**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

* 1. **Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian ini merupakan penelitian eksplanasi (*explanatory research)*, menurut (Singarimbun, *et al*., 2010) mengatakan, eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui skala pengukuran menggunakan skala likert, penguji hipotesis, metode pengumpulan data dengan cara angket, serta dokumentasi, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014). Teknik analisis data peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan uji asumsi klasik dengan penguji hipotesis uji t. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah kosnumen Cozy Ceker and Coffee Jombang.

* 1. **Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**
		1. **Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini sebanyak 3 variabel yaitu 2 variabel independen (bebas) yaitu *cafe atmosphere* dan kualitas layanan dan 1 variabel dependen (terikat) yaitu keputusan pembelian.

* + 1. **Definisi Operasional**
			1. ***Cafe Atmosphere (X1)***

*Cafe atmosphere* adalah suasana yang dipersepsikan konsumen dibangun oleh Cozy Ceker and Coffee dengan sedemikian rupa agar mampu memberi daya tarik pada konsumen. *Café atmosphere* di ukur dengan indikator dari (Berman & Evans, 2001) yaitu:

* + - 1. *Exterior*

Bagian luar *Cafe* yang dipersepsikan konsumen yang menggambarkan karakteristik Cozy Ceker and Coffee yang tampak dari luar yang mampu menambahkan daya tarik pelanggan seperti: papan nama, lampu lampion, desain bangunan yang terlihat menarik.

* + - 1. *General Interior*

Bagian dalam *Cafe* yang dipersepsikan konsumen yang dapat ditangkap oleh indra terhadap pencahaya yang sesuai dengan tema *Café* seperti warna lantai*,* aroma, alunan musik yang terdengar dan tekstur dinding memberikan kesan yang berbeda.

* + - 1. *Cafe Layout*

Persepsi konsumen tentang penempatan ruang *Cafe* mengaklasifikasikan produk yang akan ditawarkan seperti: penempatan meja, kursi, desain kursi yang berbeda, penemptan meja kasir berada didekat pintu untuk memudahkan konsumen.

* + - 1. *Display*

Persepi konsumen tentang tujuan *Café* memberikan informasi terhadap konsumen dan menambahkan kesan berbeda pada Cozy Ceker and Coffee seperti: papan informasi agar memudahkan konsumen mendapatkan informasi, haiasan dinding memberi keindahan pada *Café*.

* + - 1. **Kualitas Layanan (X2)**

Kualitas layanan menurut konsep (Tjiptono, 2010) dipersepsikan oleh konsumen dalam menilai layanan *Café* Cozy yang bisa memenuhi harapan konsumen atas layanan diterima sehingga kosumen merasakan kepuasan. Indikator dalam penelitian ini mengacu pada konsep (Parasuraman, et al., 1988) yaitu:

*Tangibles* (tampilan fisik)

Persepsi konsumen tentang kemampuan perusahaan *Café* menunjukkan layanan yang tampak fisik yang terlihat menarik terhadap konsumen meliputi, penampilan karyawan yang rapih, peralatan dan perlengkapan *Café* yang digunakan dengan teknologi canggih.

*Reliability* (keterpercayaan)

Persepsi konsumen tentang kemampuan karyawan memberikan layanan yang sesuai dengan *Café yang* bisa diandalkan, mengenai petugas mampu mengolah makanan, petugas menyediakan pesenan dengan waktu relatif cepat.

*Responsiveness* (daya tanggap)

Persepsi konsumen tentang kecepatan dan ketepatan terhadap karyawan *Cafe* yang memberikan layanan seperti: petugas selalu menanggapi dengan cepat ketika diperlukan konsumen, kesiapan petugas *Café* Cozy dalam merespon keluhan konsumen.

*Assurance* (jaminan)

Persipkan konsumen tentang pengetahuan dan keramahan petugas dalam memberikan layanan di *Café* Cozy seperti: kemampuan petugas *Café* Cozy menjawab pertanyaan konsumen, petugas melayani dengan ramah dan sopan terhadap konsumen.

*Empathy* (kepedulian)

Persepsikan konsumen tentang memberikan perhatian, kepedulian yang tinggi terhadap konsumen atas layanan *Café* berikan kepada konsumen dengan berupa petugas memberikan perhatian secara individual pada konsumen petugas memberikan layanan tanpa memandang status sosial, kesungguhan petugas merespon permintaan konsumen.

* + - 1. **Keputusan Pembelian (Y)**

Mengacu pada konsep (Tjiptono, 2010) Keputusan pembelian dalam penelitian ini didefinisikan sebagai proses dalam keputusan pembelian di mana konsumen benar-benar melakukan pembeli suatu produk, berikut keputusan pembelian dalam penelitian ini mengacu pada indikator dalam penelitian ini mengacu pada konsep (Solomon, 2010):

*Problem Recognition* (Tahapan Pengenalan Masalah)

Konsumen menyadari bahwa dirinya membutuhkan produk yang sesuai kebutuhan dan keiinginan. Konsumen dapat merasakan perbedaan makanan *Cafe* Cozy dengan *Cafe* yang lain

*Information Search* (Tahapan Pencarian Informasi )

Konsumen mencari berbagai informasi tentang produk makanan dan minuman yang diinginkannya. Konsumen mencari informasi dengan melalui teman atatu saudara bahkan melalui media sosial.

*Evaluation of Alternatives* (Tahapan Evaluasi Alternatif atau Pilihan)

Konsumen melakukan evaluasi alternatif terhadap menu yang menghasilkan suatu produk yang sama dari *Cafe* yang berbeda, konsumen akan memilih di antara produk-produk alternatif dan konsumen mengunji Cozy Ceker and Coffee setelah membandingkannya dengan yang lainnya.

*Product Choice* (Tahapan Keputusan Pembelian)

Konsumen dapat memutuskan untuk membeli sebuah produk atau tidak apabila telah yakin terhadap hasil analisis informasi yang dilakukan, konsumen mengetahui informasi tentang *Cafe* Cozy dan bersedia untuk melakukan pembelian setelah sesuai dengan kebutuhan maupun kenginannya.

**Tabel 3.1**

**Kisi-kisi Instrumen**

| **VARIABEL** | **INDIKATOR** | **ITEM** | **SUMBER** |
| --- | --- | --- | --- |
| *Store Atmosphere**(X1)* | *Exterior* | 1. Rancangan lampu lampion terlihat unik
 | Berman dan Evans, 2001 |
| 1. Desain bangunan Cafe Cozy dari luar terlihat menarik
 |
| 1. Rancangan papan nama ikon Cafe yang menyala tampak menarik konsumen
 |
| *General Interior* | 1. Rancangan pencahayaan di dalam ruang menarik
 |
| 1. Pilihan warna lantai di Café Cozy sangat cocok
 |
| 1. Alunan musik terdengar sangat enak
 |
| *Cafe layout* | 1. Penempatan meja kursi memudahkan konsumen berlalu-lalang
 |
| 1. Rancangan penempatan meja kasir yang tepat sehingga memudahkan pembayaran
 |
| *Display* | 1. Papan informasi Café terdapat didepan pintu agar mudah mendapatkan informasi
 |
| 1. Memiliki hiasan dinding memberi keindahan terhadap Cafe
 |

 Lanjutan Tabel 3.1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kualitas Layanan (X2) | *Tangibles* | 1. Café cozy memiliki pelayanan baik
 | Parasuraman *et.al*, 1988 |
| 1. Karyawan Cafe Cozy berpenampilan rapi
 |
| 1. Proses pengolahan menu kopi menggunakan peralatan canggih
 |
| *Reliability* | 1. Cafe Cozy memiliki kemampuan mengelola makanan dengan nilai citra rasa yang enak
 |
| 1. Café Cozy memiliki menu makanan yang dipesan relatif cepat tersedia
 |
| *Responsiveness* | 1. Petugas memberi bantuan dengan cepat ketika diperlukan pelanggan
 |
| 1. .Kesiapan petugas dalam merespon keluhan konsumen dengan cepat
 |
| 1. Kemampuan petugas memberikan solusi atas keluhan konsumen
 |
| *Assurance* | 1. Kemampuan petugas Café Cozy menjawab pertanyaan bahan olahan setiap menu yang ditawarkan
 |
| 1. Petugas melayani dengan ramah
 |
| 1. Petugas melayani dengan sopan
 |
| *Empathy* | 1. Kesungguhan petugas dalam merespon menu pesanan konsumen
 |
| 1. Petugas memberikan pelayanan yang sama pada setiap konsumen
 |
| 1. Petugas memberikan perhatian secara individual pada konsumen
 |

 Lanjutan Tabel 3.1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Keputusan Pembelian (Y) | *Recognizion Problem* | 1. Cafe Cozy menyedikan produk yang sesuai dibutuhkan konsumen
 | Solomon, 2010 |
| *Information Search* | 1. Konsumen mencari informasi melalui sumber terdekat (teman,saudara)
 |
| 1. Konsumen mencari informasi melalui media sosial
 |
| *Alternatives of Evaluation* | 1. Cafe Cozy menawarkan produk yang berbeda dibanding Café lain
 |
| 1. Cafe Cozy menawarkan suasana yang berbeda dibanding café lain
 |
| *Product Choice* | 1. Konsumen memutuskan untuk membeli di Café Cozy
 |
| 1. Konsumen sampai saat ini tetap menjadikan Cafe Cozy pilihan untuk dikunjungi
 |

Lanjutan Tabel 3.1

* 1. **Uji Coba Instrumen Penelitian**
		1. **Uji Validitas**

Menurut (Sugiyono, 2014), hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang teliti. Cara yang dipakai dalam menguji tingkat validitas adalah dengan variabel internal, yaitu menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan.

Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*Content*) dari suatu instumen, dengan tujuan untuk mengukur ketetapan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2014).

Tujuan uji validitas untuk mengetahui sejauh mana ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dilaporkan oleh peneliti:

Uji validitas instrumen dapat menggunakan korelasi. Rumus korelasi berdasarkan *pearson product moment* (Sugiyono, 2014)*,* yakni:

 

Dimana :

r = Korelasi

X = Skor item X

Y = Total item Y

n = Banyaknya sampel dalam penelitia

Jika r hitung ≥ r tabel, maka item-item pernyataan dari kuisioner adalah valid

Jika r hitung ≤ r tabel, maka item-item pernyataan dari kuisioner adalah tidak valid.

Kriteria penafsiran validitas instrument setelah didapatkan hasil perhitungan adalah jika **r hitung > r table**. r table didapatkan dari Tabel Nilai Product Moment didapatkan dari derajat kebebasan sebagai berikut :

(df) = n – 2,

 = 30 – 2

 = 28

n adalah jumlah responden dan signifikansi (taraf kesalahan) yang dipergunakan yaitu 5%, sehingga diperoleh r tabel = 0.361.

**Tabel 3.6**

**Hasil Uji Validitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Nomor Pernyataan** | **Validitas** | **Keterangan** |
| **r Hitung** | **r Tabel** |
| *Cafe Atmosphere*(X1) | X1.1 | 0,388 | 0,361 | Valid |
| X1.2 | 0,542 | 0,361 | Valid |
| X1.3 | 0,745 | 0,361 | Valid |
| X1.4 | 0,706 | 0,361 | Valid |
| X1.5 | 0,690 | 0,361 | Valid |
| X1.6 | 0,567 | 0,361 | Valid |
| X1.7 | 0,666 | 0,361 | Valid |
| X1.8 | 0,761 | 0,361 | Valid |
| X1.9 | 0,776 | 0,361 | Valid |
| X1.10 | 0,481 | 0,361 | Valid |
| Kualitas layanan(X2) | X2.1 | 0,774 | 0,361 | Valid |
| X2.2 | 0,774 | 0,361 | Valid |
| X2.3 | 0,809 | 0,361 | Valid |
| X2.4 | 0,665 | 0,361 | Valid |
| X2.5 | 0,749 | 0,361 | Valid |
| X2.6 | 0,784 | 0,361 | Valid |
| X2.7 | 0,757 | 0,361 | Valid |
| X2.8 | 0,526 | 0,361 | Valid |
| X2.9 | 0,473 | 0,361 | Valid |
| X2.10 | 0,783 | 0,361 | Valid |
| X2.11 | 0,797 | 0,361 | Valid |
| X2.12 | 0,757 | 0,361 | Valid |
| X2.13 | 0,798 | 0,361 | Valid |
| X2.14 | 0,702 | 0,361 | Valid |
| Keputusan Pembelian (Y) | Y1 | 0,803 | 0,361 | Valid |
| Y2 | 0,845 | 0,361 | Valid |
| Y3 | 0,803 | 0,361 | Valid |
| Y4 | 0,845 | 0,361 | Valid |
| Y5 | 0,597 | 0,361 | Valid |
| Y6 | 0,746 | 0,361 | Valid |
| Y7 | 0,601 | 0,361 | Valid |

Sumber *: Data Primer Diolah, 2018*

Berdasarkan dari data tabel diatas menunjukkan semua item pernyataan *Cafe Atmosphere* (X1), kualitas layanan (X2), dan keputusan pembelian (Y) mempunyai nilai korelasi lebih besar dari 0,361. Dengan demikian bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid untuk pengujian selanjutnya.

* + 1. **Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari sutau variabel. Menurut Ferdinand (Ferdinand, 2002), sebuah *scale* atau instrumen pengukur data dan data yang dihasilkan disebut *reliabel* atau terpercaya apabila instrumen itu secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran.

 Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabelitas kuisioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha*, yaitu:

 r11= 

Keterangan :

r = koefisien realibilitas yang dicari

k = jumlah butir soal

σb2 = varians butir-butir pertanyaan soal

σi2 = varians skor test

Mengambil keputusan :

Apabila koefisien *Cronbach Alpha >*0,6 maka kuisioner tersebut reliabel.

Apabila koefisien *Cronbach Alpha <* 0,6 maka kuisioner tersebut tidak reliable.

**Tabel 3.7**

**Hasil Uji Reliabilitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | ***Cronbach Alpha*** | ***Standart Cronbach’s Alpha*** | **Keterangan** |
| *Café Atmosphere* | 0,835 | C0,6 | Reliabel  |
| Kualitas layanan | 0,931 | 0,6 | Reliabel |
| Keputusan Pembelian | 0,861 | 0,6 | Reliabel |

Sumber *: Data Primer Diolah, 2018*

Berdasarkan dari data tabel diatas menunjukkan semua variabel *Cafe Atmosphere* (X1), kualitas layanan (X2), dan keputusan pembelian (Y) mempunyai nilai *cronbach alpha* > 0,6. Dengan demikian semua item pernyataan dinyatakan Reliabel untuk pengujian selanjutnya.

* 1. **Populasi dan Sampel**
1. **Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualias dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Cozy Ceker and Coffee yang ada di kota Jombang yang jumlahnya tidak diketahui.

1. **Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh pupulasi (Sugiyono, 2014) Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 Responden dengan perhitungan sebagai berikut:

* + - * 1. Penentuan Jumlah Sampel

Pada penelitian ini, populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui, maka memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus (Riduwan, 2010):

n = ( Zα/2σ)2

*e*

Dimana :

n = Jumlah sampel

Zα = Nilai yang didapat dari tabel normalitas tingkat keyakinan

*e* = Kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95%, maka nilai Z0,05 adalah 1,96 dan standar deviasi (σ) = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%. Maka dari perhitungan rumus tersebut dapat di peroleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:



 n =96,04

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel sebesar 96 orang. Untuk memudahkan perhitungan maka besarnya pengambilan sempel dibulatkan menjadi 100 orang.

* + - * 1. Teknik / Metode Penetapan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling,* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan sama bagi setiap unsur dalam anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental* sampling yaitu pengambilan sampel secara aksidental dengan mengambil responden secara kebetulan ada atau berada di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmodjo, 2010).

* 1. **Pengukuran Variabel**

Pengukuran nilai dari angket ini menggunakan skala likert. Skala likert ini digunakan karena memiliki kemudahan dalam menyusun pertanyaan, memberi skor, serta skor yang lebih tarafnya mudah dibandingkan dengan skor yang lebih rendah. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji, pada setiap jawaban akan diberikan skor (Sugiyono, 2014).

Jawaban dari responden yang bersifat persepsional yang dikuantitatifkan, di mana jawaban untuk pertanyaan diberi nilai sebagai berikut:

1. Untuk jawaban “Sangat Setuju” (SS) diberi nilai 5.
2. Untuk jawaban “Setuju” (S) diberi nilai 4
3. Untuk jawaban “Netral” (N) diberi nilai 3.
4. Untuk jawaban “Tidak Setuju” (TS) diberi nilai 2.
5. Untuk jawaban “Sangat Tidak Setuju” (STS) diberi nilai 1.
	1. **Jenis Data dan Sumber Data**

 Jenis data yang akan digunakan dala penelitian ini adalah data interval berupa hasil jawaban responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner dan data nominal yang berisi tentang identitas responden bersumber dari data primer dan melalui data sekunder berupa studi kepustakaan malalui jurnal, artikel, buku dan internet.

* 1. **Metode Pengumpulan Data**
		1. Angket

Angket adalah suatu cara mengumpulkan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut (Umar, 2011). Angket dibuat dengan menggunakan pertanyaan terbuka, yaitu terdiri dari pertanyaan – pertanyaan untuk menjelaskan identitas responden. Dan pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan.

* + 1. Dokumentasi

Pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik dari lembaga atau institusi. Dokumen diperlukan untuk mendukung kelengkapan data yang lain.

* 1. **Uji Asumsi Klasik**
		1. **Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan mengamati grafik Normal Probabiliti Plot yang dihasilkan melalui perhitungan SPSS dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika grafik tersebut menunjukkan titik-titik yang menyebar disekitar garis lurus harus diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, maka model regresi mempunyai distribusi dan normal.
2. Jika grafik tersebut menunjukkan titik-titik yang menyebar jauh dari garis lurus diagonal dan tidak mengikuti arah garis tersebut, maka model regresi mempunyai distribusi data tidak normal.
	* 1. **Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas digunakan untuk menunjukkan ada atau tidaknya hubungan linier anatara variabel-variabel bebas dalam model regresi. Salah satu cara untuk mendeteksi adanya kolonieritas dilakukan cara mengkorelasikan antar variabel bebas dana apabila korelasinya tinggi (lebih besar dari 0,8) maka antar variabel bebas tersebut teruji multikolinieritas pada suatu model regresi adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF (*variance Inflation Factor*) :

1. Jika nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.
2. Jika nilai tolerance < 0,10 dan VIF > 10, maka dapat diartikan bahwa terjadi gangguan multikolinieritas pada penelitian tersebut.
	* 1. **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan kepengamatan lain. Heteroskedastisitas berarti penyebaran titik dan populasi pada bidang regresi tidak konstan gejala ini ditimbulkan dari perubahan-perubahan situasi yang tidak tergambarkan dalam suatu model regresi. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut sebagai homoscedatisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.

* + 1. **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 tumb* (aturan ringkas), jika nilai D – W diantara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi (Ghozali, 2012).

* 1. **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis menggunakan 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 peryataan dalam angket (Sugiyono, 2014). Sehingga akan digunakan rentang interval untuk menghetahui variasi:

* 1. 1,0 – 1,8 = Rendah Sekali
	2. 1,81 – 2,6 = Rendah
	3. 2,62 – 3,4 = Cukup
	4. 3,5 – 4,2 = Tinggi
	5. 4,3 – 5,0 = Sangat Tinggi
		1. **Analisis Regresi Linier Berganda**

Melihat hipotesis dari penelitian ini maka digunakan analisis regeresi linier berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas atau bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2005:91). Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat), yaitu *Cafe Atmosphere* (X1), Kualitas Layanan (X2), terhadap Keputusan Pembelian (Y). Menurut Sugiono (2009) yang dikutip oleh Firziyanah Mustika Utami (2014), persamaan analisis *regresi linier* berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

**Y = a + b1X1 + b2X2 + e**

Keterangan:

Y : Kinerja

a : Costanta

b1 : Koefisien regresi antara kompensasi dengan kinerja

b2 : Koefisien regresi antara disiplin kerja dengan kinerja

X1 : Variabel kompensasi

X2 : Variabel disiplin kerja

e : Eror

* 1. **Uji Hipotesis**
		+ 1. **Uji t**

Uji signifikan parameter individual (uji t) digunakan guna menguji signifikansi konstanta dari masing-masing variabel independen, apakah kualitas produk (X1), dan kualitas layanan (X2) benar – benar dominan secara parsial (terpisah / individu) terhadap variabel dependennya yakn kepuasan pelanggan (Y). Berikut rumus uji t menurut (Sugiyono, 2014)**:**

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

Di mana:

t : Nilai uji t

r : Koefisien korelasi *pearson*

r2 : Koefisien determinasi

n : Jumlah sampel

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (a) = 0,05 ditentukan sebagai berikut:

1. t hitung < t tabel, maka H0 diterima

2. t hitung > t tabel, maka H0 ditolak

* + - 1. **Uji Koefisien Determinasi (R2)**

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (Ketidakpuasan konsumen dan Kebutuhan mencari variasi) secara serentak terhadap variabel dependen (Keputusan perpindahan merek). Nilai R2 terletak antara 0 sampai dengan 1 (0 ≤ R2 ≤ 1). Tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.