

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti mengenai pengaruh dari *restaurant attributes* terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Y pada restoran sunda di Kota Bandung dengan menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran. Penelitian ini menggunakan dua variabel, menurut Sugiyono (2014:38), variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Dua variabel yang terdapat dalam penelitian ini, yakni: *independent variable* (variabel bebas) menurut Sugiyono (2014:39) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *restaurant attributes* yang terdiri dari *food quality*, *service quality* dan *atmosphere*. Sedangkan yang menjadi *dependent variable* (variabel terikat) Menurut Sugiyono (2014:39) *dependent variable* atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen generasi Y.

Objek penelitian dari penelitian ini adalah konsumen pada restoran sunda di Kota Bandung khususnya konsumen generasi Y yaitu konsumen yang lahir pada tahun 1977-1997. Berdasarkan objek penelitian tersebut, diteliti mengenai pengaruh *restaurant attributes* terhadap kepuasan konsumen generasi Y pada restoran sunda di Kota Bandung. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Oleh sebab itu, metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional*. Menurut Uma Sekaran (2013:106) mengemukakan bahwa *cross sectional study* adalah sebuah penelitian di mana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

3.2.1.1 Jenis Penelitian

Mengacu pada jenis variabel yang digunakan, maka penelitian ini merupakan penelitian *non eksperimental* yang bersifat deskriptif dan verifikatif. Menurut Uma Sekaran (2013:100) penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama untuk mendeskripsikan sesuatu biasanya penjelasan mengenai karakteristik pasar atau fungsi. Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi mengenai gambaran *restaurant attributes*, dan gambaran kepuasan konsumen generasi Y. Sedangkan penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2014:55) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi mengenai pengaruh *restaurant attributes* terhadap kepuasan konsumen generasi Y, selain itu juga akan diuji hipotesis pengaruh *restaurant attributes* terhadap kepuasan konsumen generasi Y padarestoran sunda di Kota Bandung dengan mengumpulkan data-data yang berada di lapangan.

3.2.1.2 Metode yang Digunakan

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan, yakni deskriptif dan kausalitas(verifikatif), maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dan metode *explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2014:8) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai berikut: metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dan metode *explanatory survey* menurut Sugiyono (2014:11) mendefinisikan 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.

Penelitian dengan menggunakan metode *explanatory survey*, informasi akan didapatkan langsung dari sebagian populasi yang dikumpulkan langsung dari objek yang akan diteliti dengan tujuan mengetahui pendapat dari sebagian populasi tersebut terhadap objek yang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Noor (2013:97) yang dimaksud dengan operasionalisasi variabel adalah bagian yang mendefinisikan sebuah konsep atau variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) Penelitian ini mengkaji dua variabel yaitu variabel *restaurant attributes* sebagai variabel bebas (*independent*) dan variabel kepuasan konsumen generasi Y sebagai variabel terikat (*dependent*).

Konsep operasional variabel dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur skor atau nilai dari *restaurant attributes* (X) yang terdiri dari *food quality*, *service quality* dan *atmosphere* sebagai variabel yang mempengaruhi, dan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel yang dipengaruhi yang terdiri dari *expected* dan *perceived*. Operasionalisasi variabel-variabel tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
<i>Restaurant Attributes</i> (X)	“ <i>Food, service & ambience/atmosphere are the three most commonly agreed-upon attributes of restaurant quality</i> ” Harrington et. al.(2012)				
<i>Food Quality</i> (X₁)	<i>Food quality</i> merupakan dimensi yang paling penting dalam restoran dan ditentukan berdasarkan <i>presentation, variety, healthy options, taste, freshness</i> dan <i>temperature</i> dari	1. <i>Presentation</i>	Tingkat daya tarik presentasi makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal</i>	III A.1
			Tingkat kesesuaian porsi makanan dan minuman yang disajikan		
			Tingkat kualitas rasa makanan	<i>Ordinal</i>	III A.3

	restoran. Namkung & Jang,2007; Harrington <i>et. al</i> (2012)	2. <i>Taste</i>	dan minuman yang disajikan Tingkat kesesuaian tekstur dari makanan yang disajikan	<i>Ordinal</i>	III A.4
		3. <i>Temperature</i>	Tingkat kesesuaian temperatur dari makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal</i>	III A.5
		4. <i>Menu Variety</i>	Tingkat kemenarikan variasi menu makanan & minuman	<i>Ordinal</i>	III A.6
		5. <i>healthy food options</i>	Tingkat keberagaman menu makan sehat	<i>Ordinal</i>	III A.7
		6. <i>freshness</i>	Tingkat kesegaran makanan dan minuman saat disajikan	<i>Ordinal</i>	III A.8
		<i>Service Quality</i> (X₂)	<i>Service Quality</i> adalah penilaian pelanggan dari keseluruhan layanan yang luar biasa atau <i>superiority</i> dari restoran. Harrington <i>et. al</i> (2012)	1. <i>Reliability</i>	Tingkat kemampuan pegawai saat melayani konsumen
2. <i>Responsive- ness</i>	Tingkat kemampuan memberikan bantuan kepada konsumen			<i>Ordinal</i>	III B.2
3. <i>Assurance</i>	Tingkat keakuratan informasi mengenai produk & harga			<i>Ordinal</i>	III B.3
4. <i>Emphaty</i>	Tingkat kepedulian pegawai dalam mengerti kebutuhan konsumen.			<i>Ordinal</i>	III B.4

		5. <i>Tangibles</i>	Tingkat kerapihan dan kebersihan penampilan pegawai	<i>Ordinal</i>	III B.5
			Tingkat kebersihan peralatan makan dan minum	<i>Ordinal</i>	III B.6
<i>Atmosphere (X₃)</i>	Segala sesuatu yang membuat konsumen merasa rileks dan menikmati suasana selama mereka berada di sebuah restoran Ha & Jang, 2012; Harrington <i>et. al</i> (2012)	1. <i>Ambient Factor</i>	Tingkat kesesuaian aroma pada area restoran	<i>Ordinal</i>	III C.1
			Tingkat kebisingan suara pada area restoran	<i>Ordinal</i>	III C.2
			Tingkat kenyamanan dengan musik yang diputar di area restoran	<i>Ordinal</i>	III C.3
			Tingkat kenyamanan dengan tata pencahayaan di area restoran	<i>Ordinal</i>	III C.4
		2. <i>Design Factor</i>	Tingkat kemenarikan design exterior restoran	<i>Ordinal</i>	III C.5
			Tingkat kemenarikan design interior restoran	<i>Ordinal</i>	III C.6
			Tingkat kesesuaian pengaturan layout agar konsumen leluasa bergerak dalam area restoran	<i>Ordinal</i>	III C.7
		3. <i>Social Factors</i>	Tingkat interaksi sosial antara pegawai dengan	<i>Ordinal</i>	III C.8

		konsumen di restoran		
		Tingkat interaksi sosial antara konsumen dengan konsumen lainnya di restoran	<i>Ordinal</i>	III C.9
Kepuasan Konsumen (Y)		<i>“the customer’s evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met the customer’s needs and expectations.”</i> Zeithaml Et. Al (2013:80)		
	Perbandingan antara kenyataan (<i>perceived</i>) dan harapan (<i>expectation</i>) dengan <i>food quality</i>	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan daya tarik presentasi makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal</i>	III A.1
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kesesuaian porsi makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal</i>	III A.2
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kualitas rasa makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal</i>	III A.3
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kesesuaian tekstur dari	<i>Ordinal</i>	III A.4

	makanan yang disajikan		
	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kesesuaian temperatur dari makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal</i>	III A.5
	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kemenarikan variasi menu makanan & minuman	<i>Ordinal</i>	III A.6
	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan keberagaman menu makan sehat	<i>Ordinal</i>	III A.7
	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kesegaran makanan dan minuman saat disajikan	<i>Ordinal</i>	III A.8
	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kemampuan pegawai saat melayani pelanggan	<i>Ordinal</i>	III B.1
	Tingkat	<i>Ordinal</i>	III

	perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kemampuan memberikan bantuan dari pegawai			B.2
	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan keakuratan informasi mengenai produk	<i>Ordinal</i>		III B.3
	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kepedulian pegawai dalam mengerti kebutuhan konsumen.	<i>Ordinal</i>		III B.4
	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kerapuhan dan kebersihan penampilan pegawai	<i>Ordinal</i>		III B.5
	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kebersihan peralatan makan dan minum	<i>Ordinal</i>		III B.6
Perbandingan antara kenyataan	Tingkat perbandingan antara	<i>Ordinal</i>		III C.1

<p>(<i>perceived</i>) dan harapan (<i>expectation</i>) dengan <i>atmosphere</i></p>	<p>kenyataan dan harapan dengan kesesuaian aroma pada area restoran</p>		
	<p>Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kebisingan suara pada area restoran</p>	<i>Ordinal</i>	III C.2
	<p>Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kenyamanan dengan musik yang diputar di area restoran</p>	<i>Ordinal</i>	III C.3
	<p>Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kenyamanan dengan tata pencahayaan di area restoran</p>	<i>Ordinal</i>	III C.4
	<p>Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kemenarikan design exterior restoran</p>	<i>Ordinal</i>	III C.5
	<p>Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kemenarikan design interior restoran</p>	<i>Ordinal</i>	III C.6
	<p>Tingkat</p>	<i>Ordinal</i>	III

	perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kesesuaian pengaturan layout agar konsumen leluasa bergerak dalam area restoran		C.7
	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan interaksi sosial antara pegawai dengan konsumen di restoran	<i>Ordinal</i>	III C.8
	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan interaksi sosial antara konsumen dengan konsumen lainnya di restoran	<i>Ordinal</i>	III C.9

Sumber: Diolah dari Berbagai Sumber Literatur (2017)

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Segala sesuatu yang dapat memberikan informasi atau data yang dibutuhkan dalam kegiatan penelitian disebut dengan sumber data penelitian. Riduan (2010:106) mengemukakan bahwa “Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi dan keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta”. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Dijelaskan lebih lanjut oleh Uma Sekaran (2013:113) sebagai berikut:

1. Data Primer: data primer merupakan informasi yang diperoleh peneliti secara *first-hand* atau tangan pertama mengenai variabel-variabel yang diteliti untuk mencapai tujuan penelitian. (Data Primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian secara empirik kepada responden langsung dengan menggunakan tehnik pengumpulan data berupa observasi, wawancara maupun penyebaran kuesioner kepada sumber data).
2. Data Sekunder merupakan informasi yang telah dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada. Data sekunder merupakan struktur dan historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. (Data sekunder adalah data yang dikumpulkan atau hasil penelitian pihak lain. Adapun data sekunder dari penelitian ini adalah data pendukung dari buku lain yang diperoleh penulis yang dianggap sesuai dengan topik penelitian).

Pada penelitian ini data primer diperoleh dari hasil penelitian secara empirik melalui wawancara langsung kepada pihak pengelola Alas Daun, Dapoer Pandan Wangi dan Sambara dan penyebaran kuesioner kepada konsumen Alas Daun, Dapoer Pandan Wangi dan Sambara sebagai responden. Sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal-jurnal ilmiah, data publikasi lembaga, artikel majalah *online*, serta sumber informasi lainnya. Data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian dijelaskan dalam Tabel 3.2 berikut :

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data	
			Sekunder	Primer
1	Kepuasan konsumen Generasi Y pada pemilihan restoran bertema tradisional dan modern	Penyebaran Kuisoner	-	✓
2.	Data populasi Alas Daun, Dapoer Pandan Wangi dan Sambara tahun 2016.	<i>Management</i> Alas Daun, Dapoer Pandan Wangi dan Sambara		✓
3.	Jumlah Restoran di Kota Bandung tahun 2014	Disparbud 2015	✓	-
4.	Restoran sunda yang paling banyak di rekomendasikan di Kota Bandung	Google & Tripadvisor 2017	✓	-

Sumber: Hasil pengolahan data 2017

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Dalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Menurut Sugiyono (2014:119), populasi didefinisikan sebagai berikut: “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.”

Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah konsumen generasi Y dengan rentang umur 1977-1997 di Alas Daun, Dapoer Pandan Wangi dan Sambara.

Menurut wawancara yang dilakukan peneliti terhadap pihak restoran mengestimasi bahwa 70% konsumen restoran Alas Daun merupakan konsumen generasi Y, sedangkan restoran Dapoer Pandan Wangi 60% konsumen merupakan generasi Y dan konsumen restoran Sambara 80% merupakan generasi Y. Di bawah ini adalah jumlah populasi restoran Alas Daun, Dapoer Pandan Wangi dan Sambara.

TABEL 3.3
JUMLAH POPULASI RESTORAN ALAS DAUN, PANDAN WANGI DAN SAMBARA TAHUN 2016

Nama Restoran	Tahun	Jumlah Populasi(Orang)	Jumlah Populasi Generasi Y	Persen%
Alas Daun	2016	30.005	21004	30%
Dapoer Pandan Wangi	2016	28.876	17326	24%
Sajian Sambara	2016	40.565	32452	46%
Total Populasi			70782	100%

Sumber: Hasil pengolahan data, 2017.

Berdasarkan uraian di atas, maka populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen generasi Y di restoran Alas Daun, Dapoer Pandan Wangi dan Sambara pada tahun 2016 sebanyak 70.782 Konsumen

3.2.4.2 Sampel

Dalam sebuah penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini dibebkan oleh banyak faktor baik itu keterbatasan biaya, waktu dan faktor lainnya.

Oleh karena itu peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian saja dari objek yang ditentukan. Sebagaimana pengertian sampel menurut para ahli yaitu:

1. Bernson *et. al.* (2012:250) menyatakan bahwa sampel adalah populasi yang terpilih untuk selanjutnya dianalisis..
2. Sekaran dan Bougie (2013:241) ”sampel merupakan suatu subset atau subkelompok dari populasi”.
3. Sugiyono (2014:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut

Untuk memperoleh sampel yang representative dari suatu populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah n . Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, maka dapat digunakan rumus Slovin (dalam Husein Umar, 2009:65) sebagai berikut ini:

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

Dimana :

- n = Ukuran sampel
 N = Ukuran populasi
 e = Nilai presisi = 5% = 0,05

Adapun perhitungan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$N = 70782 \quad e = 0,05$$

Maka :

$$n = \frac{70782}{1 + (70782)(0,05)^2} = 397,75 \approx 400$$

Berdasarkan penentuan sampel dengan menggunakan teknik rumus Slovin, maka diperoleh ukuran sampel (n) sebanyak 400.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Uma 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 sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu probability sampling dan nonprobability sampling.

1. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2014:82). Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *systematic random sample*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan *sampling area (cluster sampling)*.
2. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014:84). Teknik ini meliputi *systematic sampling*, *quota sampling*, *incidental sampling*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, *snowball sampling*

Penelitian ini menggunakan *probability sampling* dari penjabaran diatas. Lebih spesifik, penelitian ini menggunakan *systematic random sampling* adalah teknik yang digunakan apabila populasi mempunyai anggota homogen dan berstarata secara proposional. Langkah-langkah teknik penarikan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah konsumen generasi Y yang melakukan pembelian di Alas Daun, Dapoer Pandan Wangi dan Sambara.
2. Sampel dibagi menjadi 3 bagian sesuai dengan sedikit atau banyaknya populasi dari restoran tersebut. Alas daun sejumlah 120 sampel yang merupakan 30%

dari total sampel, Dapoer Pandan Wangi sejumlah 96 sampel yang merupakan 24% dari total sampel, dan Sambara sejumlah 184 sampel yang merupakan 46% dari total sampel.

3. Tentukan sebuah tempat sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *check point* merupakan pintu masuk atau kasir di Alas Daun, Dapoer Pandan Wangi dan Sambara.
4. Tentukan waktu yang digunakakan untuk menentukan sampling, dalam penelitian ini hari yang digunakan oleh peneliti berbeda yaitu setiap hari untuk satu tempat penelitian jam 10.00-17.00 wib.

3.2.5 Alat Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik penelitian seperti berikut:

1. Observasi atau disebut juga dengan pengamatan, yaitu kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera. Teknik observasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah teknik observasi partisipatif, dimana pengamat atau penulis terlibat langsung pada kegiatan pengamatan. Melalui kegiatan observasi ini pula penulis melakukan studi pendahuluan yang membuat penulis dapat melihat, mengenal, dan mengidentifikasi masalah yang diteliti.
2. Wawancara, dilakukan untuk memperoleh data yang dibutuhkan langsung dari sumber yang bersangkutan. Dilakukan dengan tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung dengan pihak Alas Daun, Dapoer Pandan Wangi dan Sambara untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan Alas Daun, Dapoer Pandan Wangi dan Sambara .
3. Kuesioner, penyebaran angket yang berisi seperangkat pertanyaan tertulis kepada para konsumen Alas Daun, Dapoer Pandan Wangi dan Sambara sebagai responden. Kuesioner yang disebar berisi pertanyaan dan pernyataan yang berkaitan dengan profil dan pengalaman responden serta beberapa pertanyaan dan pernyataan yang mengemukakan pengukuran indikator dari *restaurant attributes* (X) dan variabel kepuasan konsumen generasi Y (Y).

4. Studi literatur, merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti. Studi literatur tersebut didapat dari beberapa sumber, yaitu perpustakaan UPI, skripsi, jurnal, media elektronik (internet).
5. Studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, situs *website*, majalah, untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan dua variabel yang diteliti yaitu atribut *restaurant attributes* dan kepuasan konsumen.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Realibilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Dalam penelitian ini, data mempunyai kedudukan penting karena data merupakan penggambaran dari variabel yang di teliti dan mempunyai fungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu mutu hasil penelitian ditentukan oleh benar tidaknya atau kevalidan data. Suginoyo (2014:172) mengatakan bahwa suatu instrumen yang valid menggunakan alat ukur yang memiliki kevalidan yang benar. Peneliti harus menyusun instrumen, mulai dari penyusunan variabel, pemecahan subvariabel dan penyusunan butir-butir pertanyaan yang akan diajukan dengan tepat dan benar.

Menurut Sugiyono (2014:363) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian, uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *restaurant attributes* sebagai variabel X dan kepuasan konsumen gen Y sebagai variabel Y.

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.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas menggunakan nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai teknik korelasi product moment yang dikemukakan oleh Pearson.

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

Sumber : Sugiyono (2011:183)

Keterangan : r_{xy} : Korelasi skor item dan skor total item
 n : Jumlah responden
 x : Skor per item dalam variable
 y : Skor total item dalam variable
 $\sum x$: Jumlah skor dalam distribusi X
 $\sum y$: Jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum x^2$: Jumlah kuadrat dalam skor ditribusi X
 $\sum y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan ialah sebagai berikut:

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

Perhitungan uji validitas instrumen dilakukan menggunakan program IBM SPSS *Statistic (Statistical Product for Service Solution) 23 for Windows*.

Dengan langkah – langkah sebagai berikut :

1. Distribusi data pada excel copy ke SPSS data view
2. Klik variabel *view* (letaknya dikiri bawah) isi kolom name dengan variabel – variabel penelitian. *Width, decimal, label* (isi degan nama – nama atas variabel penelitian), *column, align (left, center, right, justify)* dan isi juga kolom *measure (skala : ordinal)*
3. Pengisian data : pilih data *view* pada SPSS data editor
4. Pengolahan data : pilih *analyze, correlate, bivariate*

5. Pengisian (dari *bivariate correlation*) : masukan skor jawaban dan total ke *variables, correlation, coefficient pilih pearson, test of significance klik two tailed*
6. Klik Ok untuk mengakhiri perintah.

Setelah keluar output dari pengujian menggunakan langkah – langkah tersebut, 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 responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.
3. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,361.

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas dari variabel *restaurant attributes* sebagai instrumen variabel (X) dan kepuasan konsumen (Y). Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 23 for windows*. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti:

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS ITEM PERTANYAAN RESTAURANT
ATTRIBUTES TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Expected</i>				
A. Food Quality				
1.	Ketertarikan presentasi makanan dan minuman yang disajikan	0,709	0,361	Valid
2.	Kesesuaian porsi makanan dan minuman yang disajikan	0,683	0,361	Valid
3.	Kualitas rasa makanan dan minuman yang disajikan	0,627	0,361	Valid
4.	Kesesuaian tekstur dari makanan yang disajikan	0,741	0,361	Valid
5.	Kesesuaian temperatur dari makanan dan	0,463	0,361	Valid

	minuman yang disajikan			
6.	Kemenarikan variasi menu makanan & minuman	0,733	0,361	Valid
7.	Keberagaman menu makan sehat	0,706	0,361	Valid
8.	Kesegaran makanan dan minuman saat disajikan	0,677	0,361	Valid
B	<i>Service Quality</i>			
9.	Kemampuan pegawai saat melayani konsumen	0,699	0,361	Valid
10.	Kemampuan memberikan bantuan dari pegawai	0,699	0,361	Valid
11.	Keakuratan informasi mengenai produk & harga	0,640	0,361	Valid
12.	Kepedulian pegawai dalam mengerti kebutuhan konsumen.	0,722	0,361	Valid
13.	Kerapihan dan kebersihan penampilan pegawai	0,705	0,361	Valid
14.	Kebersihan peralatan makan dan minum	0,806	0,361	Valid
C.	<i>Atmosphere</i>			
15.	Kesesuaian aroma pada area restoran	0,606	0,361	Valid
16.	Kebisingan suara pada area restoran	0,59	0,361	Valid
17.	Kenyamanan dengan musik yang diputar di area restoran	0,457	0,361	Valid
18.	Kenyamanan dengan tata pencahayaan di area restoran	0,413	0,361	Valid
19.	Kemenarikan design exterior restoran	0,417	0,361	Valid
20.	Kemenarikan design interior restoran	0,377	0,361	Valid
21.	Kesesuaian pengaturan layout agar konsumen leluasa bergerak dalam area restoran	0,365	0,361	Valid
22.	Interaksi sosial antara pegawai dengan konsumen di restoran	0,415	0,361	Valid
23.	Interaksi sosial antara konsumen dengan konsumen lainnya di restoran	0,473	0,361	Valid
	<i>Perceived</i>			
A.	<i>Food Quality</i>			
1.	Ketertarikan presentasi makanan dan minuman yang disajikan	0,518	0,361	Valid
2.	Kesesuaian porsi makanan dan minuman yang disajikan	0,615	0,361	Valid
3.	Kualitas rasa makanan dan minuman yang disajikan	0,487	0,361	Valid

4.	Kesesuaian tekstur dari makanan yang disajikan	0,570	0,361	Valid
5.	Kesesuaian temperatur dari makanan dan minuman yang disajikan	0,447	0,361	Valid
6.	Kemenarikan variasi menu makanan & minuman	0,417	0,361	Valid
7.	Keberagaman menu makan sehat	0,456	0,361	Valid
8.	Kesegaran makanan dan minuman saat disajikan	0,389	0,361	Valid
B	<i>Service Quality</i>			
9.	Kemampuan pegawai saat melayani konsumen	0,571	0,361	Valid
10.	Kemampuan memberikan bantuan dari pegawai	0,463	0,361	Valid
11.	Keakuratan informasi mengenai produk & harga	0,489	0,361	Valid
12.	Kepedulian pegawai dalam mengerti kebutuhan konsumen.	0,639	0,361	Valid
13.	Kerapihan dan kebersihan penampilan pegawai	0,511	0,361	Valid
14.	Kebersihan peralatan makan dan minum	0,452	0,361	Valid
C.	<i>Atmosphere</i>			
15.	Kebisingan suara pada area restoran	0,464	0,361	Valid
16.	Kebisingan suara pada area restoran	0,464	0,361	Valid
17.	Kenyamanan dengan musik yang diputar di area restoran	0,551	0,361	Valid
18.	Kenyamanan dengan tata pencahayaan di area restoran	0,573	0,361	Valid
19.	Kemenarikan design exterior restoran	0,618	0,361	Valid
20.	Kemenarikan design interior restoran	0,648	0,361	Valid
21.	Kesesuaian pengaturan layout agar konsumen leluasa bergerak dalam area restoran	0,502	0,361	Valid
22.	Interaksi sosial antara pegawai dengan konsumen di restoran	0,407	0,361	Valid
23.	Interaksi sosial antara konsumen dengan konsumen lainnya di restoran	0,457	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan Tabel 3.4 diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dalam instrumen penelitian (46 item) adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari skor r_{hitung} tiap item pertanyaan yang selalu lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} (0,361) pada derajat kebebasan ($df = n-2$).

3.2.6.2 Pengujian Realibilitas

Menurut Uma Sekaran (2013:228) pengujian realibilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran itu tanpa prasangka (bebas dari kesalahan) dan karenanya memastikan pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dan di berbagai item dalam instrumen. Dapat disimpulkan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang memberikan hasil pengukuran yang terpercaya. Pengujian realibilitas menggunakan realibilitas internal menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua. Rumus *Cronbach alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber : Husein Umar (2009:170)

Keterangan : r_{11} : Reliabilitas instrumen
 k : Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma b^2$: Jumlah varian total
 σ_1^2 : Varian total

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

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

Keterangan : σ_t^2 : varians total
 n : Jumlah responden
 x : Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika instrumen dikatakan reliabel apabila *Cronbach alpha* > 0,70.
2. Jika instrumen dikatakan tidak reliabel *Cronbach alpha* < 0,70.

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah realibilitas dari variabel *restaurant attributes* sebagai instrumen variabel (X) dan kepuasan konsumen (Y).

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 23 for windows*. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menggunakan program maka diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut ini.

TABEL 3.5
HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No.	Variabel	$C\sigma$ hitung	$C\sigma$ minimal	Keterangan
1	<i>Restaurant Attributes (Perceived)</i>	0,846	0,70	Reliabel
2	Kepuasan Konsumen <i>(Expected)</i>	0,871	0,70	Reliabel

Tabel 3.5 menunjukkan bahwa variabel yang memiliki nilai lebih besar adalah Kepuasan konsumen dengan $C\sigma$ hitung sebesar 0,871 dan variabel *restaurant attributes* dengan $C\sigma$ hitung sebesar 0,846, dengan keterangan kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel karena kedua angka tersebut bernilai lebih besar dari nilai $C\sigma$ minimal yaitu 0,70.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Pengolahan data dilakukan bertujuan untuk memberikan keterangan atau informasi yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam suatu penelitian. Teknik analisis data adalah salah satu kegiatan penelitian berupa proses penyusunan dan pengelolaan data untuk menafsirkan data yang telah diperoleh sebelumnya. Tujuan analisis data adalah memberikan informasi dalam bentuk yang lebih sederhana agar mudah dibaca, dipahami dan diinterpretasikan.

Dalam pelaksanaan penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan. Untuk memperoleh data penelitian maka ada 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

Analisis data deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan variable-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis data deskriptif tentang *restaurant attributes* yang terdiri dari *food quality* (X1), *service quality* (X2), dan *atmosphere* (X3),
2. Analisis deskriptif mengenai kepuasan konsumen adalah tamu yang terdiri dari *expected* dan *perceived* pada restoran sunda di Kota Bandung.

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Setelah dilakukannya analisis deskriptif, analisis yang dilakukan selanjutnya dilakukan uji keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh *restaurant attributes* terhadap kepuasan konsumen generasi Y pada restoran sunda di Kota Bandung. Adapun yang menjadi variabel bebas ialah *restaurant attributes* yang memiliki tiga dimensi yaitu X1 (*food quality*), X2 (*service quality*), dan X3 (*atmosphere*). Sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen generasi Y yang terdiri dari *expected* dan *perceived*.

Analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Berikut langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Method of Successive Interval (MSI)*

Method of Successive Interval (MSI) merupakan metode skala untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval. Jadi, MSI dapat dikatakan mentransformasi data pengukuran ordinal menjadi interval. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Install add ins *Successive.xla* pada *Microsoft Excel*.
2. Jalankan aplikasi *Microsoft Excel*.
3. Buka data yang akan diolah menjadi MSI.
4. Klik *Toolbar Statistics*.

5. Pilih *Sucsesive Interval*.
6. Pada Menu *Input* pilih *data range*, lalu drag data yang akan di MSI.
7. Pada Menu *Output* pilih kolom tempat MSI.
8. Pilih *Next*.
9. Pada Menu *Select Variables*, pilih seluruh item yang akan di MSI-kan.
10. Pilih *Next*.
11. Pada Menu *Min Value* isi dengan 1 dan *Max Value* dengan 5.
12. Klik Menu *Display Summary*, lalu *Next*.
13. Klik *Finish*.

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditemukan pasangan data *variabel independent* dengan *variabel dependent* serta akan ditemukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Untuk mendapatkan kelima variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang variabel-variabel tersebut.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) *restaurant attributes* yang memiliki tiga dimensi yaitu X1 (*food quality*), X2 (*service quality*), dan X3 (*atmosphere*). Sedangkan variabel dependen (Y) adalah kepuasan konsumen gen y yang terdiri dari *expected* dan *perceived*.

Persamaan regresi linier berganda tiga variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan : Y = Nilai variabel terikat yang diprediksikan

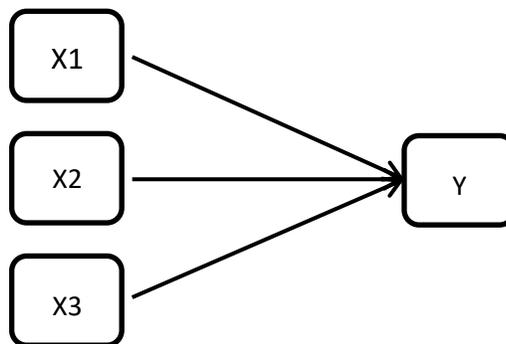
a = Konstanta atau bila harga X = 0

b = Koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu X1 (food quality), X2 (service quality), dan X3 (atmospheric), adalah variabel penyebab.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) *restaurant attribute* yang memiliki tiga dimensi yaitu X1 (*food quality*), X2 (*service quality*), dan X3 (*atmospheric*). Sedangkan variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen gen y yang terdiri dari *expected* dan *perceived*. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti gambar 3.1 berikut:

GAMBAR 3.1
REGRESI LINEAR BERGANDA



Keterangan:

X_1 = *Food Quality*

X_2 = *Service Quality*

X_3 = *Atmosphere*

Y = Kepuasan Konsumen

→ = Hubungan Kausalitas

Teknik analisis regresi linear berganda dilakukan dengan prosedur sebagai berikut:

a. 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*.

b. Uji Asumsi Multikolinieritas

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 multikolinieritas adalah nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

c. 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).

d. Uji Asumsi Heteroskedustisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan 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. Analisis Korelasi (R)

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara dua variable atau lebih yang diteliti seperti variabel independen (X_1, X_2 , dan X_3) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak dan menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara kedua variable tersebut. Nilai R yaitu antara 0 sampai 1, maka jika nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

4. Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangann pengaruh variabel independen X_1 (*Food Quality*), X_2 (*Service Quality*), dan X_3 (*Atmosphere*) secara serentak terhadap variabel dependen Y (kepuasan konsumen generasi Y). Koefisien ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar presentase variasi perubahan dalam satu variabel (dependen) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independen). $R^2 = 0$, maka tidak ada sedikitpun presentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen.

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat di percaya antara variabel independen dengan variabel dependen. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal yang merupakan skala yang mengandung unsur kategori atau penamaan juga menunjukkan peringkat atau urutan.

Rancangan hipotesis dalam penelitian ini dilakukan secara simultan dan parsial. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Secara Simultan

Pengujian secara simultan berfungsi untuk membuktikan ahwa setiap variabel independen (kepuasan konsumen generasi Y) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (*restaurant attributes*) secara serentak. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya *restaurant attributes* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen generasi Y
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya *restaurant attributes* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen generasi Y

2. Secara Parsial

Kriteri pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *Food Quality* terhadap kepuasan konsumen generasi Y.
Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *Food Quality* terhadap kepuasan konsumen generasi Y.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *Service Quality* terhadap kepuasan konsumen generasi Y.
Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *Service Quality* terhadap kepuasan konsumen generasi Y.
- c. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *Atmosphere* terhadap kepuasan konsumen generasi Y.
Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *Atmosphere* terhadap kepuasan konsumen generasi Y.