

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *cafe-cafe dessert* Mal Gandaria City Jakarta Selatan.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *cafe-cafe dessert* Mal Gandaria City Jakarta Selatan.
3. Untuk mengetahui apakah atmosfer kafe berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *cafe-cafe dessert* Mal Gandaria City Jakarta Selatan.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Peneliti memilih tempat untuk melakukan penelitian adalah pada *cafe-cafe dessert* khas dari negara Asia, sehingga menu-menu yang ditawarkan berasal seperti dari Taiwan, Korea, dan Jepang. *Dessert cafe* tersebut yang terletak di Mal Gandaria City Jakarta Selatan yaitu :

Tabel 3.1
Tempat Penelitian

No.	Nama Dessert Cafe
1.	Hong Tang
2.	Bing-go
3.	Shirokuma

Alasan peneliti memilih *dessert* kafe tersebut sedang menjamur sebagai cara baru untuk menikmati *dessert* khususnya dikalangan anak muda. Peneliti memfokuskan penelitian pada *dessert* cafe yang berada didalam Mal Gandaria City Jakarta Selatan karena beberapa kafe tersebut merupakan cabang pertamanya yang ada di Mal ini. Kafe tersebut seperti Bing-go serta Shirokuma yang membuka cabang pertama di dalam Mal yaitu di Mal Gandaria ini. Selain itu, orang saat ini sudah sangat hobi pergi ke mal dan Jakarta Selatan merupakan salah satu daerah dengan jumlah mal terbanyak dan mal Gandaria City termasuk dalam mal Jakarta yang populer dan paling sering dikunjungi.⁹⁹

3.2.2 Objek Penelitian

Objek dari penelitian dilakukan kepada konsumen *cafe-cafe dessert* Mal Gandaria City Jakarta Selatan yang pernah makan atau sedang makan *dessert* tersebut minimal satu kali atau lebih dalam kurun waktu enam bulan terakhir.

3.2.3 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari-April 2016.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Malhotra metode kuantitatif adalah “*a research methodology that seeks to quantify*

⁹⁹ Cecep Supriyadi. <http://www.marketing.co.id/inilah-5-mall-paling-populer-di-jakarta/> . Diakses tanggal 25 Desember pukul 23:29

the data and typically, applies some form of statistical analysis”, yaitu metodologi penelitian yang berusaha untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹⁰⁰

Desain penelitian adalah dengan jenis deskriptif dan kausal. Menurut Malhotra desain kausal adalah penelitian yang meneliti adanya hubungan yang bersifat sebab akibat dari masing-masing variabel. Penelitian kausal dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta atau pembuktian hipotesis dari hubungan atau pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan deskriptif menurut Malhotra adalah salah satu jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mendapatkan bagaimana deskripsi dari variabel bebas (kualitas produk, kualitas pelayanan dan atmosfer kafe) dan variabel terikat (Kepuasan Konsumen).¹⁰¹

Pada penelitian ini metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode survei dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner dimana dengan penyebaran kuesioner yang telah terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik.¹⁰²

¹⁰⁰ Malhotra, *Marketing Research An Applied Orientation*, (USA: Perason Education Inc., 2010) p.139

¹⁰¹ Malhotra, Naresh K., *Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks.2009) p. 93-100.

¹⁰² Malhotra, Naresh K., *Op.cit.*, p. 96

3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Malhotra “*population is the aggregate of all the elements, sharing some common set of characteristic, that comprises the universe for the purpose of the marketing research problem*”, yaitu populasi adalah keseluruhan dari semua elemen, terdiri dari karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari untuk tujuan masalah riset pemasaran.¹⁰³ Sedangkan menurut Sekaran¹⁰⁴, populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi.

Penelitian ini memilih populasi semua pengunjung *cafe-cafe dessert* Mal Gandaria City yang sudah mengunjungi dan makan di kafe tersebut minimal satu kali atau lebih dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Jenis populasi yang akan diteliti adalah populasi *infinite*, karena peneliti tidak mengetahui angka pasti jumlah pengunjung *cafe-cafe dessert* Mal Gandaria City.

3.4.2 Sampel

Menurut Malhotra “*sample is a subgroup of the elements of the population selected for participation in the study*”, sampel adalah subkelompok dari elemen dari populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian ini¹⁰⁵ atau dengan kata lain bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan

¹⁰³ Malhotra, Naresh K., *Op. cit.*, p.338

¹⁰⁴ Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat. 2007. p.121

¹⁰⁵ Malhotra, *op. cit.*, p.339

peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena ketebatasan data, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut, kesimpulan yang dipelajari dari sampel tersebut akan dapat diberlakukan untuk populasi. Menurut Roscoe yang dikutip Uma Sekaran¹⁰⁶ memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel :

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
2. Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
3. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.
4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.

Tabel 3.2
Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Sumber	Jumlah Responden	Teknik Pemilihan Responden	Lokasi	Karakter Responden	Teknik Analisis Data
1.	Saeed, Javed, Lodho. 2013	200	Non probability sampling	KFC in Pakistan	Pengunjung KFC, Demographic Inform (gender, age)	Path analysis, SEM
2.	Khan, Hussain, Yaqoob.	120 (30 each restaurant)	Randomly	Peshawar Market Pakistan (kfc, pizzahut,	Konsumen yang sedang makan disana, gender,	Multiple Regression

¹⁰⁶ Uma Sekaran. *Op. Cit. p.160*

	2012	s)		chief burger, arbain chick)	age , marital status	Correlation Test
3.	Sabir, <i>et.al.</i> 2014	100	Random sampling	Fast food Pakistan	Konsumen yang sedang makan disana, gender , age	Multiple Regression Correlation Test
4.	Kanta dan Srivalli. 2014	284	Random sampling	2 Large Restaurants in Bangalore (southern India)	Gender, age, educational attainment, incomelevels, frequency of patronage/ month (min 1x/month)	Descriptive Statistics Correlation Test
5.	Haghighi, <i>et.al.</i> 2012	268	Randomly	10 Boof Chain Restaurants in Tehran	Demographic Data (Gender, Marital status, Age, Number of visits)	Multiple Regression Path analysis, Sem
6.	Dollah, Mansor, Mohamed. 2012	254	Random sampling	Cafeteria Univ UiTMT Malay	Mahasiswa UiTMT, Gender, Semester, cafeteria you frequently dine, average money spend	Multiple Regression
7.	Tan, Oriade, Fallon. 2014	205	Random sampling	2 Chinese Fastfood in China	Gender, age	Multiple Regression
8.	Petzer dan Mackay. 2014	250	Random Sampling	sit-down restaurants dinner in urban areas of south africa	Age, level of education, gender, employment status, fav restaurant, regularity eating in there	Multiple Regression
9.	Ahmad. 2015	283	Randomly	10 restaurants in neighbourhood of univ Amman Jordan	Mahasiswa univ Amman	SPSS 20.0, Regression
10.	Ryu <i>et.al.</i> 2012	300	Purposive Sampling	At an authentic upscale Chinese restaurant located in a Southeastern state in the USA	Konsumen yang sedang makan disana, <i>gender</i> , pendidikan	Mediation test, SEM
11.	Rasyid <i>et.al.</i> 2014	1000	Randomly	Fasfood Malaysia	Generation Y in Malay (<i>gender</i> , <i>age</i> , <i>come from</i>).	Correlation Test, Multiple Regression

Berdasarkan pada teori Roscoe tersebut lebih tepatnya mengacu pada teori Roscoe nomor satu, maka peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 200 orang responden. Kebanyakan penelitian dengan angka 200 karena dianggap sudah cukup untuk menjadi sampel.

Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Uma Sekaran¹⁰⁷ adalah peneliti memperoleh informasi dari mereka yang paling siap dan memenuhi beberapa kriteria yang dibutuhkan sehingga dapat memberikan informasi yang diinginkan. Peneliti menanyakan terlebih dahulu apakah responden pernah mengunjungi atau makan di *dessert* kafe yang menjadi objek dalam penelitian ini. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini akan diminta untuk mengisi kuesioner yang telah disiapkan oleh peneliti.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer. Data primer menurut Malhotra adalah “*data originated by the researcher specifically to address the research problem*”, yaitu data yang berasal dari sumber data yang langsung atau khusus memberikan data kepada pengumpul data untuk mengatasi masalah penelitian.¹⁰⁸ Data ini didapat dari sumber pertama misalnya hasil dari pengisian kuesioner oleh responden yang biasa dilakukan oleh peneliti. Dalam Uma Sekaran, kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang

¹⁰⁷ Sekaran. *Op.cit.*, p. 276

¹⁰⁸ Malhotra, *op.cit.*, p.41

didefinisikan dengan jelas dan kuesioner merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian.¹⁰⁹

Peneliti menyebarkan kuesioner dengan cara memberikan pernyataan dalam angket yang sudah disiapkan kepada responden pengunjung *cafe-cafe dessert* Mal Gandaria City. Kuesioner ini diberikan kepada pengunjung yang bersedia untuk mengisinya dan menjadi responden penelitian ini. Dengan seperti itu, responden diharapkan mampu memberikan jawaban yang sesuai dengan pernyataan dalam kuesioner penelitian.

3.6 Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Terdapat empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang di dalamnya terdapat tiga variabel bebas dan satu variabel terikat.

Variabel bebas atau independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, entah secara positif atau negatif.¹¹⁰ Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X₁), kualitas pelayanan (X₂), dan atmosfer kafe (X₃). Sedangkan variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat

¹⁰⁹ *Ibid*, p. 82

¹¹⁰ Uma Sekaran. *Op.cit.*, p.117

karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

Dari variabel bebas dan terikat tersebut masing-masing variabel terdapat dimensi-dimensi dan indikator-indikator yang digambarkan pada tabel di bawah ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.3
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Items asli	Items Adaptasi	Sumber
Kualitas Produk	<i>Performance :</i> - <i>The food was delicious</i> - <i>Food serves good portion</i>	<i>Performance :</i> - Makanan di <i>dessert cafe</i> ini enak menghilangkan rasa haus - Makanan di <i>dessert</i> yang ada di kafe ini memiliki porsi yang pas	Ryu, et.al. 2012 Tan, et.al. 2014 Dollah, et.al. 2012 Ahmad, et.al. 2015
	<i>Durability :</i> - <i>Food serves at the correct temperature</i> - <i>The quality of the the food are hygienic</i>	<i>Durability :</i> - <i>Dessert</i> yang ada di kafe ini tidak mudah cair - Makanan yang dijual diproduksi dengan higienis	
	<i>Conformance :</i> - <i>The food was nutritious</i> - <i>The ingredients used to prepare of the food are fresh</i>	<i>Conformance :</i> - Makanan di <i>dessert cafe</i> ini bergizi - Bahan-bahan segar dan aman digunakan dalam mempersiapkan makanan di <i>dessert cafe</i> ini	
	<i>Features :</i> - <i>Varieties of food components</i> - <i>The restaurant offered a variety of menu items</i>	<i>Features :</i> - Terdapat beragam hiasan, topping atau komponen lainnya yang menarik - <i>Dessert cafe</i> ini menawarkan berbagai item menu yang menarik	
	<i>Aesthetics :</i> - <i>The smell of the food was enticing</i> - <i>The food presentation was visually attractive</i> - <i>Most of the food presented</i>	<i>Aesthetics :</i> - Aroma makanan yang menggugah selera makan - Presentasi atau penyajian makanan di <i>dessert cafe</i> ini secara visual menarik	

	<i>are presentable (colorful and eye catching) attract my attention</i>	- Warna makanan yang beragam menarik perhatian saya	
Kualitas Layanan	<p><i>Tangibles:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Appearance of staff are clean</i> - <i>The menu is easy readable</i> <p><i>Reliability :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>The restaurant serves me in the time promised</i> - <i>Employees served me food exactly like in menu</i> - <i>The restaurant provides me an accurate bill</i> <p><i>Responsiveness :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Employees provided prompt and quick service</i> - <i>The staff shifts to help each other maintain speed of the service during busy times</i> - <i>Employees are always avail when i need them</i> - <i>Food is served exact time</i> <p><i>Assurance :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Employees made me feel comfortable in dealing with them</i> - <i>Employees/staff friendly , makes you feel special</i> - <i>The employees/staff have good knowledge</i> <p><i>Emphaty :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>The employees shows sincere interest in correcting anything that is wrong</i> - <i>The staff is sensitive to individual needs and wants</i> 	<p><i>Tangibles:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pelayan <i>dessert cafe</i> bersih dan rapi - Daftar menu di <i>dessert cafe</i> ini secara visual mudah dibaca dan jelas <p><i>Reliability :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pelayan <i>dessert cafe</i> menyajikan makanan saya dalam waktu yang dijanjikan - Pelayan melayani dan menyajikan makanan persis seperti yang ada di menu - Pelayan <i>dessert cafe</i> memberikan saya bill yang akurat atau sesuai <p><i>Responsiveness:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pelayan memberikan layanan yang cepat, sigap dan tepat - Ketika sedang ramai pengunjung, pelayan saling membantu untuk menjaga kecepatan dan kualitas layanan - Pelayan selalu tersedia ketika dibutuhkan - Waktu hingga makanan jadi cepat <p><i>Assurance :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pelayan membuat saya merasa nyaman dalam berurusan dengan mereka - Pelayan ramah , membuat saya istimewa - Pelayan memiliki pengetahuan tentang item produk untuk merekomendasikan kesaya <p><i>Emphaty :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pelayan <i>dessert cafe</i> menunjukkan sikap yang tulus dalam mengoreksi jika ada kesalahan - Pelayan selalu 	<p>Ryu, et.al. 2012</p> <p>Tan, et.al. 2014</p> <p>Ahmad, et.al. 2015</p>

	<i>rather than always relying on policy and procedures</i>	memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen	
Atmosfer	<p><i>Exterior :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Signs and boards are important for me to find restaurant</i> - <i>Ease of the restaurant entrance and exit doors</i> - <i>The exterior display windows of the restaurant exhibit aesthetic design features</i> <p><i>General Interior :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>The lighting of the restaurant is adequate</i> - <i>The temperature of the restaurant is comfortable</i> - <i>The scent of the restaurant is fresh</i> - <i>The music heard in the restaurant is pleasant</i> - <i>The interior of the restaurant is clean</i> - <i>There was enough space between the aisles to move</i> <p><i>Store layout :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>The space allocation of the restaurant is appropriate</i> - <i>Table for dine-in increases my well being and comfort</i> - <i>The waiting area of the restaurant is comfortable</i> <p><i>Interior displays :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>The design of the restaurant interior is unique</i> - <i>The decoration of the restaurant corresponds with its theme</i> 	<p><i>Exterior (Bagian luar toko) :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Papan nama <i>dessert</i> kafe terlihat jelas dan menarik sehingga memudahkan saya untuk menemukan restoran - Pintu masuk dan pintu keluar kafe memudahkan pengunjung untuk keluar masuk - Tampilan eksterior kafe menunjukkan fitur desain yang unik <p><i>General Interior (Bagian dalam ruangan toko) :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pencahayaan di kafe ini terang - Suhu udara dikafe ini nyaman - Aroma kafe yang menggugah selera - Musik yang terdengar di kafe ini menyenangkan - Interior restoran bersih - Jarak antara meja satu dengan yang lainnya memudahkan konsumen untuk berlalulalang <p><i>Store Layout :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Meja dan kursi yang tersedia dapat menampung banyak konsumen yang datang - Meja dan kursi meningkatkan kenyamanan - Adanya bangku khusus yang nyaman untuk menunggu ketika kafe sedang penuh <p><i>Interior Displays :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desain interior <i>dessert</i> kafe yang unik - Dekorasi restoran sesuai dengan tema 	<p>Haghighi, et.al. 2012</p> <p>Petzer, et.al. 2011</p>
Kepuasan Konsumen	- <i>I am satisfied with my overall experience at this</i>	- Saya puas dengan keseluruhan pengalaman	Ryu, et.al. 2012

	<p><i>restaurant</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Overall, this restaurant puts me in a good mood</i> - <i>I am satisfied with the performance of restaurant</i> - <i>Satisfied with the staff of the restaurant</i> - <i>I have really enjoyed myself at this restaurant</i> - <i>My experience was pleasing if I am satisfy with the restaurant</i> - <i>If I am satisfy, I will feel that I have got what I wanted when I leave the restaurant</i> - <i>I am satisfy with food that I consumed</i> - <i>I am satisfy with food quality</i> - <i>I am satisfy with food presentation</i> 	<p>yang saya dapat di <i>dessert cafe</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Secara keseluruhan, <i>dessert cafe</i> ini membuat mood saya baik - Saya puas dengan kinerja dan layanan <i>dessert cafe</i> ini - Pelayan <i>dessert cafe</i> ini membuat saya senang makan disana - Saya benar-benar menikmati dan enjoy di <i>dessert cafe</i> - Saya betah berlama-lama di kafe ini - Saya merasa bahwa saya sudah mendapat apa yang saya inginkan ketika saya meninggalkan <i>dessert cafe</i> - Saya puas dengan kualitas makanan <i>dessert cafe</i> - Saya puas dengan tampilan penyajian makanan di kafe ini 	<p>Haghighi, et.al. 2012</p> <p>Dollah, et.al. 2012</p> <p>Ahmad, et.al. 2015</p>
--	--	---	--

3.7 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai alat penelitian untuk mengukur pernyataan yang tercantum pada kuisisioner. Skala likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik.¹¹¹ Dalam penelitian ini, skala mengalami modifikasi menjadi 6 guna tidak ada jawaban biasa saja yang diberikan responden.

¹¹¹ *Ibid*, p. 32

Tabel 3.4
Skala Likert

Kriteria Jawaban	Skor	Kode
Sangat Tidak Setuju	1	STS
Tidak Setuju	2	TS
Sedikit Tidak Setuju	3	SDTS
Sedikit Setuju	4	SDS
Setuju	5	S
Sangat Setuju	6	SS

3.8 Alat Analisis Data

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software pengolah data statistik, yaitu *Statistical Product and Services Solution* (SPSS) versi 22 dan Microsoft Excel 2007.

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Uji Instrumen

3.9.1.1 Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. “*Validity of a scale may be defined as the extent to which differences in observed scale scores reflect true differences among objects on the characteristic being measured, rather than systematic or random error.*”¹¹²

¹¹² Malhotra, Naresh K., *Marketing Research an Applied Orientation*, (United States: Pearson Education, sixth edition, 2010). p. 288

Uji validitas sering digunakan untuk mengukur valid atau sahnyanya suatu kuesioner, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat atau dengan kata lain mengetahui pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang relevan dengan variabel penelitian. Menurut Malhotra validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan antara korelasi antar variabel.¹¹³ Untuk uji validitas ini digunakan *factor analysis*.

Factor analysis merupakan nama umum yang menunjukkan tata cara penggolongan terutama digunakan untuk reduksi data dan meringkasnya.¹¹⁴ Dalam riset pemasaran, mungkin ada sejumlah besar variabel, yang sebagian besar berhubungan dan harus dikurangi ke tingkat yang dapat diatur. Hubungan antara kumpulan variabel yang saling terkait diuji dan diwakili dalam beberapa faktor yang mendasari. Tujuannya adalah lebih menyakinkan lagi apakah item pernyataan pada penelitian ini layak untuk digunakan atau tidak. Jika nilai faktor analisis suatu pernyataan pada kuesioner sebesar $< 0,40$ maka pernyataan tersebut harus diperbaiki atau direduksi.¹¹⁵

Sebelum menggunakan uji faktor analisis, hal pertama yang harus diperhatikan adalah menguji nilai KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*), tujuannya adalah untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sudah layak untuk menguji ketepatan faktor analisis.

¹¹³ *Ibid.* p.288

¹¹⁴ *Ibid.* p.604

¹¹⁵ Hair, et. al, *Multivariate Data Analysis, Seventh Editions* (New Jersey: Prentice Hall, 2010), p.117

“KMO is a measure of sampling adequacy is an index used to examine the appropriateness of factor analysis. High values (between 0,50 and 1,00) indicate factor analysis is appropriate. Values below 0,50 imply that factor analysis may not be appropriate.”¹¹⁶

Arti dari definisi tersebut yaitu, KMO adalah jumlah sampel yang layak dikatakan cukup untuk menguji ketepatan analisis faktor. Nilai yang tinggi (antara 0,50 dan 1,00) mengindikasikan analisis faktor sudah tepat. Nilai dibawah 0,50 mengindikasikan analisis faktor tidak tepat.

3.9.1.2 Uji Reliabilitas

Dilakukan untuk menguji sejauh mana item – item instrumen dapat merefleksikan kesamaan konstruk. Dan juga digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.¹¹⁷

Pengujian reliabilitas menggunakan teknik alpha cronbach’s (α) yang menyatakan sebuah kuesioner reliabel jika memiliki nilai alpha diatas 0,6.

Rumus Cronbach Alpha dituliskan sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma \tau^2} \right)$$

Dimana:

r_{11} = Reliabilitas instrumen $\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians
 k = Jumlah pernyataan σi^2 = Varians total

¹¹⁶ Malhotra. *Op.cit.*, p. 606

¹¹⁷ Priyatno, Dwi, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta: Gava Media, 2010), p. 30

3.9.2 Uji Asumsi Dasar

3.9.2.1 Uji Normalitas

Menurut Priyatno, uji normalitas digunakan untuk mengetahui hasil belajar dari kelompok eksperimen dan kelompok control apakah berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Uji normalitas digunakan uji One sample Kolmogrov-Smirnov tes dengan menggunakan taraf signifikansi 5%. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0.05.¹¹⁸

3.9.2.2 Uji Linearitas

Uji linieritas dimaksudkan untuk menguji linier tidaknya data yang dianalisis. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan Test for Linearity dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (linearity) kurang dari 0,05 atau 5%.

3.9.3 Uji Asumsi Klasik

3.9.3.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas model, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Pada penelitian ini, untuk menghindari asumsi klasik multikolinearitas

¹¹⁸ *Ibid.*, p. 42

akan melihat value inflation factor (VIF) pada model regresi. Pada umumnya jika VIF kurang dari 10 maka dalam model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas.¹¹⁹

3.9.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

3.9.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adakah hubungan atau korelasi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

3.9.4.1 Uji t

Uji t yaitu digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Apabila probabilitas signifikan kurang dari 0,05, maka hipotesis alternatif diterima.
2. Apabila probabilitas signifikan lebih dari 0,05, maka hipotesis alternatif ditolak.

¹¹⁹ *Ibid.*, p. 67

3.9.4.2 Koefisien Determinasi (R²)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.

3.10 Pilot Study

Peneliti telah melakukan *pilot study* untuk menguji disetiap item kuesioner. Dengan sebanyak 50 responden dalam *pilot study* ini sudah peneliti uji menggunakan analisis faktor di SPSS versi 22. Berikut ini merupakan hasil dari *pilot study*.

3.10.1 Kualitas Produk

Tabel 3.5
Pilot Study Kualitas Produk

	Pernyataan	Component	
		1	2
PQ8	<i>Dessert</i> cafe ini menawarkan berbagai item menu yang menarik	.992	
PQ7	Terdapat beragam hiasan, topping atau komponen lainnya yang menarik	.991	
PQ4	<i>Dessert</i> yang dijual diproduksi dengan higienis	.785	
PQ6	Bahan-bahan yang segar dan aman digunakan dalam mempersiapkan makanan	.596	
PQ3	Makanan yang ada di kafe ini tidak mudah cair	.569	
PQ5	Makanan di <i>dessert</i> cafe ini bergizi	.548	
	Cronbach's Alpha	.899	
PQ9	Aroma makanan yang menggugah selera makan		.933
PQ1	Makanan di <i>dessert</i> cafe ini enak menghilangkan rasa haus		.783
PQ2	<i>Dessert</i> yang ada dikafe ini memiliki porsi yang pas		.708
PQ11	Warna makanan yang beragam dan menarik perhatian saya (<i>eye catching</i>)		.636
PQ10	Presentasi atau penyajian makanan di <i>dessert</i> cafe ini secara visual menarik		.543
	Cronbach's Alpha		.859

Sumber : data diolah peneliti (2016)

Berdasarkan hasil *pilot study* tersebut, variabel kualitas produk memiliki 11 pernyataan dengan *factor loading* antara 0.543 – 0.992. Hasil *cronbach's alpha* memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0.60, hasil tersebut menunjukkan dimensi yang ada *reliable*.

3.10.2 Kualitas Pelayanan

Tabel 3.6
Pilot Study Kualitas Pelayanan

	Pernyataan	Component	
		1	2
SQ7	Ketika sedang ramai pengunjung, pelayan saling membantu untuk menjaga kecepatan layanan	.972	
SQ6	Pelayan memberikan layanan yang cepat, sigap dan tepat	.947	
SQ10	Pelayan membuat saya merasa nyaman dalam berurusan dengan mereka	.939	
SQ8	Pelayan selalu tersedia ketika dibutuhkan	.933	
SQ3	Pelayan <i>dessert cafe</i> menyajikan makanan saya dalam waktu yang dijanjikan	.925	
SQ11	Pelayan <i>dessert cafe</i> ramah, membuat saya merasa istimewa	.884	
SQ9	Waktu hingga makanan disajikan cepat	.836	
SQ13	Pelayan <i>dessert cafe</i> menunjukkan sikap yang tulus dalam mengoreksi jika ada kesalahan	.738	
SQ12	Pelayan <i>dessert cafe</i> memiliki pengetahuan tentang item produk untuk merekomendasikan saya	.721	
	Cronbach's Alpha	.957	
SQ5	Pelayan <i>dessert cafe</i> memberikan saya bill yang akurat atau sesuai		.976
SQ4	Pelayan <i>dessert cafe</i> menyajikan makanan persis seperti apa yang ada di menu		.788
SQ2	Daftar menu di <i>dessert cafe</i> secara visual mudah dibaca dan jelas		.744
SQ1	Pelayan <i>dessert cafe</i> bersih dan rapi		.583
SQ14	Pelayan selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen		.560
	Cronbach's Alpha		.854

Sumber : data diolah peneliti (2016)

Berdasarkan hasil *pilot study* tersebut, variabel kualitas pelayanan memiliki 14 pernyataan dengan *factor loading* antara 0.560 – 0.976. Hasil *cronbach's alpha* memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0.60, hasil tersebut menunjukkan dimensi yang *ada reliable*

3.10.3 Atmosfer Kafe

Tabel 3.7
Pilot Study Atmosfer Kafe

	Pernyataan	Component	
		1	2
AC7	Musik yang terdengar di kafe ini menyenangkan	.951	
AC9	Meja dan kursi yang tersedia dapat menampung banyak konsumen yang datang	.947	
AC6	Aroma kafe yang menggugah selera	.850	
AC11	Jarak antara meja satu dengan yang lainnya memudahkan konsumen untuk berlalulalang	.853	
AC10	Meja dan kursi meningkatkan kenyamanan	.722	
AC8	Adanya bangku khusus yang nyaman untuk menunggu ketika kafe sedang penuh	.680	
AC5	Suhu udara dikafe ini nyaman	.630	
	Cronbach's Alpha	.934	
AC2	Pintu masuk dan pintu keluar kafe memudahkan pengunjung untuk keluar masuk		.854
AC1	Papan nama <i>dessert</i> kafe terlihat jelas sehingga memudahkan saya untuk menemukan restoran		.779
AC4	Pencahayaan di kafe ini terang		.767
AC13	Dekorasi kafe sesuai dengan tema		.722
AC3	Tampilan eksterior kafe menunjukkan fitur desain yang unik		.719
AC12	Desain interior <i>dessert</i> kafe yang unik		.519
	Cronbach's Alpha		.863

Sumber : *data diolah peneliti* (2016)

Berdasarkan hasil *pilot study* tersebut, variabel atmosfer kafe memiliki 13 pernyataan dengan *factor loading* antara 0.519 –

0.951. Hasil *cronbach's alpha* memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0.60, hasil tersebut menunjukkan dimensi yang ada *reliable*.

3.10.4 Kepuasan Konsumen

Tabel 3.7
Pilot Study Kepuasan Konsumen

	Pernyataan	Component	
		1	2
CS6	Saya sangat menikmati dan enjoy dicafe tersebut	.922	
CS1	Saya puas dengan keseluruhan pengalaman yang saya dapat di <i>dessert cafe</i>	.917	
CS4	Pelayan di <i>dessert cafe</i> ini membuat saya senang makan disana	.890	
CS7	Saya merasa bahwa saya sudah mendapat apa yang saya inginkan ketika saya meninggalkan <i>dessert cafe</i>	.867	
CS2	Secara keseluruhan <i>dessert cafe</i> ini membuat mood saya baik	.857	
CS9	Saya merasa puas dengan kualitas makanan yang ada di <i>dessert cafe</i> ini	.831	
CS10	Saya puas dengan tampilan penyajian makanan di <i>dessert cafe</i> ini	.772	
	Cronbach's Alpha	.948	
CS5	Atmosfer kafe ini membuat saya ingin berlama-lama		.914
CS8	Saya merasa puas dengan makanan yang telah saya konsumsi		.849
CS3	Kinerja dan layanan <i>dessert cafe</i> ini melebihi harapan saya dan membuat saya puas		.741
	Cronbach's Alpha		.847

Sumber : data diolah peneliti (2016)

Berdasarkan hasil *pilot study* tersebut, variabel kepuasan konsumen memiliki 10 pernyataan dengan *factor loading* antara 0.741 – 0.922. Hasil *cronbach's alpha* memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0.60, hasil tersebut menunjukkan dimensi yang ada *reliable*.