

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang akan digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian adalah Asosiatif. Strategi Asosiatif adalah suatu metode dalam meneliti objek penelitian yang memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017:7). Dengan menggunakan strategi penelitian Asosiatif maka akan membangun suatu teori yang berfungsi untuk mengontrol dan meramalkan suatu gejala. Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:8) metode penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Teknik yang digunakan dalam penelitian adalah metode survey dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis yang kemudian responden bersedia untuk menjawab (Sugiyono, 2013:142). Dan yang akan diperoleh merupakan data dari sampel yang diambil dengan menggunakan kuesioner, yang nantinya akan diberikan kepada konsumen Kogura *Coffee*. Dalam hal ini peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas yaitu lokasi (X1), cita rasa (X2) dan varian menu (X3) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Kogura *Coffee*.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah suatu kumpulan secara menyeluruh dari suatu obyek penelitian yang merupakan perhatian penelitian. Menurut Sugiyono (2013:80)

populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas objek ataupun subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang ada di Kogura Coffee Kelapa Gading. Adapun populasi pada penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung ke Kogura Coffee Kelapa Gading dan jumlah anggota populasinya tidak diketahui.

3.2.2. Sampel

Sampel penelitian sebagian dari populasi yang diteliti. Menurut Sugiyono (2013:81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *probability sampling* jenis *simple random sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013:84). *Simple random sampling* merupakan teknik pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2013:218).

Menurut Roscoe dalam buku Sugiyono (2013:90-91) memberikan saran-saran mengenai ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Jika sampel dibagi menjadi kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-pegawai swasta, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Jika dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (misalnya dengan korelasi dan regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya, variabel penelitiannya ada 5 (independen dan dependen), maka jumlah anggota sampel yaitu $10 \times 5 = 50$.

- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Sebagai aturan umum, ukuran sampel antara 30 sampai dengan 500 bisa efektif tergantung dengan cara pengambilan sampel yang digunakan dan pertanyaan penelitian yang digunakan. Oleh sebab itu, dengan tidak diketahuinya jumlah populasi konsumen pada Kogura Coffee, maka dalam menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, peneliti menggunakan pendekatan rumus Lemeshow (Slamet Riyanto, 2020:13):

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Skor pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi

d = Tingkat kesalahan

Dengan tidak diketahuinya data jumlah populasi yang berkunjung ke Kogura Coffee, maka diperoleh jumlah sampel dengan perhitungan menggunakan rumus Lemeshow (Slamet Riyanto, 2020:13) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (0,5)}{0,01}$$

$$n = 96,04 \approx 97$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

Z = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

P = Tingkat estimasi, karena data belum didapat, maka digunakan 50%

d = Tingkat kesalahan atau *sampling error* 10%

Untuk keakuratan penelitian, digunakan sampel sebanyak 97 responden dan 97 responden tersebut dianggap sudah representatif karena sudah melebihi batas minimal sampel.

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer dan data sekunder serta metode pengumpulan data yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.3.1. Jenis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data primer untuk mendapatkan data informasi secara langsung dari narasumber yang berada di lokasi penelitian serta menggunakan data sekunder melalui data informasi melalui pesaing Kogura Coffee yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2013:137) data primer adalah data yang didapat secara langsung dari narasumber atau tanpa perantara di lapangan dengan melakukan penelitian didalamnya. Data primer dalam penelitian ini didapat melalui pengamatan, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada responden yang berisi beberapa pertanyaan atau pernyataan yang kemudian responden yang responden bersedia menjawab. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tanggapan dan persepsi konsumen terhadap lokasi, cita rasa dan varian menu yang mempengaruhi kepuasan konsumen Kogura Coffee yang kemudian menjadi sumber data dalam penelitian.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2015:87) data sekunder adalah informasi yang didapat secara tidak langsung dari narasumber melainkan dari pihak ketiga atau pesaing. Data sekunder ini bersifat data yang mendukung keperluan data primer. Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara mempelajari dan memahami melalui media lain. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari penilaian dari pihak ketiga yaitu pesaing dari *coffee shop* yang berada di sekitar Kogura Coffee.

3.3.2. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang dapat diuji kebenarannya serta sesuai dengan masalah yang diteliti secara lengkap, maka peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data Primer

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara pengamatan/survey dan kuesioner yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengamatan/survey

Pengamatan/survey merupakan metode penelitian dimana peneliti mengamati secara langsung obyek penelitian, bertujuan untuk menambah data dan informasi yang diperlukan. Melalui pengamatan peneliti sendiri mencari informasi tersebut dengan mengamati secara langsung informasi tersebut tanpa menanyakan responden serta mengamati secara langsung terhadap keadaan yang sedang terjadi pada Kogura Coffee. Menurut Nikolaus Duli (2019:85) dalam pengamatan memiliki beberapa keterbatasan yaitu informasi yang disediakan sangat terbatas hingga faktor yang tidak terduga dapat mengganggu proses pengamatan.

b. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis yang kemudian responden bersedia untuk menjawab (Sugiyono, 2013:142). Pertanyaan dalam

kuesioner yang diberikan peneliti disusun dengan urutan sesuai dengan variabel yang sesuai dengan indikator, yang dimana bertujuan untuk mempermudah saat responden menjawab pertanyaan pada kuesioner.

Terdapat kelebihan dalam menggunakan teknik kuesioner antara lain:

- i. Menghemat waktu, dimana dengan waktu yang singkat dapat memperoleh data.
- ii. Menghemat biaya, dimana peneliti tidak perlu memerlukan banyak peralatan.

Selain memiliki kelebihan, teknik kuesioner juga memiliki kekurangan antara lain:

- i. Kemungkinan responden dalam memberikan jawaban atas pertanyaan tidak menjawab dengan jujur.
- ii. Apabila terdapat pertanyaan yang kurang jelas dapat mengakibatkan jawaban yang bermacam-macam.

Kuesioner digunakan untuk memperoleh data responden mengenai lokasi, cita rasa dan varian menu terhadap kepuasan konsumen Kogura Coffee Kelapa Gading. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan *google form*, dimana hasil pertanyaan yang diajukan peneliti akan diberikan kepada konsumen Kogura Coffee.

2. Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data informasi yang didapat secara tidak langsung dari narasumber atau kompetitor disekitar *coffee shop* berkaitan dengan penilaian mengenai Kogura Coffee, bersumber di luar perusahaan atau pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini. Selain mendapat informasi dari pesaing, pengumpulan data sekunder juga bersumber dari website serta jurnal.

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa kuesioner yang diukur menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai kejadian

tertentu. Dalam skala Likert terdapat skor terhadap jawaban yang disediakan. Jika konsumen menjawab sangat setuju (SS) maka skor yang diperoleh sebanyak 5, menjawab setuju (S) memperoleh skor 4, menjawab ragu-ragu (RG) memperoleh skor 3, tidak setuju (TS) memperoleh 2 skor, dan jika menjawab sangat tidak setuju (STS) memperoleh 1 skor (Sugiyono, 2013:94).

Skala pengukuran digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data yang akurat. Menurut Sugiyono (2015:230) kuesioner terdiri dari sejumlah pertanyaan yang dicetak atau diketik dalam urutan tertentu kepada responden hingga kuesioner dapat diisi menurut pengalaman konsumen. Berikut penjelasan penilaian skor pada pengukuran skala Likert, yaitu:

Tabel 3.1. Skor Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-ragu (RG)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2013

3.4. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional

Tabel 3.2. Indikator dan Sub Indikator Variabel Lokasi, Cita Rasa dan Varian Menu Terhadap Kepuasan Konsumen

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Butir
1.	Lokasi (X1) Fandy Tjiptono, 2014	1. Akses Menuju Tempat Lokasi	a. Akses menuju coffee shop Kogura Coffee mudah dijangkau	1
			b. Coffee shop Kogura Coffee berada di pinggir jalan.	2

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Butir		
	Lokasi (X1) Fandy Tjiptono, 2014	2. Visibilitas	a. Coffee shop Kogura Coffee memiliki papan nama (signage) yang dapat dilihat dengan jelas.	3		
			b. Coffee shop Kogura Coffee mudah dicari dan ditemukan	4		
		3. Lalu Lintas (traffic)	a. Lingkungan di sekitar Kogura Coffee tergolong ramai.	5		
			b. Lokasi terhindar dari kepadatan kendaraan.	6		
		4. Fasilitas Tempat Parkir	a. Lahan parkir dapat menunjang fasilitas bagi pengunjung.	7		
			b. Lokasi untuk parkir tergolong aman.	8		
		5. Lingkungan Sekitar Tempat Usaha	a. Berada di lingkungan ramai penduduk yang aman.	9		
			b. Keadaan di sekitar Kogura Coffee bersih dan nyaman.	10		
		2.	Cita Rasa (X2) Drummond KE & Brefere LM, 2015	1. Penampakan	a. Produk Kogura Coffee memiliki penampilan yang dapat menarik minat beli konsumen.	11
					b. Produk Kogura Coffee memiliki keserasian yang dapat menarik perhatian	12
2. Aroma/bau	a. Aroma yang dihasilkan biji kopi pada hidangan kopi menghasilkan cita rasa yang khas.			13		

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Butir
	Cita Rasa (X2) Drummond KE & Brefere LM, 2015		b. Produk Kogura Coffee memiliki aroma yang dapat membangkitkan selera	
		3. Rasa	a. Menu non kopi pada Kogua Coffee memiliki banyak varian rasa	
			b. Produk Kogura Coffee memiliki cita rasa yang unik.	
		4. Tekstur	a. Tekstur produk Kogura Coffee terasa ringan dimulut	
	b. Produk yang dijual di coffee shop Kogura Coffee memiliki kekentalan yang pas.			
3.	Varian Menu (X3) Fandy Tjiptono, 2014	1. Bentuk Produk	a.. Produk Kogura Coffee memiliki ukuran yang bervariasi	
			b. Produk Kogura Coffee memiliki ragam visual yang bervariasi.	
		2. Fitur Produk	a. Produk Kogura Coffee memiliki keistimewaan pada tampilan dan rasa.	
			b. Produk Kogura Coffee memiliki topping yang bervariasi.	
		3. Kualitas Produk	a. Kogura Coffee menggunakan bahan baku yang berkualitas.	
			b. Prouk Kogura Coffe memiliki standar takaran yang sesuai	

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Butir
	Varian Menu (X3) Fandy Tjiptono, 2014	4. Daya Tahan Produk	a. Kopi dapat disimpan dalam jangka waktu yang lama.	
			b. Ketahanan kopi dapat disimpan dalam suhu yang berbeda.	
		5. Keandalan Produk	a. Produk Kogura Coffee terbukti dapat mengurangi rasa lelah	
			b. Keandalan produk yang dimiliki dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.	
		6. Gaya Produk	a. Produk yang dijual di coffee shop Kogura Coffee mengikuti tren yang ada.	
			b. Kogura Coffee memiliki desain produk yang mampu bersaing dengan coffee shop lainnya.	
4.	Kepuasan Konsume (Y) Fandy Tjiptono, 2014	1. Kesesuaian Harapan	a. Produk yang dijual di coffee shop Kogura Coffee sudah sesuai dengan harapan konsumen	
			b. Pelayanan yang diberikan Kogura Coffee sudah sesuai dengan harapan konsumen.	
			c. Fasilitas yang disediakan Kogura Coffee sudah sesuai dengan harapan konsumen.	

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Butir
	Kepuasan Konsume (Y) Fandy Tjiptono, 2014	2. Minat Beli Konsumen	a. Kualitas produk yang diberikan Kogura Coffee akan meningkatkan minat beli konsumen.	
b. Kualitas pelayanan yang diberikan Kogura Coffee akan meningkatkan minat beli konsumen				
c. Fasilitas penunjang yang diberikan Kogura Coffee akan meningkatkan minat beli konsumen.				
		3. Bersedia Merekomendasi	a. Kualitas produk yang baik akan membuat konsumen merekomendasikan kepada kerabat.	
b. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat konsumen merekomendasikan kepada kerabat				
c. Fasilitas penunjang yang baik akan membuat konsumen merekomendasikan kepada kerabat.				

Sumber: Fandy Tjiptono (2014), Drummond KE & Brefere LM (2015), Fandy Tjiptono (2014), Fandy Tjiptono (2014).

3.5. Uji Instrumen

Uji instrumen digunakan untuk mengukur valid atau reliabel pada masing-masing item. Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan instrumen yang valid dan reliabel, yang diharapkan akan menjadi valid dan reliabel.. Adapun kuesioner dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer, maka sebelum

digunakan peneliti melakukan pengujian terlebih dahulu yaitu Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

3.5.1. Uji Validitas

Validitas merupakan ketepatan atau ketelitian suatu instrumen dalam suatu pengukuran. Menurut Sugiyono (2013:267) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diukur. Instrumen dikatakan kuat atau valid apabila nilai r -hitung $>$ nilai r -tabel. Untuk mengetahui nilai r -tabel digunakan formula sebagai berikut:

$$d(f) = n - 2 \text{ (dengan tingkat signifikan 5\%)}$$

Uji validitas digunakan dengan membandingkan nilai r -hitung dengan r -tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Besar (df) = $97-2$ jadi didapat angka 95, dan tingkat signifikan 0,05. Maka didapat r -tabel sebesar 0,1996.

Untuk mengetahui nilai r -hitung digunakan rumus yang dikemukakan oleh (Lili Suryati & Andriasan Sudarsono, 2017:135), yaitu:

$$r_{hit} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

R hitung = Koefisien korelasi

X = Skor item instrumen yang akan digunakan

Y = Skor seluruh item instrumen dalam variabel

n = Jumlah responden

Maka keputusan pengujian validitas item responden adalah sebagai berikut:

- i. Nilai r dibandingkan dengan nilai r -tabel dengan $df = n-2$ dan taraf signifikan sebesar 5%.
- ii. Item pernyataan yang diteliti dikatakan kuat atau valid jika r -hitung $>$ r -tabel
- iii. Item pernyataan yang diteliti dikatakan gugur atau tidak valid jika r -hitung $<$ r -tabel

3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Menurut Sugiyono (2013:268) reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Uji reliabilitas dilakukan secara bersamaan terhadap seluruh pertanyaan di dalam kuesioner. Setelah semua pertanyaan sudah valid, analisis berikutnya uji reliabilitas dengan *cronbach's alpha* yang dilakukan terhadap semua pertanyaan dari masing-masing variabel. Berikut rumus *cronbach's alpha* (Lili Suryati & Andriasan Sudarso, 2017:137), yaitu:

$$r^{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) - \left(\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r^{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian total

Menurut Imam Ghozali (2018:46) kriteria pengambilan keputusan dapat dikatakan reliabel atau tidak reliabel jika koefisien *cronbach's alpha* $>$ 0,70, maka variabel dapat dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien *cronbach's alpha* $<$ 0,70, maka variabel dapat dinyatakan tidak reliabel. Perhitungan reliabilitas formulasi *cronbach's alpha* dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 25. Jika dibuat dalam bentuk tabel maka akan menjadi seperti berikut:

Tabel 3.3. Tingkat Reliabilitas

Koefisien Reliabilitas	Kriteria
> 0,9	Sangat Reliabel
0,7 - 0,9	Reliabel
0,4 - 0,7	Cukup Reliabel
0,2 - 0,4	Kurang Reliabel
< 0,2	Tidak Reliabel

Sumber: Imam Ghozali (2018)

3.6. Metode Analisis Data

Pengelolaan dan analisis informasi serta data dalam penelitian ini dikumpulkan dan diolah secara kuantitatif. Dalam menentukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya yang nantinya dipergunakan dalam penelitian. Analisis data merupakan tahap penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipahami. Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2014:206).

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program Statistik SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 25 hal ini dilakukan agar dalam mengolah data statistik dapat lebih mudah, cepat dan tepat. Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk tabel agar lebih sistematis dalam memahami dan menganalisa data yang disajikan. Penelitian ini menggunakan program SPSS dimana kegiatan menghitung data agar dapat disajikan secara sistematis dan data yang digunakan adalah data primer. Sumber data ini yang nantinya akan digunakan. Ada beberapa tahapan dalam analisis data dengan SPSS yaitu sebagai berikut:

3.6.1. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent (Slamet Riyanto, 2013:141). Maka analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas yaitu lokasi (X1), cita rasa (X2) dan varian menu (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara nol sampai dengan satu. Dimana nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel bebas. Sebaliknya, jika nilai R^2 yang besar dan mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel tersebut. Berikut rumus koefisien determinasi (Slamet Riyanto, 2020:141) yaitu:

$$kd = r^2 \times 100$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

3.6.1.1. Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui besarnya nilai koefisien yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah. Koefisien determinasi parsial menunjukkan variabel mana yang paling dominan dalam mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel bebas terdiri dari Lokasi (X1), Cita Rasa (X2), dan Varian Menu (X3) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

3.6.1.2. Koefisien Determinasi Simultan

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui besarnya nilai koefisien yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan. Dalam penelitian ini, variabel bebas terdiri dari Lokasi (X1), Cita Rasa (X2), dan Varian Menu (X3) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

3.6.2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji apakah pengaruh antara variabel bebas lokasi (X1), cita rasa (X2) dan varian menu (X3) dengan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y). Berikut langkah-langkah pengujian hipotesis:

3.6.2.1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dan individu pada setiap variabel X1, X2, X3 terhadap variabel Y. Uji hipotesis ini menggunakan SPSS v. 25. Berikut rumus untuk menentukan uji t (Lili Suryati & Andriasan Sudarso, 2017:135), yaitu:

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

Keterangan:

t = Distribusi t

r = Koefisien korelasi parsial

r² = Koefisien determinasi

n = Jumlah data

Untuk menguji pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara parsial, dilihat dari *significance* t dibandingkan dengan taraf nyata (α) sebesar (0,05 = 5%) maka pengambilan keputusan yaitu:

- i. Jika t-hitung < t-tabel atau sig > 0,05 (5%), maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Ho diterima).
- ii. Jika t-hitung \geq t-tabel atau sig \leq 0,05 (5%), maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Ho ditolak).

Rancangan pengujian hipotesis statistik ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu lokasi (X1), cita rasa (X2) dan varian

menu (X3) terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen. Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- i. $H_0 : \beta = 0$, artinya variabel bebas (X1), (X2), (X3) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y)
- ii. $H_0 : \beta \neq 0$, artinya variabel bebas (X1), (X2), (X3) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Penjelasan:

- a. Pengaruh Variabel Lokasi (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
 - $H_0 : \beta\gamma_{1.23} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan lokasi terhadap kepuasan konsumen)
 - $H_a : \beta\gamma_{1.23} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan lokasi terhadap kepuasan konsumen)
- b. Pengaruh Variabel Cita Rasa (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
 - $H_0 : \beta\gamma_{2.31} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan cita rasa terhadap kepuasan konsumen)
 - $H_a : \beta\gamma_{2.31} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan cita rasa terhadap kepuasan konsumen)
- c. Pengaruh Variabel Varian Menu (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
 - $H_0 : \beta\gamma_{3.12} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan varian menu terhadap kepuasan konsumen)
 - $H_a : \beta\gamma_{3.12} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan varian menu terhadap kepuasan konsumen)

3.6.2.2. Uji Hipotesis Simultan (Uji-F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikan pengaruh lokasi (X1), cita rasa (X2) dan varian menu (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Berikut rumus untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2013:257) yaitu:

$$F_n = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

F_n = Nilai uji F

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota data atau kasus

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait secara simultan, digunakan nilai *Significance* F dibandingkan terhadap α ($0,05 = 5\%$).

Dengan kriteria:

- i. Jika $F\text{-hitung} \geq F\text{-tabel}$ atau $\text{sig} \leq 0,05$, maka secara bersamaan seluruh variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (H_0 ditolak).
- ii. Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ atau $\text{sig} > 0,05$, maka secara bersamaan seluruh variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat (H_0 diterima).

Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- i. $H_0 : \beta = 0$, artinya seluruh variabel bebas secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- ii. $H_0 : \beta > 0$, artinya seluruh variabel bebas secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel terikat.

Penjelasan:

$H_0 : \rho\gamma_{123} = 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan lokasi, cita rasa, dan varian menu terhadap kepuasan konsumen)

$H_a : \rho\gamma_{123} \neq 0$ (secara simultan terdapat pengaruh signifikan lokasi, cita rasa, dan varian menu terhadap kepuasan konsumen)