

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti *authentic atmospherics* dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung. Penelitian ini menggunakan dua variabel, menurut Sekaran (2013:68), variabel adalah segala sesuatu yang memiliki perbedaan atau variasi nilai. Nilai-nilai tersebut dapat berbeda untuk berbagai objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Menurut Sekaran (2013:69) *dependent variable* atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti. Sedangkan *independent variable* atau variabel bebas adalah salah satu yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif atau negatif. Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan pelanggan. Sementara itu yang menjadi variabel independen adalah *authentic atmospherics* yang terdiri dari *furnishing, decoration, music* dan *menu presentation*.

Responden pada penelitian ini adalah pelanggan Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Oleh sebab itu, metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional*. Menurut Sekaran (2013:106) mengemukakan bahwa *cross sectional study* adalah sebuah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini difokuskan pada penelitian tentang pengaruh *authentic atmospherics* terhadap kepuasan pelanggan Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel yang diteliti, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sekaran (2013:100), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu-biasanya karakteristik pasar atau fungsi. Penelitian ini

terdiri dari dua tujuan, yaitu memperoleh hasil temuan berupa gambaran mengenai strategi *authentic atmospherics* dan kepuasan pelanggan di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung.

Sedangkan penelitian verifikatif menurut Maholtra (2009:104) “penelitian verifikatif adalah penelitian untuk menguji kebenaran kausal, yaitu hubungan antara variabel dependen dan independen”. Penelitian verifikatif bertujuan untuk memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan. Penelitian ini akan menguji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh *authentic atmospherics* terhadap kepuasan pelanggan di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung.

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *explanatory survey*. Metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan deskripsi dan hubungan-hubungan antar variabel. Menurut Silalahi (2012:30) penelitian eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Dalam suatu penelitian perlu adanya penjabaran melalui operasional variabel agar dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analisis. Menurut Ker Linger dalam Silalahi (2012:119) mengungkapkan bahwa:

Definisi operasional melekatkan pada suatu konstruk dengan cara menetapkan kegiatan-kegiatan atau tindakan-tindakan yang perlu untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut. Kemungkinan lainnya, suatu definisi operasional merupakan spesifikasi kegiatan peneliti dalam mengukur suatu variabel atau memanipulasikannya. Suatu definisi operasional merupakan semacam buku pegangan yang berisi petunjuk bagi peneliti. Singkatnya, operasionalisasi sebagai batasan atau arti dari suatu variabel dengan merinci hal yang harus dikerjakan oleh peneliti untuk mengukur variabel tersebut.

Penelitian ini memiliki variabel-variabel yang akan diteliti dan bersifat saling mempengaruhi. Variabel tersebut adalah variabel bebas, variabel kontrol dan variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel sebab atau sesuatu yang mengondisikan terjadinya perubahan dari variabel lain. Menurut Runyan dan

Harber dalam Silalahi (2012:113) “*Independent variabel is a variabel that is examined in order to determine its effects on an outcome of interest (the dependent variabel)*”.

Variabel yang dikaji dan dianalisis dalam penelitian ini meliputi: *independent variable* yaitu *authentic atmospherics* (X) yang memiliki empat dimensi yaitu *furnishing*, *decoration*, *music* dan *menu presentation*. Variabel lainnya yang diteliti adalah kepuasan pelanggan (Y). Secara lebih rinci dapat terlihat pada Tabel 3.1 berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

VARIABEL/ SUB VARIABEL	KONSEP VARIABEL DAN SUB VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO ITEM
<i>Authentic Atmospherics</i> (X)	<i>Authentic atmospherics</i> adalah penggunaan “seni, etnik, dekorasi, musik, teras luar, nama, dan berbagai penanda klasik untuk membuat sebuah pengaturan khusus yang menempatkan tuntutan untuk menjadi cerminan dari beberapa keeksotisan tapi mampu mengenalkan suatu budaya.” (Beardsworth dan Bryman, 1999; Liu dan Jang, 2009, dalam Jang et al, 2011:667)				
<i>Furnishing</i> (X ₁)	<i>Furnishing</i> merupakan salah satu komponen desain yang paling penting yang dapat mempengaruhi persepsi dan evaluasi konsumen (Jang et al, 2011:667)	Kenyamanan	Tingkat kenyamanan meja	Ordinal	1
			Tingkat kenyamanan kursi	Ordinal	2
		Keotentikan <i>furnishing</i>	Tingkat keotentikan <i>furnishing</i> yang dipakai	Ordinal	3
		Kemenarikan <i>furnishing</i>	Tingkat kemenarikan <i>furnishing</i> yang dipakai	Ordinal	4
<i>Decoration</i> (X ₂)	<i>Decoration</i> adalah item yang paling penting yang terkait dengan keaslian di restoran (Jang et al, 2011:667).	Kesesuaian penempatan meja dan kursi dengan tata ruang	Tingkat kesesuaian penempatan seperti meja dan kursi makan dengan tata ruang	Ordinal	5
			Keotentikan dekorasi	Tingkat keotentikan dekorasi yang ditampilkan	Ordinal
		Kemenarikan dekorasi	Tingkat kemenarikan dekorasi yang ditampilkan	Ordinal	7
<i>Music</i> (X ₃)	<i>Music</i> merupakan perwakilan dari budaya tertentu (Jang et al, 2011:667).	Kesesuaian volume musik	Tingkat kesesuaian volume musik dengan ciri khas restoran	Ordinal	8
			Keotentikan musik	Tingkat keotentikan musik yang diputar	Ordinal

<i>Menu Presentation</i> (X ₄)	<i>Menu presentation, mengacu pada bagaimana suatu makanan secara menarik digambarkan sebagai isyarat nyata untuk evaluasi persepsi pelanggan (Jang et al, 2011:667)</i>	Keotentikan <i>menu presentation</i>	Tingkat kesesuaian menu dengan keotentikannya	Ordinal	10
		Kesesuaian jenis makanan	Tingkat variasi jenis makanan yang disajikan	Ordinal	11
		Kemenarikan <i>menu presentation</i>	Tingkat kemenarikan presentasi makanan dan minuman yang disajikan	Ordinal	12
		Perasaan puas terhadap <i>menu presentation</i>	Tingkat perasaan puas terhadap presentasi makanan dan minuman	Ordinal	13
		Kesesuaian menu	Tingkat kesesuaian menu pada gambar dengan menu yang disajikan	Ordinal	14
		Rasa dari <i>menu presentation</i>	Tingkat penilaian terhadap citarasa menu makanan dan minuman yang dipresentasikan	Ordinal	15
Kepuasan pelanggan (Y)	Kepuasan adalah sejauh mana kinerja harapan pembeli. (Kotler dan Armstrong, 2014:42)		suatu produk yang dirasakan cocok dengan		
<i>Furnishing</i>			Tingkat kepuasan terhadap kenyamanan meja	Ordinal	16
			Tingkat kepuasan terhadap kenyamanan kursi	Ordinal	17
			Tingkat kepuasan terhadap keotentikan <i>furnishing</i> yang dipakai	Ordinal	18
			Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan <i>furnishing</i> yang dipakai	Ordinal	19
<i>Decoration</i>			Tingkat kepuasan terhadap kesesuaian penempatan seperti meja dan kursi makan dengan tata ruang	Ordinal	20
			Tingkat kepuasan terhadap keotentikan dekorasi yang ditampilkan	Ordinal	21
			Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan dekorasi yang ditampilkan	Ordinal	22

<i>Music</i>	Tingkat kepuasan terhadap kesesuaian volume musik dengan ciri khas restoran	Ordinal	23
	Tingkat kepuasan terhadap keotentikan musik yang diputar	Ordinal	24
<i>Menu Presentation</i>	Tingkat kepuasan terhadap kesesuaian menu dengan keotentikannya	Ordinal	25
	Tingkat kepuasan terhadap variasi jenis makanan yang disajikan	Ordinal	26
	Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan presentasi makanan dan minuman yang disajikan	Ordinal	27
	Tingkat kepuasan terhadap perasaan puas terhadap presentasi makanan dan minuman	Ordinal	28
	Tingkat kepuasan terhadap kesesuaian menu pada gambar dengan menu yang disajikan	Ordinal	29
	Tingkat kepuasan terhadap citarasa menu makanan dan minuman yang dipresentasikan	Ordinal	30

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu. Sumber data merupakan gejala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumber data yang ada, maka jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

Menurut Sanusi (2012:103) data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

JENIS DATA	SUMBER
Data Sekunder	
Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Tahun 2013-2015	Pusdatin Kemenparekraf & BPS 2016
Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Jawa Barat Tahun 2013-2015	Disparbud Jabar 2016
Data Jenis-Jenis Restoran Di Bandung	Pengolahan Data dari Berbagai Sumber 2016
Data Kepuasan Restoran Sunda di Lembang	Trip Advisor 2016
Jumlah Pengunjung Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung Tahun 2013-2015	<i>Management</i> Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung 2016
Data Kepuasan Pelanggan Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung	Survey Pra Penelitian 2016
Data Strategi Pemasaran Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung	<i>Management</i> Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung 2016
Data Implementasi Atribut <i>Authentic Atmospherics</i> Di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung	<i>Management</i> Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung 2016
Data Primer	
Tanggapan Pelanggan Mengenai <i>Authentic Atmospherics</i> di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung	Penyebaran Kuesioner pada Pelanggan Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung sebagai Responden Penelitian
Tanggapan Pelanggan Mengenai Kepuasan Pelanggan di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung	Penyebaran Kuesioner pada Pelanggan Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung sebagai Responden Penelitian

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Di dalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data tersebut digunakan dalam mengambil keputusan untuk menguji hipotesis. Menurut Sekaran (2013:240),

populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung dengan data sebagai berikut:

TABEL 3.3
JUMLAH PENGUNJUNG SAPU LIDI RESTO, RESORT, AND GALLERY
BANDUNG
TAHUN 2013-2015

BULAN	TAHUN		
	2013	2014	2015
Januari	22,335	24375	22,678
Februari	11,789	12779	12,897
Maret	13,678	15878	14,678
April	14,332	15932	15,98
Mei	13,476	14976	15,654
Juni	15,891	15800	15,999
Juli	15,389	15999	17,889
Agustus	12,456	14756	14,556
September	12,354	14754	12,384
Oktober	10,791	13991	11,991
November	11,792	17892	12,992
Desember	25,678	26978	28,888
JUMLAH	179,961	204.110	182.587

Sumber: *Management Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung 2016*

Maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan dari Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung yang berjumlah 182.587 pada tahun 2015.

3.2.4.2 Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Menurut Sekaran (2013:241) sampel adalah bagian dari populasi. Sampel demikian subkelompok atau bagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti harus mampu menarik kesimpulan yang digeneralisasikan.

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

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

Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah. Tabachnick dan Fidel (2013:123), mengemukakan pengukuran tersebut yaitu dengan rumus:

$$N \geq 50 + 8m$$

atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan:

m = jumlah variabel

N = jumlah sampel

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

$$N \geq 50 + 8m$$

$$N \geq 50 + 8.5$$

$$N \geq 50 + 40$$

$$N \geq 90$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 90 orang responden dan peneliti akan menggunakan 100 orang responden sebagai sampel.

3.2.4.3 Teknik Sampel

Teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Sekaran (2013:244) sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *systematic random sampling* dikarenakan populasinya sejenis (homogen) dan dapat dilakukan secara acal tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Metode tersebut dipilih agar peneliti dapat dengan mudah menentukan

objek untuk dijadikan sampel dengan tetap menerapkan aturan yang mana pada setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama.

Systematic random sampling merupakan teknik *probability sampling* yang akan digunakan karena populasinya dianggap *homogeny* dan dapat digunakan tanpa pengetahuan bingkai. Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan *systematic random sampling*:

1. Menentukan responden yang akan dijadikan penelitian yaitu pelanggan yang melakukan pembelian di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung.
2. Menentukan sebuah *check point* pada objek yang akan diteliti, dalam hal ini adalah *check point* nya yaitu Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung dan pelanggan yang melakukan pembelian di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung.
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan *sampling*. Waktu yang digunakan pada saat pelanggan restoran telah selesai makan dan dalam keadaan santai, peneliti menyebarkan kuesioner pada target responden yang dituju.
4. Melaksanakan orientasi lapangan secara cermat, terutama pada *check point*. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama, atau dasar kepadatan pengunjung, penyebaran kuesioner dilakukan secara acak.
5. Menentukan ukuran sampel atau n yaitu sebanyak 100 responden.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sekaran (2013:116), teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Ada beberapa metode pengumpulan data, masing-masing dengan kelebihan dan kekurangan tersendiri. Masalah diteliti dengan menggunakan metode yang tepat sangat meningkatkan nilai penelitian. Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan objek yang sedang diteliti dan diharapkan dapat menunjang penelitian, penulis melakukan pengumpulan data dengan cara:

1. Wawancara, adalah kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara melakukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian. Teknik

wawancara dilakukan dengan maksud untuk mendapat informasi langsung dari responden. Responden dalam penelitian ini yaitu pelanggan di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung.

2. Observasi, merupakan metode pengumpulan data primer mengenai perilaku manusia serta berbagai fenomena kegiatan bisnis tanpa mengajukan pertanyaan atau intraksi dengan individu-individu yang diteliti. Observasi ini dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti, khususnya strategi *authentic atmospherics* yang dilakukan oleh Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung.
3. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuisisioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden mengenai *authentic atmospherics* pada Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung dan kepuasan pelanggan. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang sedang diteliti dengan cara mencari informasi dari sumber langsung melalui pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pada selembar kertas kepada responden. Setelah diisi oleh responden, pertanyaan tersebut dikumpulkan dan setelah itu dikaji untuk menjadi sebuah data yang nyata.
4. Studi literatur, yaitu berupa usaha pengumpulan informasi yang berkaitan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel penelitian yang terdiri dari *authentic atmospherics* dan kepuasan pelanggan. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang berkaitan dengan penelitian.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas dari variabel *authentic atmospherics* sebagai instrumen variabel (X) dan kepuasan pelanggan sebagai variabel (Y). Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 21 for windows*.

Menurut Sekaran (2013:225), validitas 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.

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

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas menurut Sekaran (2008:110) adalah sebagai berikut :

1. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment* yang rumusnya sebagai berikut :

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

Sumber : Sugiyono (2011:183)

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi skor item dan skor total item

n = Jumlah responden

x = Skor per item dalam variabel

y = Skor total item dalam variabel

$\sum x$ = 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

Namun, dalam penelitian ini menguji validitas data menggunakan program SPSS *Statistic 21 for windows*. Adapun Langkah-langkah yang dilakukan untuk

menguji validitas dengan menggunakan program SPSS *Statistic 21 for windows* adalah sebagai berikut:

1. Distribusi data pada excel *copy* ke SPSS di *dataview*.
2. Klik *variable view* lalu isi kolom *name* dengan nama item pertanyaan.
3. Klik *analyze, correlate, bivariate*.
4. Keluar jendela baru pada layar, selanjutnya pindahkan seluruh data pada kolom kiri ke kolom *variables*.
5. Tentukan Uji *Correlate*, contreng *Pearson* pada *Correlate Coeffisien* dan tekan OK.
6. Maka hasil validitas akan muncul di *output*.

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan r tabel dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *authentic atmospherics* sebagai variabel X, kepuasan pelanggan sebagai variabel Y. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 21 for windows*. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti kepada responden penelitian.

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS ITEM PERTANYAAN
AUTHENTIC ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

No.	Pertanyaan	rhitung	Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
<i>Authentic Atmospherics</i>					
A. Furnishing					
1.	Kenyamanan meja	0,859	0,000	0,05	Valid

2.	Kenyamanan kursi	0,852	0,000	0,05	Valid
3.	Keotentikan <i>furnishing</i> yang dipakai	0,870	0,000	0,05	Valid
4.	Kemenarikan <i>furnishing</i> yang dipakai	0,851	0,000	0,05	Valid
B. Decoration					
1.	Kesesuaian penempatan seperti meja dan kursi makan dengan tata ruang	0,877	0,000	0,05	Valid
2.	Keotentikan dekorasi yang ditampilkan	0,928	0,000	0,05	Valid
3.	Kemenarikan dekorasi yang ditampilkan	0,800	0,000	0,05	Valid
C. Music					
1.	Kesesuaian volume musik dengan ciri khas restoran	0,950	0,000	0,05	Valid
2.	Keotentikan musik	0,953	0,000	0,05	Valid
D. Menu Presentation					
1.	Kesesuaian menu dengan keotentikannya	0,786	0,000	0,05	Valid
2.	Variasi jenis makanan yang disajikan	0,806	0,000	0,05	Valid
3.	Kemenarikan presentasi makanan dan minuman yang disajikan	0,832	0,000	0,05	Valid
4.	Perasaan puas terhadap presentasi makanan dan minuman	0,678	0,000	0,05	Valid
5.	Kesesuaian menu pada gambar dengan menu yang disajikan	0,698	0,000	0,05	Valid
6.	Penilaian terhadap citarasa menu makanan dan minuman yang dipresentasikan	0,661	0,000	0,05	Valid
Kepuasan Pelanggan					
A. Furnishing					
1.	Kepuasan terhadap kenyamanan meja	0,506	0,004	0,05	Valid
2.	Kepuasan terhadap kenyamanan kursi	0,832	0,000	0,05	Valid
3.	Kepuasan terhadap keotentikan <i>furnishing</i> yang dipakai	0,870	0,000	0,05	Valid
4.	Kepuasan terhadap kemenarikan <i>furnishing</i> yang dipakai	0,718	0,000	0,05	Valid

B. Decoration					
1.	Kepuasan terhadap kesesuaian penempatan seperti meja dan kursi makan dengan tata ruang	0,772	0,000	0,05	Valid
2.	Kepuasan terhadap keotentikan dekorasi yang ditampilkan	0,814	0,000	0,05	Valid
3.	Kepuasan terhadap kemenarikan dekorasi yang ditampilkan	0,682	0,000	0,05	Valid
C. Music					
1.	Kepuasan terhadap kesesuaian volume musik dengan ciri khas restoran	0,804	0,000	0,05	Valid
2.	Kepuasan terhadap keotentikan musik yang diputar	0,580	0,001	0,05	Valid
D. Menu Presentation					
1.	Kepuasan terhadap kesesuaian menu dengan keotentikannya	0,761	0,000	0,05	Valid
2.	Kepuasan terhadap variasi jenis makanan yang disajikan	0,448	0,013	0,05	Valid
3.	Kepuasan terhadap kemenarikan presentasi makanan dan minuman yang disajikan	0,666	0,000	0,05	Valid
4.	Kepuasan terhadap perasaan puas terhadap presentasi makanan dan minuman	0,644	0,000	0,05	Valid
5.	Kepuasan terhadap kesesuaian menu pada gambar dengan menu yang disajikan	0,701	0,000	0,05	Valid
6.	Kepuasan terhadap citarasa menu makanan dan minuman yang dipresentasikan	0,756	0,000	0,05	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2016

Tabel 3.4 menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel *authentic atmospherics* (X) dan variabel kepuasan pelanggan (Y) dinyatakan valid

karena nilai signifikansinya kurang dari 0,05 sehingga dapat dilanjutkan untuk melakukan penelitian.

3.2.6.2 Pengujian Realibilitas

Instrumen penelitian disamping harus valid juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Pengujian realibilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data tersebut menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan dan konsistensinya di dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada saat yang berbeda.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan (keterandalan) alat pengumpulan data (instrumen) yang digunakan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan yang realibel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Menurut Malhotra (2009:317), Reliabilitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila diukur beberapa kali dengan alat ukur yang sama. Menurut Sekaran (2013:225), reliabilitas adalah cara pengujian mengenai seberapa konsisten konsep alat ukur tersebut.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum s_i^2}{S_t^2} \right]$$

Sumber : Husein Umar (2009:170)

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

S_t^2 = varians total

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

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

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

Keterangan :

s_i^2 = Varian

$\sum x$ = Jumlah skor

n = Jumlah variabel total

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS *Statistic 21 for windows*. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. Buka program SPSS
2. Buka data yang akan diuji reliabilitasnya
3. Klik *Analyze > Scale > Reliability Analysis*
4. Kemudian akan muncul kotak dialog *Reliability Analysis*. Pindahkan semua variabel ke dalam kotak sebelah kanan, dengan cara klik tanda panah yang terdapat diantara kedua kotak tersebut
5. Klik statistik, kemudian muncul kotak dialog baru yakni *Reliability Analysis: Statistics*. Beri tanda centang pada *Butir*, *Scale* dan *Scale if butirdeleted* pada kotak "*Descriptive for*". Selanjutnya klik *Continue*. Klik OK

Maka akan muncul secara otomatis *output* untuk mengetahui data tersebut apakah *reliable* atau tidak yang dapat dilihat dari nilai alpha. Data akan *reliable* bila nilai alpha lebih besar daripada nilai pada R Tabel.

Cronbach Alpha merupakan keadaan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi atau satu sama lain. *Cronbach Alpha* dihitung dalam hal rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *Cronbach Alpha* dengan angka 1 maka semakin tinggi keandalan konsistensi internal (Sekaran, 2006 :177)

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sbagai berikut:

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

Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti kepada responden penelitian.

TABEL 3.5
HASIL UJI RELIABILITAS CRONBACH'S ALPHA

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien (Cronbach's Alpha)	Keterangan
1.	<i>Authentic Atmospheric</i>	0,869	0,70	Reliabel
2.	Kepuasan Pelanggan	0,764	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2016

Berdasarkan tabel 3.5 dapat diketahui bahwa hasil tingkat reliabilitas untuk *authentic atmospheric* dan kepuasan pelanggan lebih besar dari 0,70, sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini reliabel atau dapat dipercaya.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Data yang diperoleh dan dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Maka dari itu, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

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

1. Analisis frekuensi adalah distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkapkan jumlah dalam persentase. (Malhotra, 2009:480)
2. Analisis *Cross Tabulation* adalah teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan hasil dalam tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dari dua atau lebih variabel yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda. (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 \times jumlah item \times jumlah responden
 - b. Nilai indeks minimum = skor terendah \times jumlah item \times jumlah responden
 - c. Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
 - d. Jarak interval = jenjang : banyaknya kelas interval
4. Analisis data deskriptif mengenai *authentic atmospherics* di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung melalui empat dimensi yaitu *furnishing, decoration, music* dan *menu presentation*..
5. Analisis data deskriptif mengenai kepuasan pelanggan di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung.

3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Analisis berikutnya adalah analisis verifikatif. Analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. *Method of Successive Interval* (MSI)

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi atau penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut :

- 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 :

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area below upper limit}) - (\text{Area below lower limit})}$$

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

2. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

3. Tabulasi data

Tabulasi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

4. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu *authentic atmospherics* yang terdiri dari *furnishing*, *decoration*, *music* dan *menu presentation*. Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan.

Persamaan regresi linier berganda empat variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut

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

Sumber: Silalahi (2009:431)

Keterangan : Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan (kepuasan pelanggan)

a = Harga Y

b = Angka arah koefisien berganda

$X_1 = \textit{Furnishing}$

$X_2 = \textit{Decoration}$

$X_3 = \textit{Music}$

$X_4 = \textit{Menu presentation}$

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut :

1 Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

2 Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu

3 Uji Linieritas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan dalam suatu empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji ini akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik. Uji linearitas bertujuan untuk memastikan hubungan antara variabel X dengan variabel Y bersifat linear, kuadrat atau dalam derajat lebih tinggi.

4 Uji 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).

5 Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

6. Analisis Korelasi (R)

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Adapun interpretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi adalah sebagai berikut:

TABEL 3.6
INTEPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2012:184)

7. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Silalahi (2009:375)

mengungkapkan koefisien ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi perubahan dalam satu variabel (dependen) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independen). $R^2 = 0$, maka tidak ada sedikitpun persentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

Sumber : Alma (2007:81)

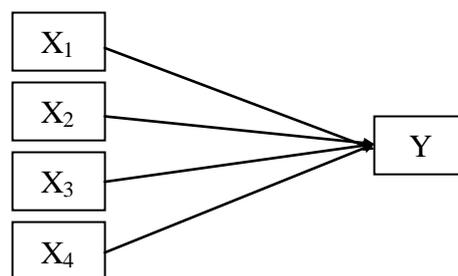
Keterangan:

KP = Nilai Koefisien determinasi

R = Nilai Koefisien Korelasi

Menurut Silalahi (2009:423), pengujian hipotesis menggunakan regresi berganda bertujuan mengetahui hubungan antara satu variabel dan dua atau lebih variabel lainnya secara simultan sungguh dipertimbangkan. Korelasi ganda merupakan hubungan secara bersama-sama antara dua atau lebih variabel dengan variabel lain.

Analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling domain terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut :



GAMBAR 3.1
REGRESI BERGANDA

Keterangan :

$X_1 = \textit{Furnishing}$

$X_2 = \textit{Decoration}$

$X_3 = \text{Music}$

$X_4 = \text{Menu Presentation}$

$Y = \text{Kepuasan pelanggan}$

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_1 diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini dilakukan secara simultan dan parsial. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Secara Simultan

Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus Sudjana (1996 :369)

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan: R = Nilai korelasi

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah

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

$F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *authentic atmospherics* yang terdiri dari *furnishing, decoration, music* dan *menu presentation* terhadap kepuasan pelanggan.

$F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara *authentic atmospherics* yang terdiri dari *furnishing, decoration, music* dan *menu presentation* terhadap kepuasan pelanggan.

2. Secara Parsial

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus Sudjana (1996 :62)

$$t = r \sqrt{\frac{n - 2}{1 - r^2}}$$

Keterangan:

r = Nilai korelasi

n = Jumlah responden

r² = Besarnya pengaruh

Pengujian hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis pada pengujian parsial dapat ditulis sebagai berikut

- a. Ho : $PYX_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *furnishing* terhadap kepuasan pelanggan.
Ha : $PYX_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara *furnishing* terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Ho : $PYX_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *decoration* terhadap kepuasan pelanggan.
Ha : $PYX_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara *decoration* terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Ho : $PYX_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *music* terhadap kepuasan pelanggan.
Ha : $PYX_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara *music* terhadap kepuasan pelanggan.
- d. Ho : $PYX_4 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *menu presentation* terhadap kepuasan pelanggan.
Ha : $PYX_4 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara *menu presentation* terhadap kepuasan pelanggan.