

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan dalam penelitian ini merupakan penelitian eksplanasi (*explanatory research*). Menurut (Singarimbun & Effendi, 2016) penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode riset yang berlandaskan pada filsafat positivisme (tidak mengenal adanya spekulasi, didasarkan pada data empiris), dipakai dalam meneliti populasi sampel tertentu, pada umumnya teknik pengambilan sampel yang digunakan secara acak, pendataan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data mempunyai sifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2014). Penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu *Service Quality* dan *Cafe Atmosphere* sebagai variabel independen dan *Loyalitas Konsumen* sebagai variabel dependen.

Populasi dan sampel dari penelitian ini adalah konsumen Blumm Cafe sebagai responden. Skala pengukuran menggunakan skala Bipolar Adjective, dengan metode pengumpulan data melalui survei yaitu dengan menggunakan data angket dan wawancara serta studi literatur. Uji validitas menggunakan *Corrected Item Correlation* dan Uji Reliabilitasnya dengan teknik *Cronbach*. Uji Hipotesis menggunakan uji t dan uji R^2 . Uji model penelitian menggunakan Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji

Autokorelasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan data diolah dengan menggunakan SPSS.

3.2 Lokasi dan Obyek Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Blumm Cafe di Jl. Raya Perak, Jombang. Sedangkan obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengaruh *Service Quality* dan *Cafe Atmosphere* terhadap Loyalitas Konsumen.

3.3 Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu dua variabel independen atau bebas dan satu variabel dependen atau terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Service Quality* (X1) dan *Cafe Atmosphere*(X2), dan untuk variabel dependen adalah Loyalitas Konsumen (Y).

3.3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

1. Loyalitas Konsumen

Mengacu pada konsep loyalitas konsumen dari (Kotler & Keller, 2013) bahwa loyalitas konsumen dalam penelitian ini didefinisikan sebagai komitmen konsumen yang mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan di *Blumm cafe* secara konsisten dimasa mendatang. Loyalitas konsumen dapat diidentifikasi melalui indikator menurut (Leninkumar, 2017) sebagai berikut:

a. *Say positive things*

Mengatakan hal-hal yang positif mengenai produk dan layanan di *Blumm Cafe* kepada orang lain.

b. *Recommend to someone*

Bersedia merekomendasikan *Blumm Cafe* kepada seseorang yang meminta pilihan saran mengenai cafe di Jombang.

c. *Encourage friend and relatives*

Mendorong teman dan kerabat untuk melakukan pembelian di *Blumm Cafe*.

d. *Consider as first choic*

Menjadikan *Blumm Cafe* sebagai pilihan pertama cafe yang akan dikunjungi dibandingkan dengan cafe yang lainnya.

e. *Continue purchasing*

Melakukan pembelian secara berulang dan terus-menerus di *Blumm Cafe*

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah :

1. *Service Quality* (Kualitas Layanan)

Mengacu pada konsep kualitas layanan dari (Budianto, 2019) bahwa kualitas layanan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai tingkat kinerja atau tindakan yang unggul, manfaat dan fungsi karyawan *Blumm Cafe* dalam melayani kebutuhan pelanggan secara tepat dan memuaskan serta sesuai dengan harapan pelanggan.

Kualitas layanan dapat diukur melalui indikator yang kemukakan oleh (Nindiani, Hamsal, & Purba, 2018) sebagai berikut:

a. *Outlet*

Penilaian terhadap *Blumm Cafe* mengenai kebersihan, kerapian, dan kenyamanan.

b. *Staff's appearance*

Penampilan Karyawan *Blumm Cafe* yang rapi, bersih, dan menawan.

c. *Product information*

Karyawan *Blumm Cafe* mampu memberikan informasi mengenai produk dengan jelas.

d. *Competence*

Karyawan *Blumm Cafe* mampu memahami dan memberikan penjelasan jika ada yang bertanya mengenai produk dan pelayanan.

e. *Courtesy*

Karyawan *Blumm Cafe* memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sopan dan ramah.

f. *Committed service*

Karyawan *Blumm Cafe* memiliki komitmen terhadap layanan seperti yang dijanjikan

g. *Personal attention*

Karyawan *Blumm Cafe* memberikan perhatian kepada setiap pelanggan yang berkunjung ke *Blumm Cafe*.

h. Response

Karyawan *Blumm Cafe* responsif atau tanggap terhadap kebutuhan pelanggan

i. Promptness

Karyawan *Blumm Cafe* menyediakan layanan yang cepat untuk pelanggan

j. Complaint Handling

Karyawan *Blumm Cafe* mampu menanggapi setiap keluhan dan pertanyaan pelanggan dengan cepat.

2. *Cafe Atmosphere*

Mengacu pada konsep dari (Arviana, 2016) bahwa *Cafe atmosphere* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai komponen yang ada dalam *Blumm Cafe* yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kenyamanan konsumen ketika berkunjung. *Cafe Atmosphere* dapat diukur melalui indikator yang kemukakan oleh (Hussain & Ali, 2015) sebagai berikut:

a. Cleanliness

Penampilan *Blumm Cafe* yang bersih dapat meningkatkan suasana yang memengaruhi kenyamanan pelanggan.

Kebersihan *Blumm Cafe* menciptakan kesan positif pada konsumen.

b. Music

Musik yang diputar di *Blumm Cafe* secara signifikan mempengaruhi niat pembelian konsumen dan menciptakan suasana yang nyaman yang membuat konsumen betah untuk berlama-lama disana.

c. Scent

Aroma ruangan *Blumm Cafe* yang menyenangkan dapat mempengaruhi suasana hati dan emosi pelanggan yang membuat pelanggan lebih lama tinggal dan merasa bersemangat.

d. Temperature

Suhu pada *Blumm Cafe* sangat pas tidak terlalu panas juga tidak terlalu dingin.

e. Lighting

Pencahayaan pada *Blumm Cafe* yang sedikit terang sehingga menimbulkan kesan yang tenang.

f. Color

Perpaduan warna merah dan hitam pada dinding *Blumm cafe* membangun perasaan tenang, suasana yang hangat namun tetap elegan.

g. *Display / Layout*

Dekorasi ruang berupa pemilihan dan penataan ornamen atau hiasan pada *Blumm Cafe* sesuai dengan konsepnya.

Tabel 3.1
Kisi-kisi instrumen penelitian

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Sumber
<i>Service Quality (X1)</i>	1. <i>Outlet</i>	1. Secara umum tempat <i>Blumm Cafe</i> bersih.	(Nindiani, Hamsal, & Purba, 2018)
		2. <i>Blumm Cafe</i> memiliki tempat yang nyaman nyaman.	
		3. Meja dan kursi di <i>Blumm Cafe</i> tertata dengan rapi.	
	2. <i>Staff's appearance</i>	4. Karyawan <i>Blumm Cafe</i> selalu berpakaian dengan rapi.	
		5. Karyawan <i>Blumm Cafe</i> selalu menggunakan pakaian yang bersih	
		6. Karyawan <i>Blumm Cafe</i> berpenampilan menarik.	
	3. <i>Product information</i>	7. Karyawan <i>Blumm Cafe</i> mampu memberikan informasi mengenai produk dengan jelas.	
		8. Karyawan <i>Blumm Cafe</i> menginformasikan menu yang masih tersedia tanpa diminta	
	4. <i>Competence</i>	9. Karyawan <i>Blumm Cafe</i> mampu memberikan penjelasan jika ada yang bertanya mengenai menu.	
	5. <i>Courtesy</i>	10. Karyawan <i>Blumm Cafe</i> memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sopan.	

Lanjutan Tabel 3.1

		11. Karyawan <i>Blumm Cafe</i> melayani pelanggan dengan ramah.	
	6. <i>Committed service</i>	12. Karyawan <i>Blumm Cafe</i> memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan yang baik	
	7. <i>Personal attention</i>	13. Karyawan <i>Blumm Cafe</i> memberikan perhatian dengan menyambut konsumen yang baru datang	
	8. <i>Response</i>	14. Karyawan <i>Blumm Cafe</i> tanggap dalam melayani pelanggan yang membutuhkan bantuan.	
		15. Karyawan <i>Blumm Cafe</i> cekatan dalam menyajikan menu yang dipesan pelanggan.	
	9. <i>Promptness</i>	16. Karyawan <i>Blumm Cafe</i> mampu menyajikan menu yang dipesan dalam waktu relatif cepat.	
	10. <i>Complaint Handling</i>	17. Karyawan <i>Blumm Cafe</i> cepat dalam menanggapi keluhan konsumen.	
<i>Cafe Atmosphere (X2)</i>	1. <i>Cleanliness</i>	18. Tempat <i>Blumm Cafe</i> yang bersih membuat pelanggan merasa nyaman saat berkunjung.	(Hussain & Ali, 2015)
	2. <i>Music</i>	19. Musik yang diputarkan di <i>Blumm Cafe</i> menciptakan suasana yang santai saat berkunjung.	
		20. Irama dan volume musik yang pas membuat pelanggan betah berlama-lama saat berkunjung ke <i>Blumm Cafe</i> .	

Lanjutan Tabel 3.1

	3. <i>Scent</i>	21. Aroma di dalam <i>Blumm Cafe</i> harum.	
	4. <i>Temperature</i>	22. Suhu pada <i>Blumm Cafe</i> sangat pas tidak terlalu panas juga tidak terlalu dingin.	
	5. <i>Lighting</i>	23. Pencahayaan pada <i>Blumm Cafe</i> yang pas tidak terlalu gelap juga tidak terlalu terang sehingga menimbulkan kesan yang tenang.	
	6. <i>Color</i>	24. Perpaduan warna merah dan hitam pada dinding <i>Blumm cafe</i> terkesan elegan.	
	7. <i>Display / Layout</i>	25. Dekorasi penataan ornamen atau hiasan pada <i>Blumm Cafe</i> sesuai dengan konsepnya.	
Loyalitas Konsumen (Y)	1. <i>Say positive things</i>	26. Pelayanan dan menu yang enak di <i>Blumm Cafe</i> membuat konsumen mengatakan hal-hal yang positif kepada orang lain.	(Leninkumar, 2017)
	2. <i>Recommend to someone</i>	27. Konsumen bersedia merekomendasikan <i>Blumm Cafe</i> kepada seseorang yang meminta pilihan saran mengani cafe di Jombang.	
	3. <i>Encourage friend and relatives</i>	28. Konsumen akan mendorong teman dan kerabat untuk melakukan pembelian di <i>Blumm Cafe</i> .	
	4. <i>Consider as first choice</i>	29. Konsumen menjadikan <i>Blumm Cafe</i> sebagai pilihan pertama cafe yang akan dikunjungi dibandingkan dengan cafe yang lainnya.	

Lanjutan Tabel 3.1

	5. <i>Continue purchasing</i>	30. Konsumen akan melakukan pembelian secara berulang dan terus-menerus di <i>Blumm Cafe</i> .	
--	-------------------------------	--	--

3.3.2 Skala Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan angket yang diberikan kepada konsumen *Blumm Cafe*, untuk memperoleh data yang akan di analisis. Pernyataan yang tertulis dalam angket diukur dengan menggunakan skala Bipolar Adjective. Menurut (Ferdinand A. , 2014) Skala Bipolar Adjective merupakan hasil dari penyempurnaan *semantic scale* dengan maksud untuk mendapatkan respon berupa *intervally scaled data*. Skala yang digunakan merupakan skala 1 sampai 10, angka 1 yang berarti sangat tidak setuju hingga angka 10 yang berarti sangat setuju.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen *Blumm Cafe* yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

3.4.2 Sampel

Dalam penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Berikut rumus pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini (Riduwan, 2010) :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha} / 2\sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z_{α} = Nilai yang diperoleh dari table normalitas tingkat keyakinan

e = Kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini sebesar 95% maka nilai Z 0,05 adalah 1,96 dan standar deviasi (σ) = 0,25. Tingkat kesalahan dalam penarikan sampel ditentukan sebesar 5% atau 0,05 maka dengan menggunakan rumus tersebut dapat ditentukan jumlah sampernya yaitu :

$$n = \left(\frac{(1,96)/(0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

Jadi berdasarkan perhitungan diatas besarnya nilai sampel sebesar 96,04 orang yang menjadi responden, maka untuk melengkapi dan menyempurnakan penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang. Jumlah tersebut ditentukan untuk mengantisipasi angket atau kuesioner yang tidak terisi menyeluruh atau jawaban responden yang kurang sesuai dengan pertanyaan yang telah diajukan dalam kuesioner tersebut

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik dalam pengambilan sampel. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini menggunakan jenis teknik *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Ferdinand A. , 2014). Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah konsumen *Blumm Cafe* yang berdomisili di Jombang dan telah berkunjung sebanyak lebih dari dua kali ke *Blumm Cafe*.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis dan sumber data

1. Data primer

Data primer adalah data dari informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti. Data penelitian ini diperoleh langsung dari hasil menyebarkan angket kepada responden dalam hal ini adalah pelanggan *Blumm Cafe*.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik keterangan yang diperoleh dari literatur, jurnal, buku, penelitian terdahulu atau data-data lain yang diperlukan dalam penelitian ini.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

1. Angket

Penelitian ini menggunakan angket didalam proses pengumpulan data. Angket yang disebarakan berupa pernyataan-pernyataan yang diukur dengan menggunakan skala Bipolar Adjective. Angket tersebut berisikan tentang data responden secara demografis dan berisikan pernyataan yang sesuai dengan indikator variabel penelitian. Dalam penelitian ini respondennya adalah pelanggan *Blumm Cafe*.

2. Wawancara

Yaitu Teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan secara langsung atau lisan kepada subjek penelitian, Teknik ini dilakukan jika peneliti memerlukan komunikasi atau hubungan dengan responden.

3. Dokumentasi

Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur seperti dari jurnal, buku maupun penelitian terdahulu yang dapat menunjang serta melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian ini.

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan langkah pengujian terhadap isi dari instrument penelitian (Sugiyono, 2014), uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner atau angket. Masing-masing item dapat

dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau r_{hitung} harus lebih besar dari 0,361 (5%).

Koefisien korelasi dalam uji validitas dapat menggunakan rumus korelasi product moment (r) :

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

Keterangan :

r = korelasi

x = variabel independent

y = variabel dependen

n = jumlah sampel

hasil perhitungan kemudian dibandingkan dengan r_{tabel} , sebagai berikut :

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pertanyaan dikatakan valid.
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pertanyaan dikatakan tidak valid.

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Pearson Product Moment*. Perhitungan uji validitas tersebut menggunakan bantuan IBM SPSS *Statistics* 21. Berikut Tabel 3.2 merupakan hasil uji validitas per item pernyataan dengan jumlah responden 30 orang.

Tabel 3.2
Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel	r hitung	r kritis	Keterangan
1.	<i>Service Quality (X1)</i>	0,560	0,3	Valid
2.		0,614	0,3	Valid
3.		0,638	0,3	Valid
4.		0,752	0,3	Valid
5.		0,799	0,3	Valid
6.		0,793	0,3	Valid
7.		0,783	0,3	Valid
8.		0,634	0,3	Valid
9.		0,740	0,3	Valid
10.		0,830	0,3	Valid
11.		0,896	0,3	Valid
12.		0,832	0,3	Valid
13.		0,816	0,3	Valid
14.		0,845	0,3	Valid
15.		0,894	0,3	Valid
16.		0,731	0,3	Valid
17.		0,671	0,3	Valid
18.	<i>Cafe Atmosphere (X2)</i>	0,899	0,3	Valid
19.		0,835	0,3	Valid
20.		0,894	0,3	Valid
21.		0,520	0,3	Valid
22.		0,712	0,3	Valid
23.		0,907	0,3	Valid

Lanjutan Tabel 3.2

24.		0,760	0,3	Valid
25.		0,838	0,3	Valid
26.	Loyalitas Konsumen (Y)	0,841	0,3	Valid
27.		0,888	0,3	Valid
28.		0,943	0,3	Valid
29.		0,904	0,3	Valid
30.		0,845	0,3	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa dari hasil pengujian validitas sebanyak 30 responden menunjukkan korelasi masing-masing indikator terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, bahwa r hitung $>0,30$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur dan selanjutnya angket akan disebar sebanyak 100 responden sesuai dengan hasil perhitungan sampel.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2014) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang menghasilkan data yang sama ketika digunakan untuk mengukur objek yang sama beberapa kali. Cara yang digunakan dalam menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan formula *Cronbach alpha* (Suryani & Hendryadi, 2015) yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \alpha_b^2}{\alpha_1^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \alpha_b^\alpha$ = varian total

α_1^2 = Jumlah varian item

Hasil perhitungan selanjutnya dibandingkan dengan taraf signifikan sebagai berikut :

- a) Apabila hasil koefisien *Alpha* > taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.
- b) Apabila hasil koefisien *Alpha* < taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	r kritis	Keterangan
Service Quality (X1)	0,952	0,6	Reliabel
Cafe Atmosphere (X2)	0,911	0,6	Reliabel
Loyalitas Konsumen (Y)	0,928	0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa dari hasil pengujian realibilitas sebanyak 30 reponden bahwa semua variabel mempunyai nilai diatas 0,6, yaitu variabel *Service Quality* sebesar 0,952, variabel *Cafe Atmosphere* sebesar 0,911, dan variabel *Loyalitas Konsumen* sebesar 0,928. Sehingga dapat dinyatakan semua variabel adalah reliabel dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur dan selanjutnya angket akan disebar sebanyak 100 responden sesuai dengan hasil perhitungan sampel.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam satu variabel yang akan digunakan dalam sebuah penelitian dan untuk melakukan pengujian apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data distribusi normal. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

- a. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0.05 pada ($P > 0.05$) maka data dikatakan normal.
- b. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 pada ($P < 0.05$) maka data dikatakan tidak normal.

3.7.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat hubungan atau korelasi antar kekeliruan pengganggu dalam periode "t" dengan kekeliruan pengganggu pada periode t-1. Dalam mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan pengujian *Durbin-Watson* (DW test) dengan syarat $du < DW$. Apabila nilai *Durbin-Watson* (d) lebih besar daripada batas atas (dU) dan lebih kecil dari nilai $4 - dU$, maka dapat dinyatakan tidak terdapat autokorelasi.

3.7.3 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan keadaan dimana antar variabel independen dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak terjadi multikolinieritas atau tidak ada korelasi sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independennya (Prayitno, 2014). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat melihat nilai *Tolerance* dan VIF, yaitu :

- a) Jika *Tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. jika tidak terjadi multikolinieritas maka uji regresi ganda dapat dilanjutkan.
- b) Sebaliknya jika nilai *Tolerance* lebih kecil dari 0,10 dan VIF lebih besar dari 10,00 maka terjadi multikolinieritas. Jika terjadi multikolinieritas antar variabel maka uji regresi ganda tidak dapat dilanjutkan.

3.7.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual antar pengamatan. Menurut (Sugiyono, 2013) untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji-*rank Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual (*error*). Untuk mendeteksi gejala uji heteroskedastisitas, maka dibuat persamaan regresi dengan asumsi tidak ada heteroskedastisitas kemudian menentukan nilai absolut residual, selanjutnya meregresikan nilai absolute residual diperoleh sebagai variabel

dependen serta dilakukan regresi dari variabel independen. Jika signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif adalah metode analisis dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan dan menjelaskan data yang terkumpul dengan apa adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014).

Data yang diperoleh dari jawaban responden akan diinterpretasikan dengan rumus sebagai berikut (Ferdinand A., 2014):

$$\text{Nilai Indeks} = ((\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5) + (\%F6 \times 6) + (\%F7 \times 7) + (\%F8 \times 8) + (\%F9 \times 9) + (\%F10 \times 10)) / 10$$

Berdasarkan rumus diatas jawaban responden berawal dari angka 1 sampai 10, maka angka indeks akan dimulai dari angka 10 sampai dengan 100 rentang sebesar 90, dengan menggunakan kriteria *three-box method*, maka rentang 90 akan dibagi tiga sehingga menghasilkan rentang sebesar 30 yang akan digunakan untuk dasar interpretasi nilai indeks sebagai berikut:

10.00 - 40 = Rendah

40.01 - 70 = Sedang

70.01 - 100 = Tinggi

3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah analisis yang digunakan untuk menganalisa pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (Ferdinand A. , 2014). Pada analisis regresi linier berganda, harus terdapat lebih dari 1 variabel X (independen) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variabel Y (dependen). Dalam penelitian ini variabel independen adalah *Service Quality* (X_1), *Cafe Atmosphere* (X_2) dan variabel dependen adalah Loyalitas Konsumen (Y). Rumus matematis dari regresi linier berganda yang digunakan penelitian ini adalah (Sugiyono, 2014) :

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

Keterangan :

Y = Variabel Independen (Loyalitas konsumen)

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi *Service Quality*, *Cafe Atmosphere*

X_1 = *Service Quality*

X_2 = *Cafe Atmosphere*

e = Standar error

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t (Signifikansi Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent yang digunakan dalam penelitian memiliki pengaruh secara parsial atau tidak terhadap variabel dependen (Prayitno, 2014). Pada penelitian ini Uji t digunakan untuk menguji variabel Independen yaitu : *Service Quality*(X1) dan *Cafe atmosphere*(X2) apakah variabel tersebut memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Konsumen (Y). Pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

a. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi yang dipilih adalah 5% ($\alpha = 0,05$) dan derajat bebas (db) = $n-k-1$ untuk memperoleh nilai t_{tabel} sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.

b. Menghitung nilai t_{hitung}

Pengujian regresi secara parsial untuk mengetahui apakah individual variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Hipotesis parsial digunakan uji t , maka dapat dianalisis dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

t = Uji t

r = Nilai koefisien korelasi

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel yang diobservasi

(Sugiyono, 2014)

- c. Kriteria pengujian hipotesis secara parsial, kriteria uji t yang digunakan adalah:
- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima, berarti variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.
 - b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.

3.9.2 Uji R^2

Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data hasil observasi. Koefisien determinasi menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model (Setiawan & Kusriani, 2010). Semakin besar nilai determinan (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Sifat yang dimiliki determinan adalah :

- a. Nilai R^2 selalu positif karena merupakan nisbah dari jumlah kuadrat :

$$\text{Nilai } R^2 = \frac{JK \text{ regresi}}{JK \text{ total terkoreksi}}$$

- b. Nilai $0 \leq R^2 \leq 1$

$R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara x dan y, yaitu model yang terbentuk tidak tepat untuk menormalkan Y.

$R^2 = 1$, garis yang terbentuk dapat menormalkan Y secara sempurna.