

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian explanatory (*explanatory research*) yang menghubungkan antar variable variabel, penelitian melalui pengujian hipotesis dengan menggunakan metode pengumpulan data dengan cara menebar kuisioner/angket dan study pustaka. Penelitian ini berupa penelitian yang bertujuan untuk menganalisis, mengetahui dan menjelaskan hubungan kepuasan pelanggan dan *Coffee Shop Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan diKedai Kopi Rudeka Jombang.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengukur pengaruh variabel independen yaitu Kepuasan pelanggan dan *Coffee Shop Atmosphere* terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Kedai Kopi Rudeka Jombang dengan kriteria laki-laki dan wanita. Adapun obyek penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan, *Coffee Shop Atmosphere* dan Loyalitas Pelanggan. Pengumpulan data dilakukan dengan metode penyebaran angket berisi pernyataan yang tiap item berisi mengenai indikator dari variabel penelitian. Skala pengukuran penelitian ini adalah menggunakan skala likert. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Uji hipotesis penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 21.

## **3.2 Subjek Dan Objek Penelitian**

### **3.2.1 Subjek penelitian**

Subyek penelitian ini adalah Pelanggan Kedai Kopi Rudeka Jombang yang membeli/berkunjung minimal 2 kali dalam satu bulan.

### **3.2.2 Objek Penelitian**

Obyek penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan dan *Coffee Shop Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Rudeka Jombang.

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

### **3.3.1 Variable Penelitian.**

#### **a. Variabel Independen**

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah Kepuasan pelanggan dan *Coffee Shop Atmosphere*

#### **b. Variabel Dependen**

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi variabel lainnya. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan.

### **3.3.2 Definisi Operasional Variable**

#### **1. Loyalitas Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2004) loyalitas pelanggan adalah komitmen terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang

sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Menurut (Griffin, 2006) loyalitas pelanggan dapat diukur sebagai berikut:

- 1) Melakukan pembelian ulang secara teratur
- 2) Melakukan pembelian lini produk dan jasa
- 3) Mereferensikan kepada orang lain.
- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

## **2. Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan, baik itu berupa kesenangan atau kekecewaan yang timbul dari membandingkan penampilan sebuah produk dihubungkan dengan harapan pelanggan atas produk tersebut. Kepuasan pelanggan juga merupakan persepsi individu terhadap performansi suatu produk atau jasa dikaitkan dengan harapan pelanggan tersebut. Indikator kepuasan pelanggan menurut Ishmael & Dei (2018) adalah: pelanggan merasa puas terhadap makanan, menu, harga, pelayanan, dan fasilitas.

## **3. *Coffee Shop Atmosphere***

Menurut (Levy and Weitz, 2001) suasana toko merupakan penciptaan suasana toko melalui visual, penataan, cahaya, musik dan aroma yang dapat menciptakan lingkungan pembelian yang nyaman sehingga dapat mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen untuk melakukan pembelian". Menurut (Barry Berman,

2001) *Store Atmosphere* dapat diukur melalui elemen-elemen sebagai berikut:

1. *Exterior*

- a) kedai kopi rudeka mempunyai papan nama yang jelas
- b) kedai kopi rudeka mempunyai logo yang unik
- c) Pintu masuk kedai kopi rudeka luas sehingga memudahkan masuk kedalam cafe.
- d) kedai kopi rudeka mempunyai tempat ngopi yang luas sehingga saya merasa nyaman
- e) kedai kopi rudeka terletak di tengah-tengah kabupaten Jombang sehingga mudah di cari lokasinya.
- f) tempat parkir kedai kopi rudeka luas sehingga memudahkan saya untuk parkir kendaraan.

2. *Store Layout*

- a) Kedai kopi rudeka meletakkan barang-barang unik dan cantik didalam ruangnya sehingga menambah keindahan ruangnya.

3. *Interior*

- a) Kedai kopi rudeka membuat tema dekorasi ruangan yang unik sehingga saya ingin berkunjung kembali.
- b) Tanda atau petunjuk arah di kedai kopi rudeka memberikan informasi dengan baik dalam menunjukkan (kasir, toilet, musholla)

#### 4. *General Interior.*

- a) perpaduan warna pada dinding kedai kopi rudeka membangun perasaan yang hangat.
- b) pencahayaan pada kedai kopi rudeka yang sedikit terang sehingga menimbulkan kesan yang tenang.
- c) aroma pada kedai kopi rudeka wangi sehingga dapat mempengaruhi suasana hati pelanggan.
- d) Penataan perabotan di kedai kopi rudeka di buat seunik mungkin sehingga saya ingin berlama-lama di kedai kopi rudeka
- e) toilet kedai kopi rudeka bersih.

**Tabel 3. 1**  
**Kisi-kisi Instrumen**

<b>Variable</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item Pernyataan</b>
Kepuasan Pelanggan (X1)	Pelanggan merasa puas terhadap makanan, menu, harga, pelayanan, dan fasilitas.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa puas membeli di kedai kopi rudeka karena Makanan yang disajikan lezat.</li> <li>2. Saya merasa puas berkunjung di kedai kopi rudeka karena Menu nya beragam.</li> <li>3. Saya merasa puas karena kualitas makanan dan minuman di kedai kopi rudeka sesuai dengan harganya.</li> <li>4. Saya merasa puas karena Pelayanan yang diberikan di kedai kopi rudeka ramah.</li> <li>5. Saya merasa puas dengan Fasilitas tempat duduk di kedai kopi rudeka karena fasilitas tempat duduk nya memadai.</li> </ol>

Lanjutan Tabel 3.1

<b>Variable</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item Pernyataan</b>
<i>Coffee Shop Atmosphere (X2)</i>	<i>Exterior</i>	<p>6. Papan nama dikedai kopi rudeka terlihat jelas.</p> <p>7. Kedai kopi rudeka mempunyai logo yang unik.</p> <p>8. Pintu masuk kedai kopi rudeka luas sehingga memudahkan masuk kedalam cafe.</p> <p>9. kedai kopi rudeka mempunyai tempat ngopi yang luas sehingga saya merasa nyaman</p> <p>10. kedai kopi rudeka terletak di tengah-tengah kabupaten Jombang sehingga mudah untuk dicari lokasinya.</p> <p>11. Kedai kopi rudeka mempunyai tempat parkir yang luas sehingga memudahkan saya untuk parkir kendaraan.</p>
	<i>Store layout</i>	12. Kedai kopi rudeka meletakkan barang-barang unik dan cantik didalam ruangnya sehingga menambah keindahan ruangnya.
	<i>Interior (point of purchase)</i>	<p>13. Kedai kopi rudeka membuat tema dekorasi ruangan yang unik sehingga saya ingin berkunjung kembali.</p> <p>14. Tanda atau petunjuk arah di kedai kopi rudeka memberikan informasi dengan baik dalam menunjukkan (kasir, toilet, musholla).</p>
	<i>General interior</i>	<p>15. Perpaduan warna pada dinding kedai kopi rudeka membangun perasaan yang hangat.</p> <p>16. Pencahayaan pada kedai kopi rudeka yang sedikit terang sehingga menimbulkan kesan yang tenang</p> <p>17. Aroma pada kedai kopi rudeka wangi sehingga dapat mempengaruhi suasana hati menjadi tenang.</p> <p>18. Penataan perabotan di kedai kopi rudeka di buat seunik mungkin sehingga saya ingin berlama-lama dikedai kopi rudeka</p> <p>19. Toilet di kedai kopi rudeka bersih</p>

Lanjutan Tabel 3.1

Variable	Indikator	Item Pernyataan
Loyalitas pelanggan (Y)	Melakukan pembelian ulang secara teratur	20. Saya melakukan pembelian secara teratur di kedai kopi rudeka
	Melakukan pembelian lini produk dan jasa	21. Saya membeli pilihan produk yang berbeda setiap berkunjung ke kedai kopi rudeka
	Mereferensikan kepada orang lain	22. Saya merekomendasikan orang lain untuk berkunjung ke kedai kopi rudeka
	Kekebalan terhadap tarikan pesaing	23. Saya akan lebih memilih berkunjung ke kedai kopi rudeka meskipun ada promo di kedai kopi lain.

Sumber: Loyalitas pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan *Coffee Shop Atmosphere*

### 3.4 Skala pengukuran

Skala pengukuran menurut (Sugiono, 2006) merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga jika digunakan dalam pengukuran bisa mendapatkan hasil yang kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan didalam penelitian likert mempunyai tingkat preferensi yang masing-masing memiliki skor 1-5 dengan rincian berikut. Skala likert digunakan sebagai pilihan respon pelanggan. Dibawah ini yaitu tabel skala pengukuran.

**Tabel 3. 2**  
**Pengukuran Skala Likert**

No.	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Skala Likert

### 3.5 Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling

#### 1. Populasi

Menurut (Sugiono, 2014) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atau obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Kedai Kopi Rudeka yang tidak diketahui jumlahnya.

#### 2. Sampel

Menurut Sampel (Sugiono, 2011) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui maka memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditemukan rumus (Riduwan, 2012)

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel

$Z_{\alpha}$  : Nilai yang di dapat dari table normalitas tingkat

$e$  : kesalahan penarikan sampel

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

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

$$n = 96,04$$

Jadi berdasarkan jumlah diatas besarnya nilai sampel sebesar 96,04 orang sehingga dibulatkan menjadi 100 orang.

### 3. Teknik Sampling

Teknik yang dipergunakan dalam pengambilan sebuah sampel penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017), *Nonprobability 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. Sebelum menyebar angket peneliti Dalam penelitian ini bertanya ke reponden berapa kali reponden berkunjung ke kedai kopi rudeka dalam satu bulan, dan 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).

### 3.5.1 Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data interval berupa jawaban responden terhadap pernyataan dalam angket dan data nominal yang berisi tentang karakteristik responden yang meliputi nama penghasilan, pekerjaan, usia, jenis kelamin dan jumlah kunjungan yang bersumber dari data primer dan data sekunder berupa studi kepustakaan melalui buku, jurnal artikel dan internet.

### 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian ilmiah, teknik pengumpulan data digunakan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan , akurat dan terpercaya teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain :

#### 1. Angket

Menurut (Sugiyono, 2017) menjelaskan angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan seecara tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Peneliti menggunakan angket yang terdiri atas beberapa pernyataan yang dapat memberikan data kepada peneliti tentang pengaruh kepuasan pelanggan dan *cofee Store Atmosphere* Terhadap loyalitas pelanggan.

#### 2. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data yang juga dilakukan dalam penelitian ini adalah studi pustaka. Studi pustaka mengumpulkan data yang relevan dari buku, literature, artikel ilmiah, berita

maupun sumber kredibel lainnya yang terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan.

### 3.6 Uji Instrumen

#### 3.6.1 Uji validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam mengukur apa yang seharusnya diukur agar pengukuran sesuai dengan sarannya (Hartono, 2013) Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur apakah angket yang dibuat oleh peneliti sudah bisa mengukur apa yang hendak peneliti ukur. Jika hasil kemaknaan dengan  $r$  menunjukkan  $r$ -hitung  $> 0,3$  maka dinyatakan valid (Sugiyono, 2007). Untuk mengukur derajat hubungan antara dua variabel dinamakan dengan person product moment atau disimbolkan dengan huruf  $r$ . Teknik korelasi produk moment menggunakan perhitungan sebagai berikut.

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n(\Sigma X)\}\{n\Sigma Y - (\Sigma Y)\}}}$$

Keterangan:

$r$  = korelasi

$X$  = Skor item  $X$

$Y$  = Skor item  $Y$

$N$  = banyaknya sampel dalam penelitian

Uji validitas penelitian ini menggunakan rumus Pearson product Moment.

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden. Berikut ini merupakan hasil uji validitas tiap item pernyataan yang dapat dilihat pada Tabel 3.3 di bawah ini:

**Tabel 3.3**  
**Uji Validitas**

Item	Variable	R-Hitung	R-Kritis	Ket
KP1	Kepuasan Pelanggan	0,725	0,3	Valid
KP2		0,728	0,3	Valid
KP3		0,734	0,3	Valid
KP4		0,707	0,3	Valid
KP5		0,730	0,3	Valid
CSA1	<i>Coffee Shop Atmosphere</i>	0,843	0,3	Valid
CSA2		0,702	0,3	Valid
CSA3		0,655	0,3	Valid
CSA4		0,848	0,3	Valid
CSA5		0,889	0,3	Valid
CSA6		0,601	0,3	Valid
CSA7		0,740	0,3	Valid
CSA8		0,789	0,3	Valid
CSA9		0,600	0,3	Valid
CSA10		0,581	0,3	Valid
CSA11		0,753	0,3	Valid
CSA12		0,848	0,3	Valid
CSA13		0,810	0,3	Valid
CSA14		0,828	0,3	Valid
LP1	Loyalitas Pelanggan	0,665	0,3	Valid
LP2		0,774	0,3	Valid
LP3		0,854	0,3	Valid
LP4		0,848	0,3	Valid

Sumber: data primer diolah 2021

Berdasarkan Tabel 3.3 diatas menunjukkan bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan dan menunjukkan bahwa  $r$ -hitung  $> 0.3$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item

pernyataan dinyatakan valid dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur penelitian ini.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Sebuah alat ukur atau pertanyaan dalam angket dikategorikan reliabel (andal), jika alat ukur yang digunakan dapat mengukur secara konsisten atau stabil meskipun pertanyaan tersebut diajukan dalam waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Untuk melihat reliabilitas masing-masing instrumen yang digunakan, penulis menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) dengan menggunakan fasilitas Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 21 untuk jenis pengukuran interval. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha lebih besar dari batasan yang ditentukan yakni 0,6 atau nilai korelasi hasil perhitungan lebih besar daripada nilai dalam tabel dan dapat digunakan untuk penelitian, yang dirumuskan:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Keterangan:

$\alpha$  = koefisien reliabilitas

$k$  = jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum Si$  = jumlah varian skor tiap item

$S_t$  = varians total

Hasil uji reliabilitas dengan jumlah responden sebanyak 30 orang dapat dilihat pada Tabel 3.4 di bawah ini:

**Tabel 3. 4**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai cronbach alpha	r-kritis	Keterangan
Kepuasan pelanggan (KP)	0,767	0,6	Reliabel
<i>Coffee Shop Atmosphere</i> (CSA)	0,938	0,6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (LP)	0.796	0,6	Reliabel

Sumber: data primer diolah 2021

Berdasarkan Table 3,4 menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai  $> 0,6$  sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel reliable dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur penelitian ini.

### 3.7 Metode Analisa Data

#### 3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2014) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisis deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rentan Skor} &= \frac{\text{nilai skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{jumlah katagori}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

1,0 – 1,8 = Sangat Rendah/ Sangat buruk

1,9 – 2,6 = Rendah/buruk

2,7 – 3,4 = Cukup tinggi/cukup baik

3,5 – 4,2 = Tinggi/baik

4,3 – 5,0 = Sangat Tinggi/sangat baik

### 3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji yang dilakukan untuk menganalisis asumsi-asumsi dasar yang harus dipenuhi dalam penggunaan regresi. Uji asumsi klasik ini bertujuan agar menghasilkan estimator linear tidak bias yang terbaik dari model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil. Dengan terpenuhinya asumsi-asumsi tersebut maka hasil yang diperoleh dapat lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan (Ghozali, 2016). Adapun asumsi-asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi. (Ghozali, 2016).

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan terhadap residu data penelitian dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Pengujian normalitas data dilakukan dengan criteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian adalah normal
2. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian tidak normal. (Ghozali, 2016)

#### b. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2016). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dilakukan dengan menganalisis nilai *Tolerance* dan *Variance Influence Factor* (VIF) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF  $> 10$  dan Tolerance  $< 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinieritas
2. Jika nilai VIF  $< 10$  dan Tolerance  $> 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas. (Ghozali, 2016)

### **c. 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 sebarannya berada 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).

#### **d. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi yaitu sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu, Oleh karena itu, apabila asumsi autokorelasi terjadi pada sebuah model prediksi, maka nilai *disturbance* tidak lagi berpasangan secara bebas, melainkan berpasangan secara autokorelasi, Untuk dapat mendeteksi adanya autokorelasi dalam situasi tertentu memakai uji Durbin Watson dengan nilai keputusan nilai Durbin Watson diatas nilai DL dan kurang dari nilai 4-DU, (Simamora, 2005),

### **3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda**

Metode regresi dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara variabel bebas (Independen) dengan variabel terikat (Dependen). Metode ini juga bisa digunakan sebagai ramalan, sehingga dapat diperikarakan antara baik atau buruknya suatu variabel X terhadap naik turunnya suatu tingkat variabel Y, begitu pun sebaliknya. Rumus Regresi Linier Berganda (Umar, 2010)

:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = variabel terikat dalam penelitian ini loyalitas pelanggan.

$\alpha$  = konstanta

X1 X2 = variabel bebas yaitu Kepuasan Pelanggan (X1) dan *Coffee Shop Atmosphere* (X2)

$\beta_1 \beta_2$  = parameter (koefesien ) regresi

$\varepsilon$  = variabel random error /galat/ variabel pengganggu (disturbance tern).

### 3.7.4 Uji Hipotesis

#### a. Uji t ( Uji Parsial)

Menurut (Sugiono, 2011) uji-t menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X1) dan (X2) Terhadap (Y).

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X1) dan (X2) terhadap (Y).

Kriteria:

1.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak bila signifikan hitung  $\geq 0,05$  atau  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

2.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima bila signifikan hitung  $\leq 0,05$  atau  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

#### **b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Apabila nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya. Untuk mengevaluasi model regresi terbaik, penelitian ini berpatokan pada nilai Adjusted R Square atau koefisien determinasi yang sudah disesuaikan karena apabila memakai nilai R Square akan menimbulkan suatu bias yang dapat meningkatkan  $R^2$  jika ada penambahan variabel independen. Berbeda dengan R Square, nilai Adjusted R Square tidak akan menimbulkan bias karena nilai R *Square* dapat naik atau turun apabila sebuah variabel independen ditambahkan dalam model.