

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:8) Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif menyatakan bahwa metode kuantitatif dapat diartikan sebagai dasar filsafat positivisme, yang digunakan dalam studi populasi dan sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan alat penelitian melalui analisis data kuantitatif atau statistik yang tujuannya untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan penjelasan apakah variabel X (variabel bebas) yang terdiri dari harga (X1), rasa (X2) dan kualitas pelayanan (X3) mempengaruhi variabel Y (variabel terikat) yaitu kepuasan konsumen (Y) pada Angkringan Acil di Jakarta Pusat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, yaitu mengunjungi sasaran yang bersangkutan untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dengan menggunakan metode korelasi.

Metode penelitian adalah tata cara, langkah, atau prosedur yang ilmiah dalam mendapatkan data untuk tujuan penelitian yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu. Seperti yang diungkapkan Sugiyono (2018) yang menjelaskan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah dalam mendapatkan data untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Masih senada dengan pendapat di atas Sugiyono (2021) metode penelitian kuantitatif adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang bersifat kuantitatif dengan menggunakan pendekatan ilmiah dan statistik.

Creswell (2018) metode penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang memfokuskan pada pengukuran secara sistematis dan pengujian hipotesis dengan menggunakan data yang dapat dihitung dan diukur dalam skala numerik.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi menurut Sugiyono (2022:130) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

1. Dalam penelitian ini, populasi pada umumnya mencakup seluruh konsumen yang berada di daerah Indonesia dan membeli di Angkringan Acil.
2. Dalam penelitian ini, populasi khususnya meliputi seluruh konsumen yang berdomisili di daerah Jakarta Pusat dan yang membeli di Angkringan Acil.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Sampel menurut Sugiyono (2022:131) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik penduduk. Pengambilan sampel dilakukan karena peneliti membatasi penelitian dalam hal waktu, tenaga, uang dan populasi yang sangat besar. Oleh karena itu, peneliti harus mengambil sampel yang (dapat) benar-benar representatif. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Angkringan Acil yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Sampel yang dipilih terdiri dari konsumen yang melakukan pembelian lebih dari dua kali
2. Sampel yang dipilih adalah dari pelanggan yang pernah membeli di Angkringan Acil

Berdasarkan penjelasan di atas, maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 orang responden.

(Hair, et al., 2016) mengusulkan aturan praktis untuk menentukan ukuran sampel, yaitu:

1. Ukuran sampel minimum untuk model SEM tertentu bergantung pada beberapa faktor, termasuk model complexity dan the communalities,
2. Model SEM yang berisi lima atau lebih sedikit dari lima konstruk (variabel) dengan masing-masing lebih dari tiga item indikator, dapat diestimasi cukup dengan sampel sekecil 100 hingga 150,
3. Sedangkan ketika jumlah konstruk (variabel) lebih besar dari enam dan diantaranya memiliki kurang dari tiga item indikator, dapat di estimasi dengan sampel lebih dari 500.

Menurut Sugiyono (2018), sampel adalah bagian dari ukuran dan karakteristik populasi. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang membeli di Angkringan Acil karena peneliti tidak mengetahui secara pasti jumlah konsumen di Angkringan Acil. Ukuran sampel yang baik dalam SEM (Structural Equation Modeling) direkomendasikan sebanyak 110 responden. Dengan jumlah konsumen di Angkringan Acil yang tidak diketahui jumlahnya di Jakarta Pusat. Setelah membaca ukuran sampel Hair et al.,. Peneliti menyimpulkan bahwa sampel diambil dari 110 responden yang melakukan pembelian di Angkringan Acil di Jakarta Pusat.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Sumber data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi tentang penelitian yang relevan. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sebagai berikut :

1. Data primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah semua informasi yang digunakan dan diolah untuk kepentingan penelitian

guna menjadi dasar pengambilan keputusan. Menurut Sugiyono (2022:213) Data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang diperoleh dari wawancara atau kuisisioner disebarkan kepada responden, yang kemudian ditanggapi dengan pertanyaan yang sistematis. Pilihan jawaban juga tersedia, dengan responden mengkategorikan jawaban mana yang sesuai dan dianggap benar untuk setiap individu.

Menurut Sugiyono (2022:219) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan pengajuan serangkaian pertanyaan atau kalimat tertulis untuk dijawab oleh responden.

Pada penelitian ini data primer dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner dengan skala likert kepada responden dengan cara meminta karyawan di Angkringan Acil untuk mengisi kuesioner yang telah disiapkan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumen perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri melalui media, situs Web, internet dan lain-lainnya (Sekaran, 2016:76).

Menurut Sugiyono (2018:456) Data sekunder adalah sumber data yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan arisan sebagai alternatif pengelolaan keuangan rumah tangga atau apa yang berhubungan langsung dengan topik penelitian dengan sumber referensi lainnya.

3.3.2. Metode Pengumpulan Data

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengumpulkan data maka metode pengumpulan data merupakan langkah terpenting dalam penelitian. Peneliti ketika melakukan penelitian tidak akan mendapatkan data yang diinginkan jika tidak

mengetahui metode dalam pengumpulan data. Menurut (Sugiyono, 2018:219) pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai konteks, sumber, dan cara. Dilihat dari agregat, data dapat dikumpulkan di lingkungan alam, di laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, di seminar, diskusi dan lain-lain. Jika dilihat dari sumber data, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Alternatifnya dari segi metode atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuisisioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya.

Menurut Yusuf (2014:372) keberhasilan pengumpulan data sangat ditentukan oleh kemampuan peneliti dalam menilai situasi sosial yang diteliti. Peneliti dapat melakukan wawancara dengan subjek yang diteliti, kemungkinan mengamati situasi sosial yang terjadi dalam konteks kehidupan nyata. Peneliti tidak akan menyelesaikan tahap pengumpulan data sampai mereka yakin bahwa data yang dikumpulkan dari berbagai sumber dan terfokus pada situasi sosial yang diteliti dapat menjawab rumusan pertanyaan topik penelitian, sehingga tidak ada yang meragukan keakuratan dan keandalannya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode, yaitu:

1. Observasi, merupakan teknik pengumpulan data yang memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Jadi, observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung terhadap objek penelitian yang menjadi sumber bahan peneliti.
2. Angket/Kuesioner, adalah teknik pengumpulan data bila jumlah responden banyak dan dilakukan dengan memberikan serangkaian pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk ditanggapi. Dalam penelitian ini, penulis akan mengelola data dengan cara memberikan penilaian terhadap instrumen atau kuesioner yang dibagikan kepada responden dengan menggunakan skala likert.

3. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data yang digunakan bila ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam serta jumlah responden dikit.
4. Gabungan ketiganya, yaitu digunakan bila ingin mendapatkan data yang lengkap, akurat dan konsisten.

Dalam pengumpulan data, peneliti memerlukan waktu penelitian yaitu terhitung dimulai dari tanggal 20 Februari 2023 hingga saat ini. Dan peneliti membagikan penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan karyawan di Angkringan Acil Jakarta Pusat yaitu sebanyak 110 orang. Dan penulis mengkurasi data dengan cara memberikan penilaian terhadap instrumen atau kuesioner yang dibagikan kepada responden dengan menggunakan skala likert.

Menurut Sugiyono (2022:152) Skala likert digunakan untuk menyesuaikan sikap, pendapat dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Bentuk skala Likert yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju	4
3	Ragu-Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2022 : 153)

Keterangan : untuk pertanyaan dengan jawaban “sangat setuju (SS)” memiliki bobot nilai 5, untuk pertanyaan dengan jawaban “setuju (S)” memiliki bobot nilai 4, untuk pertanyaan dengan jawaban “ragu-ragu (RG)” memiliki bobot nilai 3 untuk pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju (TS)” memiliki bobot nilai 2 dan untuk pertanyaan dengan jawaban “sangat tidak setuju (STS)” memiliki bobot nilai 1.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Definisi variabel penelitian menurut Sugiyono (2022:55) merupakan pola yang telah diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari guna memperoleh informasi tentang hasil tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya. Manipulasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indeks, dan ukuran variabel yang terlibat dalam penelitian. Berdasarkan kerangka konseptual yang dijelaskan sebelumnya, dua variabel dianalisis dalam penelitian ini. Secara konseptual, kedua variabel tersebut dapat dibagi menjadi variabel bebas dan variabel terikat. iabel bebas (independent variable), dan variabel terikat (dependent variable).

Variabel aktivitas adalah suatu atribut seseorang atau objek atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:39), terdapat 4 (empat) variabel yang di operasikan yaitu harga (X_1), cita rasa (X_2), kualitas pelayanan (X_3), dan kepuasan konsumen (Y).

1. Harga

Harga yaitu sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Harga juga sangat berpengaruh bagi keuntungan perusahaan atau penjualan produknya dan harga juga dapat berpengaruh pada konsumen sebagai salah satu bahan pertimbangannya untuk membeli atau tidaknya suatu produk yang ditawarkan.

2. Cita Rasa

cita rasa ialah suatu metode dalam memilih santapan dengan rasa serta dibedakan melalui karakteristik seperti aroma santapan. Cita rasa dapat berfungsi dalam suatu bidang kuliner dikarenakan terus bertambahnya pesaing. Cita dari rasa juga dapat diartikan karakteristik berupa, bau, penampakan, tekstur , rasa dan suhu.

3. Kualitas Pelayanan

kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi

harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Variabel penelitian ini diukur dan diubah menjadi indikator dan dimasukkan sub-indeks. Dimana sub-indeks menjadi tolok ukur dan acuan untuk mensintesis item-item instrumental berupa pencarian pertanyaan kuesioner penelitian pada tabel 3.2 – 3.5.

3.4.1. Variabel Eksogen

Variabel eksogen menurut Sugiyono (2018) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen), yang disimbolkan dengan simbol (X). Dengan kata lain, itu bisa disebut variabel independen. Variabel eksogen dalam model jalur adalah semua variabel tanpa penyebab yang jelas atau dalam grafik tanpa panah yang menunjuk ke sana selain kesalahan pengukuran yang dikutip dalam penelusuran Aryanto (2018). Variabel ini disebut juga variabel eksogen, dalam penelitian ini adalah harga, rasa dan kualitas pelayanan.

3.4.2. Variabel Endogen

Variabel endogen menurut Sugiyono (2018:37) adalah variabel yang nilainya bergantung pada variabel lain, nilai variabel ini akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah. Variabel endogen dalam model jalur adalah variabel yang panahnya menunjuk ke sana. Ini mencakup semua variabel antara dan dependen. Variabel perantara endogen memiliki panah yang menunjuk ke sana dan dari arah variabel di template peta jalur. Sedangkan variabel dependen hanya memiliki panah yang menunjuk ke sana. Variabel ini disebut juga dengan variabel endogen, dalam penelitian ini yang termasuk dalam variabel endogen adalah kepuasan konsumen.

Tabel 3. 2 Indikator dan Pernyataan Variabel Harga (X1)

Indikator	Pernyataan	No. Item	Kode
Keterjangkauan Harga	Penetapan harga yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen	1	H1
Kesesuaian Harga	Kesesuaian harga dengan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen	2	H2
Daya Saing Harga	Penawaran harga yang diberikan berbeda-beda dan bersaing dengan Angkringan lainnya	3	H3
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	Harga yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan manfaat	4	H4

Tabel 3. 3 Indikator dan Pernyataan Variabel Cita Rasa (X2)

Indikator	Pernyataan	No. Item	Kode
Bau	Bau yang sedap pada produk makanan dan minuman	1	CR 1
Rasa	1. Rasa yang nikmat ketika dimakan	2	CR 2
	2. Rasa yang sesuai dengan ekspektasi konsumen dan penuh cita rasa	3	CR 3
Rangsangan Mulut	Apakah rasa makanan yang disajikan selalu sesuai dengan ekspektasi konsumen untuk merasakan sensasi dari makanan tersebut	4	CR 4

Tabel 3. 4 Indikator dan Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Indikator	Pernyataan	No. Item	Kode
Reliability (Kehandalan)	Kecepatan pelayanan	1	KP 1
Tangibles (Bukti Langsung)	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen	2	KP 2
Assurance (Jaminan)	Keterampilan penyajian	3	KP 3
Empati	1. Memberikan perhatian mendalam dan khusus kepada konsumen	4	KP 4
	2. Karyawan memahami kebutuhan konsumen secara spesifik terhadap produknya	5	KP 5
Responsiveness (Daya Tangkap)	Memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen dengan memberikan informasi yang jelas	6	KP 6

Tabel 3. 5 Indikator dan Pernyataan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Indikator	Pertanyaan	No. Item	Kode
Kualitas Produk	Tingkat kualitas rasa makanan dan minuman yang diharapkan dan dirasakan oleh konsumen	1	K 1
Aksesibilitas Produk	Seberapa mudah konsumen bisa mendapatkan informasi terkait menu harga yang ada di Angkringan Acil	2	K 2
Kualitas Pelayanan	Memastikan pesanan konsumen dipenuhi dengan benar dan tepat waktu	3	K 3
Loyalitas Konsumen	1. Konsumen melakukan pembelian secara (<i>Continue</i>) pada suatu produk makanan & minuman	4	K 4
	2. Dimana konsumen melakukan komunikasi dari mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>) berkenan dengan produk tersebut	5	K5
Customer Experience	Pengalaman yang berkesan yang dirasakan oleh konsumen	6	K 6
Strategi Marketing	Bagaimana perkembangan permintaan dan penjualan produk makanan & minuman di Angkringan Acil	7	K 7

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Metode pengolahan data

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan software smartPLS SEM (Partial Least Square – Structural Equation Modeling). PLS berkemampuan menjelaskan hubungan antar variabel serta berkemampuan melakukan analisis-analisis dalam sekali pengujian. Tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk mengkonfirmasi teori dan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten. Menurut Imam Ghozali (2016 : 417) metode PLS mampu menggambarkan variabel laten (tak terukur langsung) dan diukur menggunakan indikator-indikator. Penulis menggunakan Partial Least Square karena penelitian ini merupakan variabel laten yang dapat diukur berdasarkan pada indikator-indikatornya sehingga penulis dapat menganalisis dengan perhitungan yang jelas dan terperinci.

3.6. Analisis Data Statistik

3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah analisis yang menggunakan nilai rata-rata, minimum, dan maksimum dari setiap variabel penelitian untuk menggambarkan karakteristiknya. Statistika yang dikenal dengan analisis deskriptif digunakan untuk menelaah data dengan cara mendeskripsikan atau mendeskripsikan data yang terkumpul tanpa maksud untuk menarik kesimpulan atau menggeneralisasi (Sugiyono, 2018:232).

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik demografis responden dan menentukan jumlah responden yang akan dibagi ke dalam kelompok berdasarkan karakteristik yang telah ditetapkan, seperti tren usia dan jenis kelamin. Di dalamnya, beserta uraiannya, uraian responden disajikan dalam bentuk grafik dan tabel.

3.6.2. Analisis Jawaban Responden

Analisis tanggapan diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variabel harga, rasa, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Analisis yang digunakan adalah analisis indeks. Untuk mendapatkan rata-rata respon responden untuk setiap variabel akan digunakan metode three box (Ferdinand, 2014). Menurut perhitungan, indikator yang diperoleh menunjukkan skor dari 25 hingga 185 dengan kisaran 160. Rentang 160 akan dibagi menjadi tiga bagian, sehingga menghasilkan rentang 53, yang dimana akan digunakan sebagai daftar interpretasi indeks sebagai berikut

40 – 93 = Rendah

94 – 147 = Sedang

148 – 200 = Tinggi

Teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah skoring, yaitu skor maksimal 5 dan minimal 1. Maka, akan dapat perhitungan indeks dengan jawaban responden sebagai berikut:

$$\text{Nilai indeks} = [(\%F1*1)]+(\%F2*2)+(\%F3*3)+(\%F4*4)+(\%F5*5)] / 5$$

Keterangan :

F1 : Frekuensi responden menjawab angka 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner

F2 : Frekuensi responden menjawab angka 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner

F3 : Frekuensi responden menjawab angka 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner

F4 : Frekuensi responden menjawab angka 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner

F5 : Frekuensi responden menjawab angka 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner

3.6.3. Analisis Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Pengukuran model atau evaluasi model eksternal dilakukan untuk mengevaluasi validitas atau reliabilitas model. Model eksternal dengan indikator reflektif dievaluasi melalui nilai konvergen dan diskriminan dari struktur laten pembentuk indikator dan reliabilitas komposit serta alpha Cronbach untuk blok indikator (Ghozali & Latan) 2020:67).

1. Uji Validitas

Menurut (Abdillah & Hartono, 2015) validitas menunjukkan apakah hasil dari penelitian dapat diterima oleh masyarakat dengan kriteria tertentu. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian mengukur apa yang harus diukur.

a. Validitas Konvergen

Uji ini berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk haruslah berkorelasi tinggi. Uji validitas konvergen menggunakan loading factor sebagai nilai yang dapat di konfirmasi dari variabel independen dan variabel dependen. Rule of thumb yang digunakan adalah Outer Loading > 0.7 , dan Average Variance Exctacted (AVE) > 0.5 .

b. Validitas Diskriminan

Menurut (Abdillah & Hartono, 2015) validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip, “bahwa pengukur-pengukur variabel yang berbeda harusnya tidak berkorelasi tinggi”. Parameter yang digunakan untuk pengukuran adalah perbandingan akar AVE harus lebih besar dari korelasi antar variabel laten tersebut.

2. Uji Realibitas

Uji Realibilitas Menurut (Abdillah & Hartono, 2015) realibilitas digunakan sebagai media untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam suatu konsep/dapat digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan yang ada pada kuesioner.

a. Composite Realibility

Composite Realibility merupakan teknik untuk mengukur nilai kepercayaan sebenarnya dari suatu variabel sedemikian rupa sehingga nilainya selalu lebih besar dari Cronbach's Alpha. Nilai variabel dapat dikatakan reabilitas jika memenuhi composite reability > 0.7 .

b. Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha adalah teknik yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal reliabilitas instrumen tes atau data psikometrik. Dalam Cronbach's Alpha, nilai dapat dikatakan reabiliy jika > 0.7 .

3.6.4. Analisis Model Struktural (Inner Model)

Menurut (Abdillah & Hartono, 2015), inner model merupakan gambaran hubungan sebab akibat antar variabel yang dibangun berdasarkan sifat teori yang digunakan sebagai prediktor kausalitas antar variabel. Hubungan sebab akibat diperoleh dengan proses priming, parameter uji statistik T.

1. R-Square (R²) Uji ini digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen dan variabel dependen. Semakin tinggi nilai dari R², maka semakin baik model prediks dari model penelitian yang dilakukan. Menurut Barclay *et al.* dan Hair *et al.*, Nilai R² memiliki tiga kategori, yaitu: 0,25 rendah, 0,50 sedang, dan 0,7 kuat.

2. Q-Square (Q²) Uji ini dilakukan untuk menentukan kemampuan prediksi melalui prosedur *blinfoling*. Nilai Q² memiliki tiga kategori, yaitu: 0,02 rendah, 0,15

sedang, dan 0,35 kuat. Uji ini hanya dapat dilakukan jika ada struktur yang tidak bergantung pada indikator reflektor.

3.6.5. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel bebas (X1) Harga (X1) Rasa (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel terikat (X3). Y). Untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel, tim peneliti menggunakan software Smart PLS dengan metode priming dengan uji T. Pengujian ini dilakukan dengan nilai t dan nilai p. Untuk menerima atau menolak hipotesis, dimungkinkan untuk menghitung melalui tingkat signifikansi. Dalam penelitian ini digunakan uji dua arah pada taraf signifikansi 5%. Probabilitas membuat keputusan yang salah dalam penelitian ini adalah 5-n, dan probabilitas membuat keputusan yang tepat adalah 95%. Atas dasar itu, dilakukan pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Menentukan H_{10} dan H_{1a}

$H_0 : \beta_1 = 0$ Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Acil Jakarta Pusat.

$H_a : \beta_1 \neq 0$ Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Acil Jakarta Pusat.

Kriteria :

- a. H_0 ditolak atau H_a diterima jika signifikansi $< 0,05$.
- b. H_a diterima atau H_a ditolak jika signifikansi $\geq 0,05$.

2. Pengaruh cita rasa (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Menentukan H_{20} dan H_{2a}

$H_0 : \beta_2 = 0$ Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan cita rasa terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Acil Jakarta Pusat.

$H_a : \beta_2 \neq 0$ Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan cita rasa terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Acil Jakarta Pusat.

Kriteria :

- a. H_0 ditolak atau H_a diterima jika signifikansi $< 0,05$.
- b. H_a diterima atau H_0 ditolak jika signifikansi $\geq 0,05$.

3. Pengaruh kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Menentukan H_{30} dan H_{3a}

$H_0 : \beta_3 = 0$ Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Acil Jakarta Pusat.

$H_a : \beta_3 \neq 0$ Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Angkringan acil Jakarta Pusat.

Kriteria :

- a. H_0 ditolak atau H_a diterima jika signifikansi $< 0,05$.
- b. H_a diterima atau H_0 ditolak jika signifikansi $\geq 0,05$.