Kabe, 2011:1). Teknik sampel ini digunakan apabila elemen populasi bersifat homogen dan memerlukan daftar anggota populasi (terlampir).

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses pengadaan data untuk kepentingan penelitian dan akan digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun teknik yang digunakan adalah:

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang sangat membantu peneliti selama penelitiannya dengan memperoleh data langsung dari subjek yang bersangkutan. Wawancara pada penelitian ini dilakukan kepada karyawan Balai Sidang Jakarta Convention Center yang berada di *marketing communication department* dan *convention and exhibition department*. Dari wawancara tersebut diperoleh data event yang diselenggarakan di BSJCC, program pemasaran yang diterapkan dan perubahan yang terjadi di perusahaan. Alat kumpul yang digunakan adalah pedoman wawancara.

2. Observasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2010:211), observasi adalah cara dalam merumuskan dan merencanakan tujuan penelitian secara sistematis. Observasi dilakukan dengan mengamati objek secara langsung, yaitu Balai Sidang Jakarta Convention Center, khususnya yang berhubungan dengan masalah yang tengah diteliti dan tanggapan perusahaan pengguna *venue* terhadap *servicescape* BSJCC.

3. Angket

Menurut Sekaran dan Bougie (2010:197) kuesioner adalah kumpulan pertanyaan yang dirumuskan untuk mengumpulkan jawaban dari responden yang dapat disebarkan secara langsung maupun tidak langsung. Peneliti merumuskan kuesioner yang berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman dan penilaian perusahaan pengguna *venue*, penilaian terhadap *servicescape* dan keputusan penggunaan pada Balai Sidang Jakarta Convention Center.

4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori terkait pada masalah dan variabel yang diteliti, yaitu *servicescape* dan keputusan penggunaan, dimaksudkan agar penulis memiliki pedoman yang kuat dalam melakukan penelitian.

Untuk mengetahui lebih jelas teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikan dalam tabel berikut ini:

TABEL 3.3
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Wawancara	Karyawan Balai Sidang Jakarta Convention Center bidang <i>marketing communication</i> dan <i>convention and exhibition department</i> .
2	Observasi	Aktivitas pelaksanaan <i>servicescape</i> dan keputusan penggunaan.
3	Angket	Perusahaan yang menggunakan Balai Sidang Jakarta Convention Center
4	Studi literature	Mengumpulkan dan mempelajari data dari buku dan jurnal ilmiah untuk informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep terkait masalah penelitian.

Sumber: Hasil pengolahan data (2016)

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh apa suatu alat ukur cocok untuk mengukur apa yang ingin diukur (Situmorang dan Lutfi, 2012). Semakin tinggi tingkat validitas suatu alat ukur, akan semakin mampu mencapai sarasannya (apa yang harus diukur). Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *servicescape* sebagai variabel X dan keputusan penggunaan sebagai variabel Y.

Pengujian validitas dapat dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh masing-masing item dimana korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan berdasarkan ukuran statistik. Untuk perhitungannya, peneliti menggunakan bantuan program *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for windows* dengan kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($r_{tabel} = 0,361$)
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ ($r_{tabel} = 0,361$)
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid apabila tingkat signifikansi $\alpha < 0,05$
4. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid apabila tingkat signifikansi $\alpha > 0,05$

Berdasarkan perhitungan menggunakan *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for windows*, hasil yang didapat ditunjukkan pada Tabel 3.4 di bawah ini.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS ITEM PERTANYAAN SERVICESCAPE
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN

No.	Pertanyaan	R_{tabel}	Sig.	Keterangan
SERVICESCAPE				
<i>Ambient Conditions</i>				
1	Kesesuaian suhu di dalam ruangan	0.601	0.00	Valid
2	Kesesuaian cahaya di dalam ruangan	0.394	0.031	Valid
3	Kesesuaian suara di dalam ruangan	0.690	0.00	Valid
4	Kesesuaian aroma di dalam ruangan	0.648	0.00	Valid
5	Kenyamanan <i>ambient condition</i> pada ruangan	0.651	0.00	Valid
<i>Spatial Layout</i>				
6	Kemudahan akses untuk mencapai ruangan yang digunakan	0.657	0.00	Valid
7	Kemudahan akses untuk mencapai <i>public area</i> (area F&B, <i>smoking area</i>)	0.706	0.00	Valid
8	Kemudahan akses untuk mencapai toilet	0.628	0.00	Valid
9	Kesesuaian semua <i>spatial layout</i>	0.769	0.00	Valid
<i>Functionality</i>				
10	Kelengkapan peralatan Audio Visual yang dimiliki	0.676	0.00	Valid
11	Kelengkapan peralatan pendukung lainnya yang dimiliki (meja, kursi, <i>tableware</i>)	0.659	0.00	Valid
12	Kualitas fasilitas peralatan yang dimiliki	0.679	0.00	Valid
<i>Signs and Symbols</i>				
13	Kejelasan petunjuk arah untuk dilihat	0.653	0.00	Valid
14	Kemudahan memahami maksud dari petunjuk arah	0.548	0.002	Valid
15	Kemudahan memahami simbol yang ada (seperti pada toilet, elevator, jalur evakuasi)	0.417	0.022	Valid

Bersambung ke halaman berikutnya

Lanjutan Tabel 3.4

No.	Pertanyaan	R _{tabel}	Sig.	Keterangan
16	Kemampuan <i>signs</i> dan <i>symbols</i> dalam menyampaikan pesan	0.515	0.004	Valid
Cleanliness				
17	Kebersihan ruangan	0.552	0.002	Valid
18	Kebersihan area toilet	0.410	0.024	Valid
19	Kebersihan <i>public area</i> (area F&B, <i>smoking area</i>)	0.186	0.325	Tidak Valid
20	Kebersihan karyawan	0.215	0.254	Tidak Valid
21	Kebersihan area sekitar	0.365	0.047	Valid
KEPUTUSAN PENGGUNAAN				
Product choice				
22	Keragaman tipe ruang yang ditawarkan oleh BSJCC	0.657	0.00	Valid
23	Kelengkapan fasilitas yang tersedia di BSJCC	0.635	0.00	Valid
24	Keputusan penggunaan ruangan berdasarkan produk dan jasa yang ditawarkan	0.631	0.00	Valid
Brand choice				
25	Kesadaran akan eksistensi BSJCC	0.343	0.063	Tidak Valid
26	Citra BSJCC	0.683	0.00	Valid
27	Keputusan penggunaan ruangan berdasarkan citra BSJCC	0.783	0.00	Valid
Purchase amount				
28	Jumlah ruangan yang digunakan untuk setiap <i>event</i>	0.799	0.00	Valid
29	Frekuensi lama penggunaan ruangan (dalam hitungan hari)	0.608	0.00	Valid
30	Frekuensi penggunaan ruangan (dalam satu tahun)	0.742	0.00	Valid
31	Keputusan penggunaan ruangan berdasarkan jumlah penggunaan	0.780	0,00	Valid
Payment Method				
32	Kemudahan dalam metode pembayaran secara tunai	0.693	0.00	Valid
33	Kemudahan dalam metode pembayaran secara kredit	0.240	0.202	Tidak Valid
34	Kemudahan dalam metode pembayaran secara transfer	0.483	0.007	Valid
35	Keputusan penggunaan ruangan berdasarkan metode pembayaran	0.591	0.001	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data (2016)

Tabel 3.4 diatas menunjukkan hasil validitas untuk seluruh item pertanyaan pada variabel *servicescape* dan keputusan penggunaanyang diajukan kepada perusahaan yang mengadakan MICE di Balai Sidang Jakarta Convention Center. Berdasarkan kriteria pengujian, didapatkan hasil item pertanyaan yang valid sebanyak 31 item dan yang tidak valid sebanyak 4 item dan akan dikeluarkan dari kuesioner.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik (Situmorang dan Lufti,2012).

Uji reliabilitas pada kuesioner penelitian ini akan menggunakan rumus koefisien *Alpha* atau *CronbachAlpha* dengan bantuan program *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for windows*. *Alpha* memiliki nilai antara 0 – 1, jika nilai *Alpha* mendekati 1 maka akan semakin reliable dan jika mendakati 0 maka akan semakin tidak reliable. Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika *cronbach alpha* > 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
2. Jika *cronbach alpha* < 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

TABEL 3.5
HASIL UJI RELIABILITAS CRONBACH ALPHA

NO.	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Koefisien <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	<i>Servicescape</i>	0.899	0.700	Reliabel
2	Keputusan Penggunaan	0.896	0.700	Reliabel

Sumber: Hasil pengolah data (2016)

Berdasarkan pada Tabel 3.5, hasil pengolahan reliabilitas untuk kedua variabel, *servicescape* dan keputusan penggunaandinyatakan reliabel karena skor

cronbach alpha lebih besar dibandingkan dengan koefisien *cronbach alpha* yang bernilai 0.700.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Sekaran dan Bougie (2010:105) mengungkapkan bahwa analisis deskriptif dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui dan mampu menjelaskan karakteristik dari variabel yang diteliti dan karakteristik perusahaan. Analisis data deskriptif dilakukan dengan menggolongkan, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan data-data yang didapat yang selanjutnya dianalisis, sehingga diperoleh gambaran umum tentang variabel berdasarkan beberapa analisis sebagai berikut:

1. Analisis frekuensi adalah distribusi matematikadengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkapkan jumlah dalam persentase. (Naresh K. Malhotra, 2009:480)
2. Analisis *Cross Tabulation* adalah teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan hasil dalam tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dari dua atau lebih variabel yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda. (Naresh K. Malhotra, 2009:493)
3. Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel X yang terdapat di objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal.
 - a. Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden
 - b. Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden
 - c. Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
 - d. Jarak interval = jenjang : banyaknya kelas interval

Presentasi skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100%

Analisis deskriptif variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis data deskriptif tentang *servicescape* yang terdiri dari *ambient conditions* (X1), *spatial layout* (X2), *functionality* (X3), *sign, symbols, artifacts* (X4), dan *cleanliness* (X5).
2. Analisis deskriptif mengenai keputusan penggunaan bagi perusahaan pengguna *venue* yang terdiri dari *product choice, brand choice, purchase amount, payment method*.

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif diperlukan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan secara statistik. Analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data tersebut dilakukan melalui beberapa tahap seperti berikut:

1. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale*. Skala Ordinal merupakan skala yang berbentuk peringkat dan menunjukkan urutan preferensi atau penilaian. Oleh karena itu, skala ordinal perlu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval*(MSI). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah:
 - a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
 - b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
 - c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
 - d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
 - e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut

$$ScaleValue = \frac{(Densityatlowerlimit) - (Densityatupperlimit)}{(Areabelowupperlimit) - (Areabelowlowerlimit)}$$

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Menyusun Data

Menyeleksi data untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

3. Tabulasi Data, yaitu:

- a. Memberi skor pada setiap item
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item
 - c. Menyusun rangking pada setiap item
 - d. Menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian
4. Menganalisis Data, yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.
 5. Pengujian, proses pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan menggunakan analisis regresi berganda.

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi *software* SPSS. Bentuk perumusannya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan :

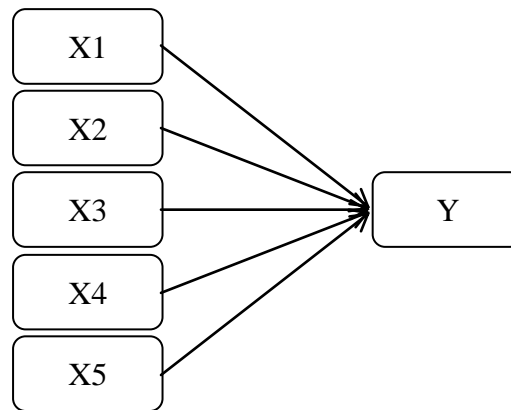
Y = Variabel keputusan penggunaan

X₁ = Variabel *ambient conditions*, X₂ = Variabel *spatial layout*, X₃ = Variabel *functionality*, X₄ = Variabel *sign and symbols*, X₅ = Variabel *cleanliness*

a = Nilai konstanta

b_{1...5} = Koefisien regresi masing-masing variabel bebas (x). Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan.

Analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah minimal variabel bebas adalah dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel bebas yang paling dominan terhadap variabel terikat, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1.



GAMBAR 3.1
REGRESI LINIER BERGANDA

Keterangan:

X1 : *ambient condition*

X4 : *signs and symbols*

X2 : *spatial layout*

X5 : *cleanliness*

X3 : *functionality*

Y : keputusan penggunaan

Beberapa masalah yang muncul perlu terlebih dahulu diadakan pengujian asumsi klasik, sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yaitu distribusi data dengan bentuk lonceng (Situmorang dan Lutfi, 2012:100). Untuk menguji apakah data-data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan metode sebagai berikut:

a. Pendekatan Grafik

Pendekatan grafik yang handal adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan *plotting data residual* akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika menyebar jauh dari diagonal atau mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Pendekatan Histogram

Untuk menguji data normalitas data dapat dilihat dengan kurva normal. Kurva normal yaitu kurva yang memiliki ciri-ciri khusus, salah satu diantaranya adalah bahwa mean, modus, dan median pada tempat yang sama. Jika ketiga tendensi sentral tersebut terletak tidak pada satu tempat maka berarti kurva juling ke kiri atau kekanan.

2. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji adanya hubungan linear yang sempurna atau eksak diantara variabel-variabel bebas dalam model regresi (Situmorang dan Lutfi, 2012:133). Jika terjadi korelasi, maka terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variable independent. Uji multikolinearitas pada penelitian dilakukan dengan matriks korelasi. Pengujian ada tidaknya gejala multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*varians inflation factors*) dan *tolerance*-nya. Jika $VIF > 5$ maka diduga mempunyai persoalan multikolinearitas. Jika $VIF < 5$ maka tidak terdapat multikolinearitas. Jika $Tolerance < 0,1$ maka diduga mempunyai persoalan multikolinearitas. Jika $Tolerance > 0,1$ maka tidak terdapat multikolinearitas.

3. Uji Linearitas Data

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan (Situmorang dan Lutfi, 2012:142). Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linear. Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linear.

4. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antar kesalahan

pengganggu periode t (berada) dan kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya) (Situmorang dan Lutfi, 2012:120).

5. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melihat seberapa besar peranan variabel bebas terhadap variable terikat (Situmorang dan Lutfi, 2012:107). Jika *varians* dari residu atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Dan jika *varians* berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas (Situmorang dan Lutfi, 2012:107). Salah satu cara untuk mendeteksi heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variable terikat yaitu ZPRED dan nilai residualnya SRESID.

6. Uji Koefisien Determinasi

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

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

Sumber : Alma (2007:81)

Keterangan : KD : Nilai Koefisien determinasi
 R^2 : Nilai Koefisien Korelasi

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Teknik analisis regresi berganda akan dilakukan pengujian hipotesis dengan prosedur kerja sebagai berikut:

1. Secara Simultan

Pengujian secara simultan berfungsi untuk membuktikan bahwa setiap variabel bebas (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara serentak. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y.

Rumusan hipotesisnya adalah:

- a. $H_0 : \rho_{YX} = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *servicescape* yang terdiri dari *ambient conditions*, *spatial layout*, *functionality*, *signs and symbols*, dan *cleanliness* terhadap keputusan penggunaan.
- b. $H_a : \rho_{YX} \neq 0$, Terdapat pengaruh yang signifikan antara *servicescape* yang terdiri dari *ambient conditions*, *spatial layout*, *functionality*, *signs and symbols*, dan *cleanliness* terhadap keputusan penggunaan.

2. Secara Parsial

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya X berpengaruh terhadap Y
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

Rumusan hipotesisnya adalah :

- a. $H_0 : \rho_{YX_1} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *ambient conditions* terhadap keputusan penggunaan.
 $H_a : \rho_{YX_1} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *ambient conditions* terhadap keputusan penggunaan.
- b. $H_0 : \rho_{YX_2} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *spatial layout* terhadap keputusan penggunaan.
 $H_a : \rho_{YX_2} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *spatial layout* terhadap keputusan penggunaan.
- c. $H_0 : \rho_{YX_3} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *functionality* terhadap keputusan penggunaan.
 $H_a : \rho_{YX_3} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *functionality* terhadap keputusan penggunaan.
- d. $H_0 : \rho_{YX_4} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *signs and symbols* terhadap keputusan penggunaan.
 $H_a : \rho_{YX_4} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *signs and symbols* terhadap keputusan penggunaan.
- e. $H_0 : \rho_{YX_5} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *cleanliness* terhadap keputusan penggunaan.

Ha : $\rho_{YX_5} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *cleanliness* terhadap keputusan penggunaan.