

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh *restaurant atmospherics* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Cumi-Cumi Cafe & Resto. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (*independent variable*) adalah *restaurant atmospherics* yang meliputi *interior design and decor, ambience, spatial layout* dan *human elements*. Sementara, variabel terikat (*dependent variable*) adalah *customer satisfaction* yang meliputi *perceived performance* dan *expected*. Pada penelitian ini, subjek yang dijadikan responden adalah konsumen yang sudah pernah berkunjung ke Cumi-Cumi Cafe & Resto.

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis dan Metode yang digunakan**

Penentuan jenis dan metode penelitian yang digunakan harus dilakukan pada setiap penelitian, agar tujuan dari penelitian tersebut dapat diketahui dan dicapai. Penelitian dapat berupa eksplorasi (*exploratory study*), deskriptif atau verifikatif (penelitian untuk menguji hipotesis) (Sekaran, 2003). Adapun jenis penelitian pada penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif (pengujian hipotesis).

Penelitian deskriptif dilakukan untuk memastikan dan mampu menggambarkan karakteristik dari variabel dalam sebuah situasi (Sekaran, 2003). Penelitian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh *restaurant atmospherics* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Cumi-Cumi Cafe & Resto.

Sementara itu, penelitian verifikatif pada dasarnya menguji hipotesis dengan mengumpulkan data di lapangan (Sekaran, 2003). Penelitian dengan pengujian hipotesis menjelaskan sifat hubungan tertentu, atau membentuk perbedaan antar kelompok dua faktor atau lebih dalam sebuah situasi. Adapun hubungan yang diuji dalam penelitian ini adalah pengaruh *restaurant atmospherics* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Cumi-Cumi Cafe & Resto. Berdasarkan jenis penelitiannya, yaitu deskriptif dan verifikatif, maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode *explanatory survey*.

Metode *explanatory survey* merupakan metode yang digunakan dalam penelitian-penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara

satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya (Sekaran, 2003).

Berdasarkan waktu penelitian, penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, sehingga metode yang digunakan adalah *cross-sectional method*. *Cross-sectional method* adalah metode yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang (Sekaran, 2003). Pada penelitian dengan menggunakan metode *cross-sectional method*, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014).

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah restaurant atmospherics (X) yang terdiri dari dimensi *interior design and decor*, *ambience*, *spatial layout* dan *human elements*. Sedangkan *customer satisfaction* sebagai variabel (Y) dengan dimensi *perceived performance* dan *expected*. Dalam operasionalisasi variabel ini, Cumi-Cumi Cafe & Resto disingkat menjadi CCCR. Berikut operasionalisasi variabel yang disajikan pada Tabel 3.1:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Restaurant Atmospherics</i> (X)	<i>Restaurant atmospherics</i> adalah desain ruang sadar yang dirancang untuk merangsang indera secara visual dan kosumen melalui atribut-atribut pembentuk atmofer seperti <i>interior design and decor</i> , <i>ambience</i> , <i>spatial layout</i> dan <i>human elements</i> untuk meningkatkan probabilitas pembelian kosumen di dalam restoran (Heung and Gu 2012; Kotler 1973; Mathur and Gupta 2019; Ryu and Shawn Jang 2008; Siswhara, Abdullah, and Sukmawati 2019;Liu and Jang 2009;Levy and Weitz 2001)				
<i>Interior design and decor</i> (X1)		<i>Wall decor</i>	Tingkat daya tarik dekorasi dinding dengan gambar ikan-ikan di CCCR	Ordinal	1
			Tingkat kesesuaian	Ordinal	2

		dekorasi dinding dengan tema laut di CCCR		
	<i>Color</i>	Tingkat daya tarik warna biru di CCCR	Ordinal	3
		Tingkat kesesuaian warna biru dengan tema laut di CCCR	Ordinal	4
	<i>Furnishing</i>	Tingkat kesesuaian posisi meja dan kursi makan dengan tata ruang yang ada di CCCR	Ordinal	5
		Tingkat ketepatan posisi meja dan kursi makan dengan akses ruang gerak (akses jalan) di CCCR	Ordinal	6
	<i>Table setting</i>	Tingkat kelengkapan alat makan ( <i>tableware, chinawarae &amp; silverware</i> ) di CCCR	Ordinal	7
		Tingkat kesesuaian alat makan dengan makanan dan minuman yang disajikan di CCCR	Ordinal	8
		Tingkat daya tarik <i>linen</i> ( <i>table napkin &amp; taplak meja</i> )	Ordinal	9
<i>Ambience</i> (X2)	<i>Music</i>	Tingkat ketepatan <i>volume</i> musik yang diputar di CCCR	Ordinal	10
		Tingkat kesesuaian musik	Ordinal	11

			dengan konsep <i>casual dining</i> yang diterapkan di CCCR		
	<i>Aroma</i>		Tingkat daya tarik aroma makanan dan minuman yang disajikan di CCCR dalam menciptakan gairah makan konsumen	Ordinal	12
			Tingkat kesesuaian aroma dengan makanan dan minuman yang disajikan di CCCR	Ordinal	13
	<i>Lighting</i>		Tingkat kesesuaian pencahayaan dalam menciptakan suasana nyaman di CCCR	Ordinal	14
			Tingkat kesesuaian pencahayaan dalam membuat konsumen betah berlama-lama di CCCR	Ordinal	15
	<i>Temperature</i>		Tingkat kenyamanan suhu di CCCR	Ordinal	16
			Tingkat kesesuaian suhu dalam menciptakan suasana hangat di CCCR	Ordinal	17
<i>Spatial Layout</i> (X3)	Pengaturan letak	tata	Tingkat kenyamanan jarak meja dan kursi di CCCR	Ordinal	18
			Tingkat	Ordinal	19

			kesesuaian pengaturan tata letak meja dan kursi dalam memberikan ruang gerak yang cukup bagi konsumen di CCCR			
			Tingkat ketepatan pengaturan tata letak meja dan kursi dalam menciptakan privasi makan konsumen di CCCR	Ordinal		20
<i>Human elements</i> (X4)	Daya penampilan karyawan	tarik	Tingkat daya tarik penampilan karyawan di CCCR	Ordinal		21
			Tingkat kerapihan penampilan karyawan di CCCR	Ordinal		22
	Keramahan karyawan		Tingkat keramahan karyawan dalam membuat konsumen merasa nyaman di CCCR	Ordinal		23
			Tingkat kesigapan karyawan dalam membantu konsumen di CCCR	Ordinal		24
	Jumlah karyawan		Tingkat ketepatan jumlah karyawan yang memadai di CCCR	Ordinal		25
			Tingkat kesesuaian jumlah karyawan dengan jumlah konsumen yang berkunjung di CCCR	Ordinal		26

<i>Customer Satisfaction (Y)</i>	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan persepsi kinerja ( <i>perceived performance</i> ) produk atau jasa dengan hasil yang diharapkan ( <i>expected</i> ) konsumen (Kotler & Keller, 2016).			
	<i>Interior design and decor</i>	Tingkat kepuasan konsumen terhadap <i>interior design and decor</i> di CCCR	Ordinal	27
	<i>Ambience</i>	Tingkat kepuasan konsumen terhadap <i>ambience</i> di CCCR	Ordinal	28
	<i>Spatial layout</i>	Tingkat kepuasan konsumen terhadap <i>spatial layout</i> di CCCR	Ordinal	29
	<i>Human elements</i>	Tingkat kepuasan konsumen terhadap <i>interior design and decor</i> di CCCR	Ordinal	30

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua, data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2014). Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada konsumen yang sudah pernah konsumsi di Cumi-Cumi Cafe & Resto. Sementara itu, data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau berupa dokumen (Sugiyono, 2014). Data sekunder dalam penelitian ini adalah berbagai literatur dan karya ilmiah mengenai teori *restaurant atmospherics* dan pengaruhnya terhadap *customer satisfaction*.

Untuk penjelasan yang lebih rinci akan dijelaskan dalam Tabel 3.2 yang menjelaskan mengenai sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

**TABEL 3.2**

## JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Jumlah Restoran di DKI Jakarta 2018	Sekunder	Dinas Pariwisata DKI Jakarta
2.	<i>Review</i> Konsumen Cumi-Cumi Cafe & Resto	Sekunder	TripAdvisor, Zomato, Qraved, Traveloka, revinate.com/AstonMarinaAncol
3.	Data Pendapatan dan Kunjungan Cumi-Cumi Cafe & Resto tahun 2015-2018	Sekunder	Pegawai Cumi-Cumi Cafe & Resto
4.	Literatur mengenai <i>restaurant atmospherics</i> dan <i>customer satisfaction</i>	Sekunder	<i>Ebook</i> dan Jurnal
5.	Tanggapan konsumen mengenai <i>restaurant atmospherics</i>	Primer	Konsumen Cumi-Cumi Cafe & Resto
6.	Tanggapan konsumen mengenai <i>customer satisfaction</i>	Primer	Konsumen Cumi-Cumi Cafe & Resto

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Pengumpulan, analisis data dan penentuan populasi menjadi hal penting dalam penelitian ini. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan dipelajari untuk ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Penentuan populasi dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitian, yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Sehingga dalam etika penelitian kesimpulan, apabila dalam suatu hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah rata-rata pengunjung tiap tahun dari tahun 2015-2018 yaitu 156.726.

#### 3.2.4.2 Sampel

Audina Chandra Dewi, 2019

*PENGARUH RESTAURANT ATMOSPHERICS TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (Sekaran & Bougie, 2016a). Berdasarkan populasi yang telah ditentukan, penelitian yang dilakukan tidak meneliti keseluruhan populasi dikarenakan oleh keterbatasan, beberapa faktor keterbatasan seperti keterbatasan biaya, waktu dan tenaga peneliti sehingga untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian maka peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut dapat mewakili populasi yang diteliti.

Penentuan ukuran sampel ( $n$ ) dan populasi ( $N$ ) dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Umar, 2008) yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

$n$  = Sampel

$N$  = Populasi

$e$  = Kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir ( $e=0.05$ )

$$n = \frac{156.726}{1 + 156.726(0,05)^2}$$
$$n = 398,981 \approx 400$$

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

#### **3.2.4.3 Teknik *sampling***

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Pemilihan sampel atau penarikan sampel (*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 (Sekaran and Bougie 2016).



Teknik *sampling* dibagi menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling* (Sugiyono, 2014). *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel (Sekaran, 2006). Sedangkan *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel (Sekaran, 2006).

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *systematic random sampling* yang merupakan bagian dari teknik *probability sampling*. Metode tersebut dipilih karena populasi pada penelitian ini sejenis (homogen) dan dapat dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut serta 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.

### **1.2.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk kepentingan penelitian. Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu, kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data (Sugiyono, 2010). Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Studi literatur**

Teknik pengumpulan data juga dilakukan melalui studi literatur yaitu pengumpulan data sekunder yang berhubungan dengan teori-teori terkait dengan variabel dan masalah yang diteliti yang terdiri dari *restaurant atmospherics* dan *customer satisfaction* dengan cara mempelajari buku atau jurnal, website, serta tesis dan disertasi, guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori atau konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

#### **2. Observasi**

Teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek dan subjek yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini objek dan subjek yang diteliti adalah konsumen yang sudah melakukan pernah mengunjungi Cumi-Cumi Cafe & Resto dan melakukan konsumsi.

### 3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Jenis kuesioner yang digunakan adalah jenis kuesioner tertutup dimana jawaban sudah tersedia sehingga responden hanya tinggal memilih jawaban yang sesuai dengan persepsi subjek. Keuntungan dari kuesioner antara lain dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden, dapat dijawab oleh responden menurut kecepatannya masing-masing, jawaban dapat berdasarkan apa yang responden rasakan, dan menurut waktu kesenggangan responden, dapat distandarisasi sehingga seluruh responden mendapatkan pertanyaan yang sama. Dalam penelitian ini, kuesioner dibagikan secara langsung atau melalui *google form* kepada responden yakni konsumen yang sudah pernah mengunjungi dan melakukan konsumsi di Cumi-Cumi Cafe & Resto.

#### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *restaurant atmospherics* (X) terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel *customer satisfaction* (Y). Sebelum melakukan analisis data dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

##### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas merupakan cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditunjukkan untuk mengukur variabel tertentu (Sekaran & Bougie, 2016a). Validitas merupakan salah satu kriteria yang wajib dipenuhi agar suatu instrumen penelitian dapat dilaksanakan sebagai instrumen penelitian yang baik. Instrumen penelitian ini merupakan alat yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan validitas konstruk di mana 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 berkolerasi dengan skor totalnya maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 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*, pilih *Correlate*, pilih *Bivariate*.
4. Sorot semua item yang tersedia dengan total masing-masing variabel, pindahkan ke kolom *Variables*:
5. Lalu tentukan uji *Correlate Coefficients*, centang bagian *Pearson*, *Two-tailed* dan *Flag significant correlations*;
6. Klik OK, maka hasil validitas akan muncul di *output*.

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Nilai  $r$  dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  dengan  $dk = n - 2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$
2. Item yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$
3. Item yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan  $dk = n-2$ ,  $dk = 30 - 2 = 28$ , maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0.361 (Sugiyono, 2014).

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 *for windows* tersebut diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang diajukan peneliti kepada 30 responden Cumi-Cumi Cafe & Resto (dalam hal ini disederhanakan menjadi CCCR) dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

**TABEL 3.3**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS RESTAURANT ATMOSPHERICS**  
**DAN CUSTOMER SATISFACTION**

No.	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimpulan
<b>RESTAURANT ATMOSPHERICS (X)</b>				
<b>Interior Design and Decor (XI)</b>				
1	Tingkat daya tarik	0,812	0,361	Valid

	dekorasi dinding dengan gambar aquarium di CCCR			
2	Tingkat kesesuaian dekorasi dinding dengan tema laut di CCCR	0,774	0,361	Valid
3	Tingkat daya tarik warna biru di CCCR	0,760	0,361	Valid
4	Tingkat kesesuaian warna biru dengan tema laut di CCCR	0,556	0,361	Valid
5	Tingkat kesesuaian posisi meja dan kursi makan dengan tata ruang yang ada di CCCR	0,640	0,361	Valid
6	Tingkat ketepatan posisi meja dan kursi makan dengan akses ruang gerak (akses jalan) di CCCR	0,816	0,361	Valid
7	Tingkat kelengkapan alat makan ( <i>tableware, chinaware &amp; silverware</i> ) di CCCR	0,698	0,361	Valid
8	Tingkat kesesuaian alat makan dengan makanan dan minuman yang disajikan di CCCR	0,806	0,361	Valid
9	Tingkat daya tarik <i>linen (table napkin &amp; taplak meja)</i>	0,857	0,361	Valid
<b>Ambience (X2)</b>				
10	Tingkat ketepatan <i>volume</i> musik yang diputar di CCCR	0,760	0,361	Valid
11	Tingkat kesesuaian musik dengan konsep <i>casual dining</i> yang diterapkan di CCCR	0,868	0,361	Valid
12	Tingkat daya tarik aroma makanan dan minuman yang disajikan di CCCR dalam menciptakan gairah makan konsumen	0,712	0,361	Valid
13	Tingkat kesesuaian aroma dengan makanan	0,744	0,361	Valid

	dan minuman yang disajikan di CCCR				
14	Tingkat kesesuaian pencahayaan dalam menciptakan suasana nyaman di CCCR	0,852	0,361	Valid	
15	Tingkat kesesuaian pencahayaan dalam membuat konsumen betah berlama-lama di CCCR	0,744	0,361	Valid	
16	Tingkat kenyamanan suhu di CCCR	0,717	0,361	Valid	
17	Tingkat kesesuaian suhu dalam menciptakan suasana hangat di CCCR	0,797	0,361	Valid	
<b><i>Spatial Layout (X3)</i></b>					
18	Tingkat kenyamanan jarak meja dan kursi di CCCR	0,847	0,361	Valid	
19	Tingkat kesesuaian pengaturan tata letak meja dan kursi dalam memberikan ruang gerak yang cukup bagi konsumen di CCCR	0,909	0,361	Valid	
20	Tingkat ketepatan pengaturan tata letak meja dan kursi dalam menciptakan privasi makan konsumen di CCCR	0,893	0,361	Valid	
<b><i>Human Elements (X4)</i></b>					
21	Tingkat daya tarik penampilan karyawan di CCCR	0,884	0,361	Valid	
22	Tingkat kerapihan penampilan karyawan di CCCR	0,829	0,361	Valid	
23	Tingkat keramahan karyawan dalam membuat konsumen merasa nyaman di CCCR	0,791	0,361	Valid	
24	Tingkat kesiapan karyawan dalam membantu konsumen di CCCR	0,832	0,361	Valid	

25	Tingkat ketepatan jumlah karyawan yang memadai di CCCR		0,870	0,361	Valid
26	Tingkat kesesuaian jumlah karyawan dengan jumlah konsumen yang berkunjung di CCCR		0,864	0,361	Valid
<b>CUSTOMER SATISFACTION (Y)</b>					
27	Tingkat kepuasan konsumen terhadap <i>interior design and decor</i> di CCCR		0,883	0,361	Valid
28	Tingkat kepuasan konsumen terhadap <i>ambience</i> di CCCR		0,930	0,361	Valid
29	Tingkat kepuasan konsumen terhadap <i>spatial layout</i> di CCCR		0,894	0,361	Valid
30	Tingkat kepuasan konsumen terhadap <i>human elements</i> di CCCR		0,891	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan Tabel 3.3 hasil dari pengujian validitas restaurant atmospherics dan customer satisfaction dapat dikatakan bahwa pada setiap item pertanyaan dan pernyataan mengenai *restaurant atmospherics* (X) dan *customer satisfaction* (Y) dapat dikatakan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ ) sehingga pertanyaan dan pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur. Variabel *restaurant atmospherics* (X) memiliki dua puluh enam item pertanyaan dan dinyatakan valid, nilai tertinggi terdapat pada dimensi *spatial layout* (X3) pada “Tingkat kesesuaian pengaturan tata letak meja dan kursi dalam memberikan ruang gerak yang cukup bagi konsumen di CCCR” dengan nilai sebesar 0,909 dan nilai terendah ditemukan pada dimensi *interior design and decor* (X1) pada “Tingkat kesesuaian warna biru dengan tema laut di CCCR” dengan nilai sebesar 0,556. Sedangkan pada variabel *customer satisfaction* (Y), item pertanyaan “Tingkat kepuasan konsumen terhadap *ambience* di CCCR” mendapat nilai tertinggi sebesar 0,930 dan item pertanyaan “Tingkat kepuasan konsumen terhadap *interior design and decor* di CCCR” mendapat nilai terendah sebesar 0,883.

Audina Chandra Dewi, 2019

PENGARUH RESTAURANT ATMOSPHERICS TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah ketepatan atau akurasi instrumen pengukur (Silalahi, 2009). Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Selain data harus dinyatakan valid, instrumen penelitian juga harus dapat dipercaya atau reliabel. Penelitian dapat dikatakan reliabel apabila adanya suatu persamaan data dalam waktu yang berbeda. Suatu penelitian dapat mempunyai taraf kepercayaan yang tinggi apabila mengalami perubahan yang tidak terlalu signifikan.

Menurut Uma Sekaran (2016:220) pengujian reliabilitas menunjukkan seberapa konsisten alat ukur mengukur konsep apa pun yang diukurnya, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang memberikan hasil pengukuran yang terpercaya. Pengujian reliabilitas menggunakan reliabilitas internal menggunakan uji *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji reliabilitas dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for windows* adalah sebagai berikut:

1. Distribusi data pada excel *copy* ke SPSS di *data view*
2. Klik *variable view*, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian.
3. Kemudian klik *analyze, scale* dan pilih *reliability analysis*.
4. Pindahkan semua pernyataan tanpa jumlah ke kolom *items*.
5. Klik *statistics*, kemudian pada kolom *descriptive for*, klik *scale if item deleted*
6. Kemudian klik *continue* dan OK

Keputusan uji reliabilitas dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Jika angka *Cronbach Alpha* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 *for windows*, diperoleh hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

**TABEL 3.4**

### HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS *RESTAURANT ATMOSPHERICS* DAN *CUSTOMER SATISFACTION*

No.	Variabel	$C\alpha$ hitung	$C\alpha$ minimal	Kesimpulan
1.	<i>Restaurant Atmospheric (X)</i>	0,966	0,700	Reliabel
2.	<i>Customer Satisfaction (Y)</i>	0,920	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Tabel 3.4 di atas merupakan hasil pengujian reliabilitas *restaurant atmospherics* dan *customer satisfaction*, di mana setiap item pertanyaan dan pernyataan dikatakan reliabel jika nilai hitung *Cronbach's Alpha* lebih besar sama dengan nilai *Cronbach's Alpha* minimal yaitu 0,700. Variabel *restaurant atmospherics* mendapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,966 sedangkan variabel *customer satisfaction* mendapatkan nilai 0,920.

#### 3.2.7 Rancangan Analisis Data

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

##### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengancara meneskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013;2017). Analisis deskriptif digunakan untuk mencari seberapa kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi. Alat penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian yaitu memberikan keterangan data mengenai *restaurant atmospherics (X)* dan *customer satisfaction (Y)* di Cumi-Cumi Cafe & Resto.



Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain :

1. Analisis deskriptif mengenai *restaurant atmospherics* di Cumi-Cumi Cafe & Resto yang terdiri dari *interior design and decor, ambience, spatial layout* dan *human elements*.
2. Analisis deskriptif mengenai *customer satisfaction* konsumen Cumi-Cumi Cafe & Resto

Setelah dilakukannya analisis deskriptif, analisis berikutnya dilakukan setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut ini:

1. Menyusun data;

Penyusunan data dilakukan dengan memeriksa kelengkapan data mulai dari identitas responden hingga pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul;

3. Tabulasi data;

- a. Memberikan skor pada setiap item,
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item,
- c. Mengubah jenis data, dan
- d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan yang pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

**TABEL 3.5**  
**ALTERNATIF JAWABAN MENURUT SKALA *LIKERT***

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Skala</b>
Sangat setuju/Selalu/Sangat positif/Sangat puas	5
Setuju/Sering/Positif/Puas	4
Ragu-ragu/Kadang-kadang/Netral/Cukup puas	3
Tidak setuju/Hampir tidak pernah/Negatif/Tidak puas	2

Sangat tidak setuju/Tidak pernah/Sangat tidak puas	1
--	---

Sumber: (Ridwan 2013, hlm.39)

#### 4. Menganalisis data;

Kegiatan ini dilakukan dimulai dari pengolahan data-data yang diperoleh untuk kemudian dianalisis dengan menginterpretasi data berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus-rumus statistik.

#### 5. Pengujian

Proses pengujian dalam penelitian ini menggunakan metode verifikatif. Teknik analisis data merupakan cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengelolaan data adalah untuk memberikan ketengan yang berguna serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Teknik analisis data diserahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

#### 3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis berikutnya adalah analisis verifikatif. Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah teknik regresi berganda. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Teknik regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh *restaurant atmospherics* terhadap *customer satisfaction* di Cumi-Cumi Cafe & Resto.

Analisis data verifikatif dilakukan setelah analisis deskriptif, pengolahan data dari hasil data yang diperoleh, dilakukan melalui tahapan berikut:

##### 1. *Method of Succesive Interval* (MSI)

Skala yang digunakan dalam penelitian adalah skala ordinal yaitu skala yang berbentuk peringkat untuk menunjukkan suatu preferensi atau penilaian. Skala ordinal perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Dalam menentukan nilai interval rata rata untuk setiap pilihan jawaban dapat dilakukan melalui persamaan sebagai berikut:

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

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

## 2. Menyusun Data

Memeriksa nama dan kelengkapan identitas responden, serta memeriksa kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

## 3. Tabulasi Data

Memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variable penelitian

## 4. Menganalisis Data

Proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus *statistic*, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel *independent* (X) yaitu *restaurant atmospherics* yang terdiri dari *interior design and decor*, *ambience*, *spatial layout* dan *human elements* dan variabel *dependent* (Y) yaitu *customer satisfaction*.

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

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

Sumber: Sugiyono (2014:283)

Keterangan:

a = Konstanta

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

Y = Subjek dalam variabel terikat yang diprediksikan (*customer satisfaction*)

X = Subjek pada variabel bebas yang memiliki nilai tertentu *interior design and decor* (X1), *ambience* (X2), *spatial layout* (X3) dan *human elements* (X4).

Teknik analisis regresi linier berganda dikakukan melalui prosedur kerja sebagai berikut:

### 1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah prosedur yang bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual terditribusi dengan normal. Syarat pertama untuk melakukan

analisis regresi linier berganda adalah normalitas. Untuk mengetahui apakah dat yang

Audina Chandra Dewi, 2019

PENGARUH RESTAURANT ATMOSPHERICS TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

digunakan bedistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

## 2. Uji Asumsi Multikolinearitas

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

## 3. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, yaitu jika terdapat korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu periode  $t$  dan kesalahan pengganggu periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai.

## 4. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan barian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Suatu regresi dapat dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

## 5. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variable yang diteliti. Korelasi dan regresi memiliki hubungan yang erat. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi yang tidak memiliki hubungan kausal atau sebab akibat. Analisis regresi dilakukan apabila hubungan dua variable berupa hubungan kausal. Adapun interpretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi disajikan pada Tabel 3.6 sebagai berikut:

**TABEL 3.6**  
**INTERPRETASI 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, 2010)

## 6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besar kecilnya nilai variable X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi ( $r^2$ ). Rumus koefisien determinasi menurut (Ghozali, 2009) adalah sebagai berikut:

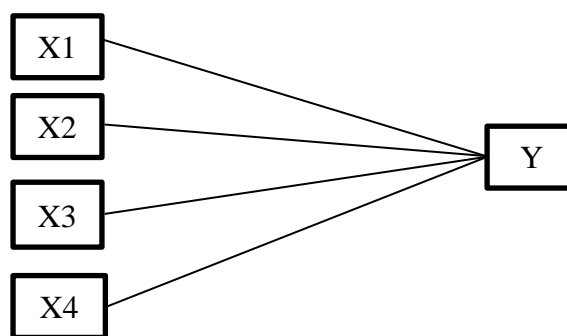
$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variable bebas (X) yaitu *interior design and decor* (X1), *ambience* (X2), *spatial layout* (X3) dan *human elements* (X4) terhadap variabel terikat (Y) yaitu *customer satisfaction*. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual digambarkan dalam sebuah paradigma yang dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:



**GAMBAR 3.1**  
**REGRESI LINIER BERGANDA**

Keterangan:

Y = *Customer satisfaction*

X1 = *Interior design and decor*

X2 = *Ambience*

X3 = *Spatial layout*

X4 = *Human elements*

### 3.2.8 Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dalam 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 adalah:

#### A. Secara Simultan

Pengujian secara simultan berfungsi untuk membuktikan bahwa setiap variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara serentak

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya X memiliki pengaruh terhadap Y
- Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya X tidak memiliki pengaruh terhadap Y

#### B. Secara Parsial

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

- $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara X terhadap Y
- $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara X terhadap Y

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *interior design and decor* terhadap *customer satisfaction*.
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *interior design and decor* terhadap *customer satisfaction*.
- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *ambience* terhadap *customer satisfaction*.

- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *ambience* terhadap *customer satisfaction*.
- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *spatial layout* terhadap *customer satisfaction*.
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *spatial layout* terhadap *customer satisfaction*.
- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *human elements* terhadap *customer satisfaction*.
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *human elements* terhadap *customer satisfaction*.