BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut yang berjudul : **" Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Resto Sobbers Bandung".**

Didalam penelitian ini, penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapaun variabel yang akan diteliti didalam peneitian ini adalah:

1. Variabel *Indpendent* (Variabel Bebas), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel *dependent* (variabel tidak bebas). Varibel *independent* (Variabel X_1) dalam penelitian ini adalah Store Atmospehere dan (variabel X_2) Kualitas Pelayanan.
2. Variabel *dependent* (variabel tiak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent*. Variabel *dependent* (variabel Y) dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan/Konsumen

Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan merupakan faktor penyebab, sedangkan Loyalitas Pelanggan faktor akibat. Objek penelitian ini dilakukan pada konsumen yang melakukan pembelian di resto Sobbers Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu teknis atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan atau mencatat data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah dan kemudian menganalisa faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan sehingga akan terdapat suatu kebenaran data-data yang akan diperoleh. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif dan pendekatan kuantitatif.

Metode penelitian menurut Sugiyono (2012:3) pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan pendekatan kuantitatif.

Metode Deskriptif menurut Sugiyono (2009:206) mendefinisikan:

"Penelitian yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi."

Sedangkan menurut Mudjarad Kuncoro (2001:102**)** mendefinisikan Pendekatan kuantitatif yaitu:

“Pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manejerial dan ekonomi dimana pendekatan ini terdiri atas perumusan masalah, mencari solusi, menguji solusi, menganalisa hasil dan mengimplemasikan hasil.”

Dalam hal ini dimana variabel X_1 adalah pengaruh Store Atmosphere, variable X_2 adalah Kualitas Pelayanan dan variabel Y adalah loyalitas Pelanggan. Penelitian ini bertujuan memperoleh gambaran tentang variabel Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas Pelanggan. Sedangkan, pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif, karena data pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang diperoleh dari penelitian ini berupa data kuantitatif.

Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data tersebut akan dikumpulkan, dianalisis dan diproses lebih lanjut sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari, jadi dari data tersebut akan ditarik kesimpulan.

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis.

Menurut Moh. Nazir (2005:84) desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2002:249)menyatakan bahwa :

> "Desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode dan prosedur – prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data."

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian, karena langkah dalam melakukan penelitian mengacu kepada desain penelitian yang telah dibuat.

Dari pemaparan di atas maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan penelitian mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu.

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan desain penelitian yang lebih luas, yang mencangkup proses-proses berikut ini:

1. Sumber masalah

   Peneliti menentukan masalah-masalah sebagai fenomena untuk dasar penelitian.

2. Perumusan masalah

   Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Pada penelitian ini masalah-masalah dirumuskan melalui suatu pertanyaan, yang akan diuji dengan cara yang relevan dan penemuan yang relevan.

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

   Untuk menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara (berhipotesis) maka, peneliti dapat membaca referensi teoritis yang relevan dengan masalah dan berfikir. Selain itu penemuan penelitian sebelumnya yang relevan juga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan jawaban sementara

terhadap masalah penelitian (hipotesis). Telaah teoritis mempunyai tujuan untuk menyusun kerangka teoritis yang menjadi dasar untuk menjawab atau pertanyaan penelitian yang merupakan tahap penelitian dengan menguji terpenuhinya kriteria pengetahuan yang rasional.

4. Pengajuan hipotesis

   Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (faktual) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat pada penelitian ini adalah Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayananterhadap Loyalitas Pelanggan.

5. Metode Penelitian

   Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode yang sesuai, pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisten yang dikehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dan kuantitatif.

6. Menyusun instrument penelitian

   Peneliti dapat menyusun instrument penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Pada penelitian ini untuk menguji adanya hubungan dari *Store Atmosphere* (Variabel Independen"X_1") dan Kualitas Pelayanan (Variabel Independen"X_2") terhadap Loyalitas Pelanggan (Variabel dependen"Y") digunakan korelasi *Analisis Regresi Berganda,* dan untuk

menguji pengaruh dari *Store Atmosphere* (Variabel Independen"X_1") dan Kualitas Pelayanan (Variabel Independen"X_2") terhadap Loyalitas Pelanggan (Variabel dependen"Y") digunakan koefisien determinasi.

7. Kesimpulan

Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah, dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

Tabel 3.1
Desain Penelitian

	Desain Penelitian			
	Jenis penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *survey*	Konsumen yang melakukan pembelian di Resto Sobbers Bandung	*Cross sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive* dan *survey*	Konsumen yang melakukan pembelian di Resto Sobbers Bandung	*Cross sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive* dan *survey*	Konsumen yang melakukan pembelian di Resto Sobbers Bandung	*Cross sectional*
T-4	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Konsumen yang melakukan pembelian di Resto Sobbers Bandung	*Cross sectional*

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel *Store Atmosphere* sebagai variable independen pertama (X_1).
2. Variabel Kualitas Pelayanan sebagai variable independen kedua (X_2).
3. Variabel Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependent (Y).

Untuk lebih jelasnya rincian masing-masing variabel dapat dijelaskan dalam Tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Sumber data
Store Atmosphere (X_1)	Penciptaan suatu citra untuk sebuah toko tergantung pada penyesuaian kombinasi fisik yang mengarah pada kemampuan untuk mengembangkan nilai artistic dari lingkungan toko sehingga	**1. Exterior** Bangunan Luar Toko	Tkt kemenarikan bangunan luar toko	**Ordinal**	**Pelanggan Sobbers Bandung**
		Simbol/Logo	Tkt kemenarikanLogo		
		Tempa parker	Tkt KeluasantempatParkir		
		Tampilan Jendela	Tkt. kemenarikantampilan jendela		

	mampu memicu daya tarik bagi konsumen***)*** ***Barry dan Evans***(dalamRestiMeldariandadanHenkiLisan S, 2010)	Keunikan	Tkt keunikan		
		Lingkungan sekitar	Tkt kenyamanan		
		2. General Interior Lantai	Tkt desain lantai		
		Pencahayaa dan warna	Tkt keserasian		
		Suhu udara	Tkt. Suhu udara		
		Kebersihan	Tkt. kebersihan		
		Aroma	Tkt. Kesesuaian aroma		
		Musik	Tkt kesesuaian musik		
		Lebar Gang	Tkt luas		
		Harga	Tkt harga		
		Teknologi	Tkt teknologi		
		3. Layout Interior *Allocation of floor space for selling personel and customer:*	Tkt pengalokasian ruangan		

		Arus Lalu Lintas	Tkt kesesuaian arus lalu lintas		
		4. Interior Point of Interest Display Dekorasi sesuai tema	Tkt kemenarikandekorasi tema		
		Dekorasi ruangan	Tkt kemenarikandekorasi ruangan		
Kualitas Pelayanan (X_2)	Kualitas Layanan adalah perspektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari transfer jasa. (Lovelock, 2002:87, (dalam Christina Whdya Utami,2010:29	**5. Tangibles** Peralatan terbaru	Tkt kesesuaian peralatan	**Ordinal**	**Pelanggan Sobbers Bandung**
		Fasilitas Fisik yang mempunyai daya tarik	Tkt kemenarikan fasilitas fisik		
		Karyawan yang berpenampilan rapi	Tkt kerapihan karyawan		
		Fasilitas fisik sesuai jenis jasa	Tkt. kesesuaian fasilitas fisik sesuai jenis jasa		
		6. Reliabiity Jasa disampaikan dengan benar	Tkt. Penyampaian		
		Jasa disampaikan dengan waktu yang dijanjikan	Tkt Penyampaian		
		Sistem pencatatan yang	Tkt sistem pencatatan		

		akurat dan bebas dari kesalahan			
		Bersikap simpatik dan sanggup menenangkan pelanggan pada setiap ada masalah	Tkt kesesuaian sikap		
		7.Responsiveness Pelayanan yang cepat dari karyawan perusahaan	Tkt.pelayanan Karyawan		
		Kepastian waktu penyampaian jasa diinformasikan dengan jelas kepada para pelanggan	Tkt. kesesuaian informasi		
		Karyawan yang tidak terlalu sibuk sehingga sanggup menanggapi permintaan pelanggan yang cepat	Tkt kesesuaian karyawan		
		Karyawan yang selalu bersedia membantu pelanggan	Tkt kesigapan karyawan		
		8. Assurance Karyawan yang terpercaya	Tkt kepercayaan		
		Karyawan yang sopan	Tkt kesopanan		

		Karyawan berpengalaman	Tkt pengalamankaryawan		
		Perasaan aman sewaktu melakukan transaksi dengan karyawan	Tkt keamanan		
		9. Empaty Perhatian indivdual dari perusahaan	Tkt perhatian perusahaan		
		Perhatian karyawan secara person	Tkt perhatian karyawan		
		Perhatian perusahaan kepada pelanggan	Tkt perhatianperusahaan		
		Karyawan yang paham terhadap kebutuhan pelanggan	Tkt pemahaman karyawan		
Loyalitas pelanggan (Y)	loyalitas pelanggan sebagai wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap	Melakukan pembelian secara teratur	Tingkat pembelian secaraa teratur	**Ordinal**	**Pelanggan Sobbers Bandung**
		Merekonmendasikan produk lain	Tkt merekomendasikan produk lain		
		Membeli diluar lini produk/jasa	Tkt membeli diluar lini produk		

	barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih. **(Griffin Hurriyati2010 :129)**	Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	Tkt kekebalan terhadap tarikan dari pesaing		

3.2.3 Sumber Dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini dibagi dalam dua jenis, yaitu sebagai berikut

1. Data Primer

   Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti baik dari pribadi (responden) maupun dari satu instansi yang mengolah data untuk keperluan penelitian, seperti dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

2. Data Sekunder

   Merupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta catatan-catatan kuliah yang menunjang penelitian ini

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

3.2.3.2.1 Populasi

Populasi merupakan objek atau subjek yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2012:297) tentang pengertian populasi yaitu:

> "populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulan."

Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah konsumen yang telah membeli pada Resto Sobbers Jl. Setiabudhi No.41F Bandung. Menurut keterangan dari pihak RestoResto Sobbers Jl. Setiabudhi No.41F Bandung diketahui bahwa populasi rata–rata jumlah konsumen yang membeli pada BulanMaret 2012 adalah 4.020 orang.

3.2.3.2.2 Sampel

Untuk membuktikan kebenaran jawaban yang masih sementara (hipotesis), maka peneliti melakukan pengumpulan data pada obyek tertentu. Karena obyek dalam populasi terlalu luas maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Menurut Adi Supangat (2007:4) menyatakan bahwa:

> "sampel adalah bagian dari populasi (contoh), untuk dijadkan sebagai bahan penelaahan dengan harapan contoh yang diambil dari populasi tersebut dapat mewakili (*reprensentatitive*) terhadap populasinya."

Menurut Sugiyono (2009:116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang di ambil dalam penelitian dilakukan dengan teknik simple random sampling.

Adapun yang menjadi sampel yang digunakan untuk pengukuran kuesioner adalah konsumen di resto Sobbers Bandung. Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel (n) Husein Umar (2004:78) menentukan sampel digunakan rumus sebagai berikut:

$$\boxed{n = \frac{N}{1 + Ne^2}}$$

$$n = \frac{4020}{1 + 4020(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{4020}{41{,}2}$$

$$n = 97{,}5 = 97$$

$$n = 100$$

Jika penelitian menggunakan metode deskriptif, maka minimal tingkat kesalahan dalam penentuan anggota sampel yang harus diambil adalah 10% dari jumlah populasi yang diketahui. Peneliti menentukan tingkat kesalahan sebesar 10% Untuk menghindari dari pada kerusakan angket dan jumlah tidak kembalinya angket, maka dibulatkan menjadi 100. Sehingga jumlah sampel yang diambil 100 konsumen.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakna dalma penelitian ini adalah:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research)*

   Yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung di perusahaan yang menjadi objek penelitian. Data yang diperoleh merupakan data primer yang diperoleh dengan cara:

   a. Observasi (Pengamatan Langsung), yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langkung dilokasi untuk memperoleh data yang diperlukan.
   b. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang di bahas.
   c. Angket *(Kuesioner)*

      Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab, berupa daftar pertanyaan yang dibuat dengan metode pertanyaan terstruktur (tertutup dan terbuka) kepada 100 responden tentang variabel *store atmosphere*, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan.

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:361) **v**aliditas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti.Jadi suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden terpilih maka harus diadakan uji validitas terlebih dahulu pada butir-butir yang benar-benar mengukur apa yang diukur. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi validitas suatu alat ukur maka alat ukur tersebut semakin mengenai pada sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya di ukur.

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\left(\sum X^2 - (X)^2\right) \times \left(\sum Y^2 - (Y)^2\right)}}$$

Keterangan:

r = Nilai Korelasi Pearson

ΣX = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

ΣY = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

ΣXY = Jumlah dari Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

ΣX^n = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

ΣY^n = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah DikuadratkanUji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji t (taraf signifikansi 5%). Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} : db = n - 2$$

Dimana :

n = ukuran sampel

r = Koefisien Korelasi Pearson

Keputusan pengujian validitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan dengan 5% satu sisi adalah :

1. Item instument dikatakan valid jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ = 1,9744 maka instrument tersebut dapat digunakan.
2. Item instrument dikatakan tidak valid jika t_{hitung} kurang dari $t_{0,05(165)}$ = 1,9744 maka item tersebut tidak dapat digunakan.

Berikut ini merupakan tabel uji validitas dari masing-masing variabel, yaitu sebagai berikut:

1. Uji Validitas Store Atmosphere (X_1)

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Kuesioner
Store Atmosphere

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Store Athmosphere X_1	1	0,629	0,197	Valid
	2	0,709	0,197	Valid
	3	0,569	0,197	Valid
	4	0,539	0,197	Valid
	5	0,709	0,197	Valid
	6	0,663	0,197	Valid
	7	0,397	0,197	Valid
	8	0,630	0,197	Valid
	9	0,670	0,197	Valid
	10	0,566	0,197	Valid
	11	0,622	0,197	Valid
	12	0,562	0,197	Valid
	13	0,657	0,197	Valid
	14	0,533	0,197	Valid
	15	0,328	0,197	Valid
	16	0,633	0,197	Valid
	17	0,627	0,197	Valid
	18	0,612	0,197	Valid
	19	0,561	0,197	Valid

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh koefisien validitas kuisioner *Store athmosphere* memiliki nilai diatas titik kritis r tabel 0,197. Sedangkan koefisien reliabilitas split half memiliki nilai sebesar 0,922 dan berada diatas titik kritis 0,700, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh kuisioner *Store athmosphere* valid dan reliabel.

2. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Kuesioner
Kualitas Pelayanan

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan X2	20	0,453	0,197	Valid
	21	0,580	0,197	Valid
	22	0,457	0,197	Valid
	23	0,521	0,197	Valid
	24	0,515	0,197	Valid
	25	0,566	0,197	Valid
	26	0,474	0,197	Valid
	27	0,574	0,197	Valid
	28	0,525	0,197	Valid
	29	0,714	0,197	Valid
	30	0,661	0,197	Valid
	31	0,737	0,197	Valid
	32	0,755	0,197	Valid
	33	0,545	0,197	Valid
	34	0,610	0,197	Valid
	35	0,649	0,197	Valid
	36	0,677	0,197	Valid
	37	0,672	0,197	Valid
	38	0,695	0,197	Valid
	39	0,666	0,197	Valid

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh koefisien validitas kuisioner kualitas pelayanan memiliki nilai diatas titik kritis r tabel 0,197. Sedangkan koefisien reliabilitas split half memiliki nilai sebesar 0,927 dan berada diatas titik kritis 0,700, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh kuisioner kualitas pelayanan valid dan reliabel.

3. Uji Validitas Loyalitas Pelanggan

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Kuesioner
Loyalitas Pelanggan

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Loyalitas Pelanggan Y	40	0,822	0,197	Valid
	41	0,856	0,197	Valid
	42	0,706	0,197	Valid
	43	0,843	0,197	Valid

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh koefisien validitas kuisioner loyalitas pelanggan memiliki nilai diatas titik kritis r tabel 0,197. Sedangkan koefisien reliabilitas split half memiliki nilai sebesar 0,906 dan berada diatas titik kritis 0,700, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh kuisioner loyalitas pelanggan valid dan reliabel.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrumen. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method* (*Spearman–Brown Correlation*) Tehnik Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi

menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap–ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

a. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II
b. Skor untuk masing–masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II
c. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II
d. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\Gamma 1 = \frac{2\Gamma_b}{1+\Gamma_b}$$

Keterangan :

Γ1 = reliabilitas internal seluruh item

Γ*b* = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Keputuasan pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan taraf signifikan 5 % satu sisi adalah :

1. Jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5 % maka instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan
2. Jika t_{hitung} kurang dari $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat digunakan.

Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS.

Sekumpulan butir pertanyaan dalam kuesioner dapat diterima jika memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,7.

Untuk menghitungnya, penulis menggunakan bantuan sofware *SPSS 18.00* for windows, setelah uji validitas dan reliabilitas dilakukan, dan diperoleh hasil dta yang bersifat valid dan reliabel, maka analisis lebuh lanjut dapat dilakukan untuk memperoleh kesimpulan akhir dengan resiko kesalahan kecil dan dapat dipertanggungjawabkan.

Apabila koefisien reliabilitas lebih dari 0,70 maka secara keseluruhan peryataan dinyatakan andal (reliabel). Berdasarkan hasil pengolahan mengunakan metode *alpha-cronbach* diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Store Atmosphere (X_1)	0,922	0,700	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,927	0,700	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,906	0,700	Reliabel

Dari hasil pengujian reliabilitas diperoleh nilai koefisien reliabilitas masing-masing sebesar 0,922, 0,927 dan 0,906. Dimana koefisien reliabilitasnya yang diperoleh oleh ketiga variabel tersebut berada diatas titik kritis yaitu 0,700 sehingga dinyatakan reliable.

3.2.4.3 Uji MSI (data ordinal ke interval)

Teknik analisis *Structural Equation Model* (SEM) memerlukan syarat bahwa data mempunyai tingkat pengukuran sekurang-kurangnya interval. Oleh karena itu data yang memiliki tingkat pengukuran ordinal harus ditransformasikan menjadi interval. Untuk mengubah tingkat pengukuran dari ordinal menjadi interval dilakukan melalui *Methode Succesive Interval* (MSI) dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Berdasarkan jawaban responden, untuk setiap pernyataan, hitung frekuensi setiap jawaban.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, hitung proporsi setiap jawaban.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Untuk setiap pernyataan, tentukan nilai batas untuk Z pada setiap pilihan jawaban.
5. Hitung nilai numeric penskalaan (scala value) untuk setiap pilihan jawaban melalui rumus sebagai berikut ini

   $$\textit{Means of interval} = \frac{Density\ at\ Lower\ Limit - Density\ at\ Upper\ Limit}{Area\ at\ Below\ Upper\ Limit - Area\ at\ Below\ Lower\ Limit}$$

6. Hitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban dengan persamaan berikut

   $$Score = Scale\ Value + Scale\ Value\ Minimum + 1$$

3.2.5 Rancangan Analisis dan Perancangan Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

3.2.5.1.1 Analisis

1. Deskriftif/Kualitatif

Analisis Deskriptif/ kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

$$\% \text{ Skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \text{ X } 100\%$$

Keterangan:

a. Skor actual adalah jawaban seluruh respon denatas kuesioner yang telah diajukan.

b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.7 sebagai beriku:

Tabel 3.7

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 - 36.00	Tidak Baik
2	36.01 - 52.00	Kurang Baik
3	52.01 - 68.00	Cukup
4	68.01 - 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2007:84

Berdasarkan pengkategorian tersebut, maka penulis dapat membuat kategori masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 3.8
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal
Pengkategorian *Store Atmosphere*

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 - 36.00	Tidak Menarik
2	36.01 - 52.00	Kurang Menarik
3	52.01 - 68.00	Cukup Menarik
4	68.01 - 84.00	Menarik
5	84.01 – 100	Sangat Menarik

Tabel 3.9
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal
Pengkategorian Kualitas Pelayanan

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 -36.00	Tidak Baik
2	36.01 -52.00	Kurang Baik
3	52.01 -68.00	Cukup Baik
4	68.01 -84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Tabel 3.10
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal
Pengkategorian Loyalitas Pelanggan

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 - 36.00	Tidak Loyal
2	36.01 - 52.00	Kurang Loyal
3	52.01 - 68.00	Cukup Loyal
4	68.01 - 84.00	Loyal
5	84.01 – 100	Sangat Loyal

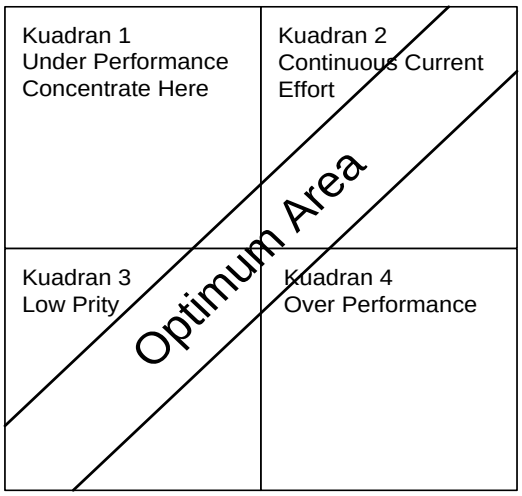
2. IPA (*Importance Performance Analysis*)

Sebelum peneliti mengukur loyalitas pelanggan, terlebih dahulu peneliti akan mengukur kepuasan responden terhadap berbagai faktor yang berkaitan dengan jasa pelayanan resto menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor – factor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor – factor pelayanan yang menurut pelanggan perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

IPA menggabungkan pengukuran factor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan

mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik IPA sangat mudah, dimana grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *importance – performance* sebagaimana terlihat pada gambar dibawah ini :

***Importance Performance Analysis* (IPA)**



Sumber :Zeithaml, Bitner (126:2000)

Gambar 3.1
Pembagian Kuadran IPA

Berikut penjelasan untuk masing – masing kuadran :

Kuadran I *Under Performance / Concentrate Here* adalah kuadran dimana tingkat kepentingan pelanggan sangat tinggi namun kinerja perusahaan rendah. Sehingga pelanggan menemukan ketidakpuasan. Pada kuadran ini harus merupakan prioritas utama untuk diperbaiki.

Kuadran II *Continue Current Efforts*, berarti pada kuadran ini tingkat kepentingan pelanggan tinggi telah bertemu dengan kinerja perusahaan yang juga tinggi, dengan kata lain pelanggan akan merasa puas dan pada kuadran ini pelanggan benar-benar loyal pada perusahaan dan akan melakukan *word of mouth* yang positif. Oleh sebab itu kualitas pelayanan yang telah berada di kuadran ini

perlu dipertahankan prestasinya dan semua usaha – usaha yang selama ini telah dilakukan harus dikembangkan.

Kuadran III *Low Priority* adalah kuadran dimana tingkat kepentingan pelanggan rendah dan kinerja perusahaan juga rendah sehingga jika hendak diperbaiki bukan merupakan prioritas utama.

Kuadran IV *Over Performance*, kuadran dimana tingkat kepentingan pelanggan tidak terlalu tinggi namun kinerja perusahaan sangatlah baik, sehingga hal ini merupakan pemborosan bagi perusahaan / terjadi inefisiensi.

Optimum Area merupakan daerah dimana tingkat kepentingan pelanggan telah dapat terpenuhi oleh kinerja perusahaan (kualitas pelayananyang baik), namun bila masih berada pada kuadran *low priority*, belum tentu para pelanggan tersebut telah melakukan *word of mouth* yang positif.

3. Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval"* **(Hays, 1969:39)**. Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan., dalam hal ini adalah konsumen Sobbers Bandung digunakan analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana :

Y = variabel dependen

X1, X2 = variabel independen

A = konstanta

β 1, β 2 = koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah *Store Atmosphere* (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2), sedangkan variabel dependen adalah Loyalitas Pelanggan(Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya:

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta\ 2X2 + e$$

Dimana:

Y = Loyalitas Pelanggan

α = Konstanta dari persamaan regresi

β1 = Koefisien regresi dari variable X1, *Store Atmosphere*

β2= Koefisien regresi dari variable X2, Kualitas Pelayanan

X1= *Store Atmosphere*

X2= Kualitas Pelayanan

2. Analisis Korelasi

Menurut **Sujana (1989:152)**, pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\} - \{n(\sum yi^2) - (\sum yi)^2\}}}$$

Dimana: $-1 \leq r \leq +1$

r = koefisien korelasi

x = *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan

y = Loyalitas Pelanggan

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.12 dibawah ini:

Tabel 3.11
Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: Syahri Alhusin, 2003 : 157

3. Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variable terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$.

$$Kd = r^2 \, x100\%$$

Dimana:

d : Koefisien determinasi

r : Koefisien Korelasi

100% = Pengali yang menyatakandalam persentase

1) Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X1 dan Variabel X2 terhadap Y (Pengaruh Store Atmosphere dan KualitasPelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan) secara parsial.

Rumus Koefisien determinasinya yang dikemukakan oleh **Gujarati (2003:172)** adalah sebagai berikut:

$$KD = \beta x \text{ zero order x } 100\%$$

Sumber: Gujarati (2003:172)

Keterangan:

β = Beta (nilai *standardized coefficients)*

Zero order = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

Kd = 0, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, lemah.

Kd = 1, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, kuat.

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Resort Sobbers Bandung.. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variable bebas terhadap variable terikat hipotesis sebagai berikut :

a. **Rumus uji t yang digunakan adalah**

$$t\ hitung(x_{1,2}) = \frac{b_{1,2}}{se(b_{1,2})}$$

t_{hitung} diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis

$H_{0.}$ $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen pada konsumenSobbers Bandung.

H_{11}. $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen pada konsumen Sobbers Bandung.

Ho. $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Sobbers Bandung.

H_{12}. $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Sobbers Bandung.

c. Kriteria pengujian

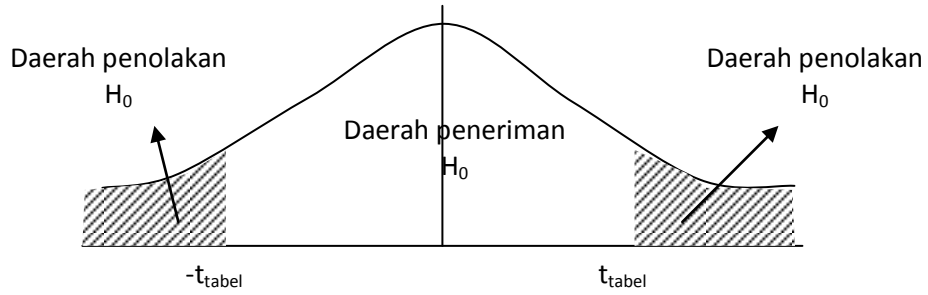
H_0 ditolak apabila t_{hitung}< dari t_{tabel} ($\alpha = 0{,}05$)

Kriteria Penarikan Pengujian:

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1 :



Gambar 3.2

Daerah penerimaan dan penolakan Ho

Sumber: Sugiyono (2009:185)