

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yakni guna mengetahui sejauhmana pengaruh kualitas pelayanan, harga dan suasana café terhadap kepuasan konsumen di Epidemi Kopi Jombang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Konsumen dan variabel bebas (X1) yaitu Kualitas Pelayanan, (X2) yaitu Harga dan (X3) yaitu Suasana Café. Dengan menggunakan pengukuran skala Likerts. Penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan, harga dan suasana café terhadap kepuasan konsumen. Sehingga jenis penelitian ini menggunakan metode *explanatory*, dengan menggunakan metode kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2017: 6), metode *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan dari variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. (Lestari, 2020)

Metode dalam pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, penyebaran angket, dan dokumentasi. Guna analisis data, peneliti menggunakan bantuan yaitu sebuah program SPSS. SPSS adalah suatu program untuk mengolah data statistic yang berfungsi untuk menganalisis data dan melakukan perhitungan statistic (parametrik dan non parametrik) dengan basis windows (Ghozali I., 2012). Dengan melalui

berbagai uji, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis (uji t dan  $R^2$ ).

### **3.2 Subjek dan Objek Penelitian**

#### **3.2.1 Subjek Penelitian**

Subjek dari penelitian ini adalah konsumen Epidemik Kopi Jombang.

#### **3.2.2 Objek Penelitian**

Objek dari penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan, harga dan suasana café terhadap kepuasan konsumen Epidemik Kopi Jombang.

### **3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

#### **3.3.1 Variabel Penelitian**

Variabel dari penelitian ini terdiri dari variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Konsumen dan variabel bebas (X1) yaitu Kualitas Pelayanan, (X2) yaitu Harga dan (X3) yaitu Suasana Café.

#### **3.3.2 Definisi Operasional Variabel**

Menurut Moh Nazir (2003:126), definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diberikan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut.

1. Variabel bebas yaitu variabel yang nilainya tidak tergantung pada variabel lain, terdiri dari:
  - a. Kualitas Pelayanan (X1) dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.
  - b. Harga (X2) merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.
  - c. Suasana Café (X3) adalah kegiatan merancang lingkungan pembelian dalam suatu tempat dengan menentukan karakteristik tempat tersebut melalui pengaturan dan pemilihan fasilitas fisik dan aktivitas barang lainnya. Ini merupakan komponen penting dalam sebuah *coffee shop* yang bisa memberikan efek sensorik dominan yang diciptakan dari lingkungan fisik di sebuah *coffee shop*, maka *coffee shop* harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya agar dapat menarik konsumen untuk datang ke *coffee shop* tersebut.
2. Variabel terikat yaitu variabel yang terpengaruhi oleh variabel lain, yaitu kepuasan konsumen di Epidemi Kopi Jombang. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang

setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan yang diharapkannya.

**Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Indikator	Item
Kepuasan Konsumen (Y) (Tjiptono & Chandra, 2011)	Kesesuaian harapan	1. Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Epidemi Kopi.
		2. Saya merasa puas dengan fasilitas yang diberikan Epidemi Kopi.
	Minat berkunjung kembali	1. Saya berminat untuk berkunjung kembali karena di Epidemi Kopi memuaskan
		2. Saya berminat untuk berkunjung kembali karena makanan yang dihidangkan memuaskan
	Kesesuaian merekomendasikan	1. Saya merekomendasikan Epidemi Kopi pada orang lain.
	Kualitas Pelayanan (X1) Zheithalm et al Ariani (2009: 180)	<i>Tangibles</i> (Bukti fisik)
2. Epidemi Kopi memiliki bangunan yang luas.		
3. Lokasi Epidemi Kopi strategis.		
<i>Reliability</i> (Keandalan)		1. Epidemi Kopi buka tepat waktu.
		2. Ketepatan Epidemi Kopi dalam membuat pesanan konsumen.
		3. Epidemi Kopi mampu dipercaya tanpa melakukan kesalahan.
<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)		1. Karyawan Epidemi Kopi cepat tanggap dalam melayani keluhan pelanggan.
		2. Karyawan Epidemi Kopi siap memberikan pelayanan pada saat dibutuhkan pelanggan.
		3. Kecepatan karyawan Epidemi Kopi dalam menangani transaksi.
<i>Assurance</i> (Jaminan)		1. Epidemi Kopi memiliki pelayanan yang ramah.
		2. Epidemi Kopi jelas dalam memberikan informasi suatu produk.
		3. Epidemi Kopi selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan/minuman.
<i>Empathy</i> (Empati)		1. Epidemi Kopi memberikan perhatian secara penuh kepada konsumen.
		2. Epidemi Kopi melayani dan menghargai setiap pelanggan tanpa membedakan.
		3. Kepekaan karyawan Epidemi Kopi dalam memahami keinginan pembeli.
Harga (X2) Kotler dan Armstrong (2012: 314)	Keterjangkauan Harga	1. Harga menu di Epidemi Kopi terjangkau.
		2. Harga di Epidemi Kopi bervariasi.
	Daya saing harga	1. Harga menu di Epidemi Kopi kompetitif.
Kesesuaian harga dengan kualitas	1. Harga yang ditawarkan Epidemi Kopi sama dengan kualitas produknya.	

Lanjutan tabel 3.1

	produk	
Suasana café ( <i>Store Atmosphere</i> ) (X3) Lina Salim (2014:545)	<i>Exterior</i> (Bagian depan toko)	1. Pintu masuk Epidemi Kopi memudahkan pelanggan untuk keluar dan masuk kafe.
		2. Tempat parkir di Epidemi Kopi luas.
		3. Bangunan luar Epidemi Kopi terlihat unik.
	<i>General Interior</i> (Bagian dalam toko)	1. Epidemi Kopi memiliki pencahayaan ruangan dan pewarnaan yang menarik.
		2. Gambar dan poster dalam ruangan Epidemi Kopi sesuai dengan tema.
		3. Epidemi Kopi selalu memainkan musik yang membuat suasana menjadi lebih nyaman.
	<i>Store Layout</i> (Tata Letak Toko)	1. Tata letak meja dan kursi di Epidemi Kopi sangat rapi.
		2. Penataan barang di Epidemi Kopi sangat rapi agar menambah keindahan ruangan.
		3. Ruangan di Epidemi Kopi terasa lebar dan cukup untuk berlalu lalang.
	<i>Interior Display</i> (Penataan Produk)	1. Tanda atau petunjuk arah di Epidemi Kopi memberikan informasi dengan baik dalam menunjukkan (kasir, toilet, musholla)
		2. Dekorasi yang unik dan sesuai dengan tema membuat saya ingin berlama – lama di Epidemi Kopi.
		3. Pemasangan dekorasi yang indah di dalam ruangan membuat saya ingin datang berkunjung kembali ke Epidemi Kopi.

Sumber: Tjiptono & Chandra (2011), Zheithalm et al Ariani (2009:180), Kotler dan Armstrong (2012: 314), dan Lina Salim (2014:545), dan jurnal lainnya.

### 3.3.3 Skala Pengukuran

Pengukuran nilai dari angket ini menggunakan sebuah skala Likert, skala Likert ini adalah skala yang dipergunakan untuk mengukur suatu persepsi, sikap atau pendapat dari seseorang/kelompok tentang sebuah fenomena, kejadian atau peristiwa sosial berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Jawaban dari responden ini bersifat persepsional yang dikuantitatifkan, dimana jawaban untuk pernyataan diberi nilai :

1. Nilai 5, untuk jawaban sangat setuju.
2. Nilai 4, untuk jawaban setuju.
3. Nilai 3, untuk jawaban netral.
4. Nilai 2, untuk jawaban tidak setuju.
5. Nilai 1, untuk jawaban sangat tidak setuju.

### **3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

#### **3.4.1 Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2018:130) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Epidem Kopi Jombang yang tidak diketahui jumlahnya.

#### **3.4.2 Sampel**

Sampel adalah suatu bagian dari karakteristik yang dimiliki pada populasi. Jika populasinya besar dan peneliti tidak mungkin untuk mempelajari semua yang ada dalam populasi tersebut (bisa dikarenakan oleh keterbatasan waktu, tenaga atau dana), maka peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut itu adalah kesimpulan yang diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi ini harus betul-betul mewakili. (Sugiyono,2017).

Menurut Wibisono dalam Riduwan dan Akdon (2013), rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut:

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

Dimana :

$n$  = Jumlah Sampel

$Z_{\alpha}$  = Nilai yang diperoleh dari tabel normalitas tingkat keyakinan.

$e$  = Kesalahan Penarikan Sampel

$2\sigma$  = Standar Deviasi

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95%, maka nilai  $Z_{\alpha}$  0,05 adalah 1,96 dan standar deviasi ( $\sigma$ ) = 0,25. Tingkat kesalahan dalam penarikan sampel ditentukan sebesar 5% atau 0,05 maka dengan menggunakan rumus tersebut dapat ditentukan jumlah sampelnya yaitu:

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

$$n = 96,04$$

Jadi berdasarkan jumlah diatas besarnya nilai sampel sebesar 96,4 orang sehingga dibulatkan menjadi 100 orang agar lebih mudah.

### 3.4.3 Teknik Sampling

Teknik yang dipergunakan dalam pengambilan sebuah sampel penelitian ini adalah *Non-probability Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017), *Non-probability Sampling* adalah sebuah teknik pengambilan

sampel yang tidak memberikan sebuah peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur/anggota pada populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sebuah jenis teknik accidental sampling, dimana pengambilan sampelnya ini secara aksidental atau mengambil responden secara kebetulan yang sedang ada di tempat yang sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmodjo, 2010).

### **3.5 Jenis dan Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.5.1 Jenis dan Sumber Data**

Dalam mendapatkan data, peneliti menggunakan data primer dan sekunder. Berikut penjelasan kedua data tersebut :

##### **1. Data Primer**

Menurut (Arikunto, 2013), Data primer adalah data yang didapatkan dari semua fakta dan angka-angka dalam riset secara langsung sehingga yang dapat dijadikan bahkan untuk menyusun sebuah informasi yang relevan dengan kondisi sebenarnya. (Hayati, 2020) Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan angket kepada responden sebagai sumber informasi.

##### **2. Data Sekunder**

Menurut (Malhotra, 2010), Data sekunder adalah data yang sudah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang dihadapi. Data sekunder ini diperoleh dari jurnal, buku, dan media online lain sebagai pendukung informasi penelitian.



### 3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada beberapa cara untuk pengumpulan data penelitian, antara lain:

- a. Angket yang merupakan teknik pengumpulan informasi dan data dengan menjawab sebuah pilihan jawaban yang secara sistematis dan dilandasi pada tujuan penelitian. Dalam hal ini pengumpulan informasi dan datanya dilakukan di *coffee shop* Epidemi Kopi Jombang.
- b. Dokumentasi yang merupakan pengumpulan, mempelajari data dan informasi dari buku, jurnal, tulisan ilmiah, majalah, dan media online yang
- c. memiliki relevansi dengan konteks penelitian ini.

## 3.6 Uji Instrumen

### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui sah tidaknya instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti (Imam Ghozali, 2010).

Cara untuk mencari nilai validitas dari sebuah item adalah dengan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total skor item-item dari variabel tersebut, apabila nilai korelasi diatas 0,3 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup,

sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,3 maka dikatakan item tersebut kurang valid. Metode korelasi yang digunakan adalah Pearson Product Moment sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum KiFi - (\sum Ki)(\sum Fi)}{\sqrt{n \sum Ki^2 - (\sum Ki)^2 * n \sum Fi^2 - (\sum Fi)^2}}$$

Setelah angka korelasi diketahui, kemudian dihitung nilai t dari r dengan rumus:

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

Setelah itu, dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , berarti data tersebut signifikan (valid) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Sebaliknya bila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , berarti data tersebut tidak signifikan (tidakvalid) dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Pernyataan-pernyataan yang valid selanjutnya dilakukan uji reliabilitasnya.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul Item-Total Statistic. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai Corrected item-Total Correlation masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari Corrected item-Total Correlation  $> 0,30$ . Sugiyono, (2013).

Adapun uji coba validitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji validitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Hasil Perhitungan Validitas Instrumen**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (Bukti Fisik)	X1.1.1	0,755	0,3	Valid
	X1.1.2	0,604	0,3	Valid
	X1.1.3	0,525	0,3	Valid
Kualitas Pelayanan (Keandalan)	X1.2.1	0,804	0,3	Valid
	X1.2.2	0,861	0,3	Valid
	X1.2.3	0,597	0,3	Valid
Kualitas Pelayanan (Daya Tanggap)	X1.3.1	0,825	0,3	Valid
	X1.3.2	0,763	0,3	Valid
	X1.3.3	0,700	0,3	Valid
Kualitas Pelayanan (Jaminan)	X1.4.1	0,616	0,3	Valid
	X1.4.2	0,748	0,3	Valid
	X1.4.3	0,832	0,3	Valid
Kualitas Pelayanan (Empati)	X1.5.1	0,855	0,3	Valid
	X1.5.2	0,825	0,3	Valid
	X1.5.3	0,825	0,3	Valid
Harga	X2.1	0,530	0,3	Valid
	X2.2	0,507	0,3	Valid
	X2.3	0,583	0,3	Valid
	X2.4	0,677	0,3	Valid
Suasana Café (Store Atmosphere)	X3.1	0,642	0,3	Valid
	X3.2	0,822	0,3	Valid
	X3.3	0,855	0,3	Valid
	X3.4	0,628	0,3	Valid
	X3.5	0,711	0,3	Valid
	X3.6	0,722	0,3	Valid
	X3.7	0,571	0,3	Valid
	X3.8	0,525	0,3	Valid
	X3.9	0,778	0,3	Valid
	X3.10	0,786	0,3	Valid
	X3.11	0,778	0,3	Valid
	X3.12	0,797	0,3	Valid
Kepuasan Konsumen	Y.1	0,788	0,3	Valid
	Y.2	0,693	0,3	Valid
	Y.3	0,895	0,3	Valid
	Y.4	0,600	0,3	Valid
	Y.5	0,834	0,3	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2021

Berdasarkan 3.2 maka diatas disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang terdapat pada variabel kualitas pelayanan, harga, suasana cafe dan kepuasan konsumen diperoleh dari r hitung lebih besar dari nilai koefisien, hal ini berarti semua variabel adalah valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016:47) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal adalah jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS 20. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien Alpha Cronbach, yaitu :

- 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.

Adapun uji coba reliabilitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji reliabilitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Hasil Perhitungan Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)		0,6	Reliabel
Bukti Fisik (X1.1)	0,614	0,6	Reliabel
Keandalan (X1.2)	0,779	0,6	Reliabel
Daya Tanggap (X1.3)	0,779	0,6	Reliabel
Jaminan (X1.4)	0,751	0,6	Reliabel
Empati (X1.5)	0,831	0,6	Reliabel
Harga (X2)	0,772	0,6	Reliabel
Suasana Café (X3)	0,771	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,808	0,6	Reliabel

*Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 20, 2021*

Berdasarkan tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6.

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2017) metode deskriptif merupakan metode yang digunakan guna menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya. Analisis deskriptif ini digunakan guna mengetahui frekuensi dan variasi dari jawaban terhadap item pernyataan dalam angket.

Guna mengetahui kategori dari rata-rata skor dapat menggunakan perhitungan berikut ini:

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang skor} &= \frac{\text{Skor tinggi} - \text{Nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5}
 \end{aligned}$$

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

1,0 – 1,8 = Sangat buruk

1,9 – 2,6 = Buruk

2,7 – 3,4 = Cukup

3,5 – 4,2 = Baik

4,3 – 5,0 = Sangat baik (Sudjana, 2012)

### 3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi Linier Berganda ditujukan untuk menentukan hubungan linier antar variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) dengan variabel terikat ( $Y$ ). Hubungan fungsional antara variabel terikat dengan variabel bebas dibuat sebagai berikut :

Persamaan umum :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan :

$Y$  : Kepuasan Konsumen

$a$  : constanta

$b_1, b_2, b_3$  : Koefisien Regresi

$X_1$  : Kualitas Pelayanan

$X_2$  : Harga

$X_3$  : Suasana café

$e$  : Standar Error atau Kesalahan Pengganggu

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan sebuah analisis regresi berganda, agar dapat memprediksi situasi yang tidak normal maka akan dilakukan uji asumsi klasik. Untuk persyaratan asumsi klasik, beberapa kriteria harus dipenuhi, antara lain:

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas ini adalah guna mengetahui apakah distribusi dari sebuah data mendekati atau mengikuti distribusi normal, yaitu data dengan bentuk lonceng, data tidak melenceng kekanan dan kekiri. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0.05 dan jika kurang dari 0,05 maka data berdistribusi tersebut tidak normal. Dalam penelitian ini uji normalitas distribusi data menggunakan uji *kolmogorovsmirnov*.

#### 3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menganalisis terjadinya masalah heteroskedastisitas, dilakukan dengan menganalisis Grafik Scatter Plot dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika sebaran titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu dan sebarannyaberada di atas dan di bawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat masalah heteroskedastisitas

2. Jika sebaran titik-titik membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya hanya berada di atas atau di bawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi terdapat masalah heteroskedastisitas. (Ghozali, 2016).

### 3.8.3 Uji Multikolinearitas

Guna mendeteksi ada atau tidak multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan membandingkan : (Raharjo, n.d.)

1.  $VIF > 5$ , maka ini diduga memiliki persoalan multikolinearitas.
2.  $VIF < 5$ , maka ini tidak terdapat multikolinearitas.
3. Tolerance  $> 0,1$  maka ini diduga memiliki persoalan multikolinearitas.
4. Tolerance  $< 0,1$  maka ini tidak terdapat multikolinearitas.

### 3.8.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi pada tempat yang berdekatan datanya yaitu *cross sectional*. Autokorelasi merupakan korelasi *time series* (lebih menekankan pada dua data penelitian berupa data rentetan waktu). Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai DW (Durbin Watson) dengan kriteria pengambilan jika  $D - W$  sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai *rule of thumb* (aturan ringkas), jika nilai  $D - W$  diantara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi. (Ghozali, 2012)



### 3.9 Pengujian Hipotesis

#### 3.9.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji statistik-t dilakukan guna melihat secara parsial bagaimana pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Model dari hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah :

- a.  $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$ , diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan suasana cafe secara parsial tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan konsumen.
- b.  $H_0 : b_1, b_2, b_3 \neq 0$ , diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan suasana café secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan konsumen.

#### 3.9.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinan ( $R^2$ ) ini mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikatnya. Bila semakin besar nilainya (mendekati angka satu), maka dapat disebut bahwa pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, harga dan suasana café adalah kuat terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Hal ini berarti model yang digunakan ini semakin kuat dalam menerangkan pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga dan suasana café yang diteliti terhadap variabel kepuasan konsumen.