

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif yang mengarah pada pandangan filsafat positivisme. Filsafat positivisme berpandangan bahwa fenomena dalam penelitian dapat diklarifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Pada penelitian ini mencoba mencari hubungan–hubungan atau sebab akibat dari variabel-variabelnya, maka rancangan riset ini di sebut dengan rancangan riset kausal (Paramita & Rizal, 2018:5). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan sebab akibat (kausal).

Untuk menganalisis variabel *independen* yang terdiri dari variabel *cafe atmosphere* dan kesesuaian rasa produk terhadap variabel *dependen* yaitu loyalitas konsumen, maka penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dimana terdapat persamaan menggunakan alat untuk mengetahui pengaruh pada satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen (Siregar, 2015:301), dengan menggunakan teknik tersebut maka dapat di uji hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh antara variabel independen yakni variabel independen (X) yaitu *cafe atmosphere* (X1) dan kesesuaian rasa produk (X2) terhadap variabel dependen (Y) yaitu loyalitas konsumen.

3.2. Objek Penelitian

Adapun sebagai objek penelitian ini adalah variabel independen berupa *cafe atmosphere* dan kesesuaian rasa produk terhadap variabel dependen berupa loyalitas konsumen di GA Cafe Lumajang.

Pada penelitian ini lokasi yang dipilih adalah konsumen pada GA Café lumajang. Adapun pertimbangan-pertimbangan yang melandasi peneliti memilih lokasi di GA Cafe Lumajang:

- a. Lokasi obyek penelitian yang berada tidak jauh dari pusat kota Lumajang memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.
- b. Kemudahan dalam mengambil data-data tentang GA Cafe Lumajang guna menunjang validitas dari penelitian.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan jenis data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

a. Data Primer

Kata primer merupakan data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original (Paramita & Rizal, 2018:72).

Data primer dalam penelitian ini yaitu data asli yang diperoleh secara langsung dari konsumen GA Cafe Lumajang. Data ini merupakan hasil dari kuisioner yang berkaitan dengan *café atmosphere* dan kesesuaian rasa produk pada *cafe* tersebut.

b. Data sekunder

Kata sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Paramita & Rizal, 2018:72).

Data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur, media internet, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian tentang loyalitas konsumen yang dinilai melalui *cafe atmosphere* dan kesesuaian rasa produk.

3.3.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan yang dalam penelitian ini berupa data internal dan data eksternal :

a. Data Internal

Data internal merupakan data yang berasal dari dalam organisasi atau perusahaan tersebut (Paramita & Rizal, 2018:72).

Data internal dalam penelitian ini berupa profil perusahaan yang diperoleh dari GA Cafe Lumajang.

b. Data Eksternal

Data eksternal ialah data yang berasal dari luar organisasi atau perusahaan (Paramita & Rizal, 2018:72).

Sumber data eksternal dalam penelitian ini diperoleh dari konsumen GA Cafe Lumajang.

3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Paramita & Rizal, 2018:59).

Dalam penelitian ini populasinya adalah semua konsumen yang mengunjungi GA Cafe Lumajang dengan perkiraan pemilik *cafe* sebesar 1500 konsumen selama satu bulan terhitung di bulan Desember 2019.

3.4.2. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Paramita & Rizal, 2018:60). Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan teknik Slovin. Rumusnya sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan (Siregar, 2015:34).

Dimana dalam penelitian in, pengambilan sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{1500}{1 + 1500(0,1)^2}$$

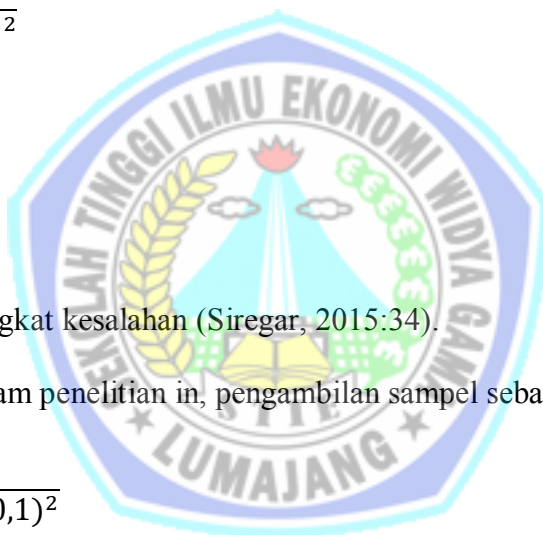
$$n = \frac{1500}{1 + 15}$$

$$n = \frac{1500}{16}$$

$$n = 94$$

Sehingga sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 94 responden.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau



kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Paramita & Rizal, 2018:64).

Jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, di mana peneliti memilih sampel secara subyektif. Pemilihan sampel dilakukan karena peneliti memahami bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari sasaran tertentu yang memenuhi kriteria yang ditentukan peneliti sesuai tujuan penelitian (Paramita & Rizal, 2018:64).

Dengan teknik sampling tersebut, maka dalam penelitian ini ditetapkan 94 responden sebagai sampel dengan kriteria tertentu. Adapun kriteria responden sebagai berikut :

- a. Konsumen yang pernah melakukan pembelian di GA Cafe Lumajang lebih dari satu kali.
- b. Konsumen yang memiliki rentang usia antara 17-45 tahun.

3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian didefinisikan sebagai objek penelitian atau segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan sebuah kesimpulan (Paramita & Rizal, 2018:36). Adapun variabel dalam penelitian ini, sebagai berikut :

a. Variabel Independen

Variabel independen ialah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik positif atau pengaruh negatif. Variabel independen akan menjelaskan bagaimana masalah dalam penelitian dipecahkan (Paramita & Rizal, 2018:37).

Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen (X) berupa *café atmosphere* dan kesesuaian rasa produk.

b. Variabel dependen

Variabel dependen disebut juga variabel terikat, endogen atau kosekuen. Variable ini adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti atau menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian (Paramita & Rizal, 2018:37). Dalam penelitian ini menggunakan variabel dependen (Y) yaitu loyalitas konsumen.

3.5.2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan sebuah petunjuk yang dapat memberikan penjelasan kepada peneliti tentang bagaimana cara mengukur variabel secara konkret. Dengan cara tersebut memudahkan peneliti untuk menentukan metode apa yang akan digunakan untuk mengukur variabel serta menentukan indikator yang lebih konkret agar lebih mudah di ukur dan di uji secara empiris (Sudaryono, 2017:160).

a. *Cafe atmosphere*

Cafe atmosphere adalah sebuah lingkungan yang ditata menarik dengan dukungan cahaya, warna, musik, wewangian, dan sebagainya untuk menimbulkan respon emosi tertentu sebagai pendorong untuk melakukan pembelian (A. K. Purnomo, 2017).

Adapun beberapa indikator *cafe atmosphere* menurut Banat dan Wandebori (2012) dalam (A. K. Purnomo, 2017) yaitu:

- 1) *Cleanliness* (kebersihan), kebersihan dari sebuah *cafe* dapat menciptakan kesan positif bagi konsumen.

- 2) *Music*, diartikan sebagai suara yang menyenangkan yang menyentuh alam sadar maupun alam bawah sadar dari konsumen.
- 3) *Temperature* (suhu ruangan), meliputi suhu ruangan pada *cafe* yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen.
- 4) *Lightning* (pencahayaan), digunakan untuk menerangi produk yang dijual.
- 5) *Color* (warna), pemilihan warna yang tepat bagi outlet yang dapat menarik perhatian.
- 6) *Layout* (tata ruang), tata ruang diartikan sebagai area penjualan yang mempengaruhi gerak konsumen.

Berdasarkan indikator tentang *cafe atmosphere* diatas maka disusun pernyataan yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut :

- 1) GA Cafe bersih.
- 2) Musik enak didengar atau pertunjukan musik menarik.
- 3) Suhu udara *cafe* sejuk.
- 4) Pencahayaan ruangan *cafe* menarik.
- 5) Pemilihan warna dekorasi pada *cafe* menarik.
- 6) Penataan meja dan kursi menarik.

b. Kesesuaian Rasa Produk

Kesesuaian rasa produk atau rasamerupakan suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu (Drummond KE & Brefere LM (2010) dalam Imantoro, Suharyono, & Sunnarti, 2018).

Berdasarkan pandangan Drummond KE & Brefere dalam Njoto (2016), indikator cita rasa sebagai berikut:

- 1) Aroma adalah reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut.
- 2) Rasa, titik perasa dari lidah seperti manis, asam, asin, pahit.
- 3) Tekstur, tekstur makanan yang menarik bisa diperoleh lewat cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi.

Berdasarkan indikator tentang kesesuaian rasa produk diatas maka disusun pernyataan yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut :

- 1) Aroma makanan atau minuman khas.
- 2) Rasa sesuai selera.
- 3) Bentuk makanan menarik.

c. **Loyalitas Konsumen**

Loyalitas konsumen merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Tjiptono & Diana, 2015:211).

Menurut Japarianto (2007) dalam Harianto (2015) indikator dari loyalitas yang kuat sebagai berikut:

- 1) *Say positive thing*, berupa penyampaian kepada orang lain dalam bentuk kata-kata secara positif tentang suatu penyedia jasa.

- 2) *Recommend friends*, proses yang berujung pada mengajak pihak lain untuk ikut menikmati penyedia jasa tersebut akibat dari pengalaman positif yang dirasakan.
- 3) *Continue purchasing*, sikap untuk membeli ulang terus-menerus oleh konsumen tersebut pada penyedia jasa tertentu sehingga menimbulkan perulangan yang dapat dilandasi dari kesetiaan.

Berdasarkan indikator tentang kesesuaian rasa produk diatas maka disusun pernyataan yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut :

- 1) Saya menyampaikan hal yang baik tentang GA Cafe Lumajang.
- 2) Saya merekomendasikan atau mengajak teman ke GA Cafe Lumajang.
- 3) Saya melakukan pembelian di GA Cafe Lumajang berulang kali.

3.6. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat pengukur data yang digunakan untuk mengukur fenomena yang sedang diamati atau yang disebut dengan skala. Skala pengukuran ialah alat pengukur data yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Skala ordinal ialah skala yang menunjukkan data sesuai dengan urutan tertentu (Paramita & Rizal, 2018:67).

Tabel 3.1 Variabel, Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	<i>Cafe Atmosphere</i>	1.1. <i>Cleanliness</i>	GA Cafe bersih.	Ordinal	Purnomo (2017)
		1.2. <i>Music</i>	Musik enak didengar atau pertunjukan musik menarik		
		1.3. <i>Temperature</i>	Suhu udara <i>cafe</i> sejuk.		
		1.4. <i>Lightning</i>	Pencahayaan ruangan <i>cafe</i> menarik		
		1.5. <i>Color</i>	Pemilihan warna dekorasi pada <i>cafe</i> menarik.		
		1.6. <i>Layout</i>	Penataan meja dan kursi menarik.		
2.	Kesesuaian Rasa Produk	2.1. Aroma	Aroma makan atau minuman khas.	Ordinal	Njoto (2016)
		2.2. Rasa	Rasa sesuai selera.		
		2.3. Tekstur	Tekstur makanan menarik.		
3.	Loyalitas Konsumen	3.1. <i>Say positive thing</i>	Saya menyampaikan hal yang baik tentang GA Cafe Lumajang.	Ordinal	Harianto (2015)
		3.2. <i>Recommend friend</i>	Saya merekomendasikan atau mengajak teman ke GA Cafe Lumajang.		
		3.3. <i>Continue purchasing</i>	Saya melakukan pembelian di GA Cafe Lumajang berulang kali.		

3.7. Metode Pengumpulan Data

3.7.1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain dan tidak terbatas pada orang tetapi juga pada objek-objek alam yang lain (Sugiyono, 2017:229).

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini berupa pengamatan langsung terhadap responden yaitu konsumen pada GA Cafe Lumajang.

3.7.2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan cara pengumpulan data yang paling efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diwawancarai dan mengerti apa yang diharapkan dari responden (Sugiyono, 2017:225).

Teknik skala yang digunakan dalam penelitian ini berupa teknik skala *likert*. Skala *likert* dapat digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat, dan bahkan juga dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2017:158).

Pengukuran data untuk variabel *café atmosphere* dan kesesuaian rasa produk terhadap loyalitas konsumen dilakukan dengan pemberian skor pada setiap pertanyaan dari kuesioner. Pemberian skor ini berdasarkan skala *likert*. Sugiyono (Sugiyono, 2017:159) berpendapat bahwa cara memberi skor pada skala *likert* sebagai berikut:

- | | |
|---|---|
| 1) Sangat setuju/sangat positif diberi skor | 5 |
| 2) Setuju/sering/positif diberi skor | 4 |
| 3) Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor | 3 |

- | | |
|---|---|
| 4) Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |
| 5) Sangat tidak setuju/tidak pernah/diberi skor | 1 |

3.7.3. Wawancara

Wawancara didefinisikan sebagai bentuk kegiatan berupa tanya jawab untuk mendapat informasi atau data. wawancara digunakan dalam penelitian di lapangan sebab mempunyai banyak kelebihan yakni peneliti banyak mendapat informasi yang dibutuhkan secara cepat (Widodo, 2017:74). Wawancara dilakukan kepada pemilik GA Cafe Lumajang.

3.7.4. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti. Teknik ini digunakan untuk memperoleh dasar-dasar dan pendapat secara tertulis yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian (Sugiyono, 2015:94).

Studi pustaka dalam penelitian ini menggunakan buku-buku dan literatur-literatur yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

3.8. Teknik Analisis Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat kausal. Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang sudah dirumuskan dalam proposal peneliti (Sugiyono, 2017:480).

Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh terhadap kuesioner maka, perlu melakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari multikolinieritas (*multicolonearity*) dan heterokedastisitas (*heterokedasticity*).

3.8.1. Uji Instrumen

Sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjanging data respoden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner merupakan data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Pengujian Validitas

Uji validitas yaitu derajat ketepatan antara data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2012:455).

Analisis faktor yang dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antar skor faktor dengan skor total kurang dari 0,3 maka hasil dari instrumen dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2015a:173).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas yaitu konsistensi atau kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan dalam waktu yang berbeda (Yusuf, 2015:242). Pengujian realibilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Aproach* (Nugroho, 2011:33). Indeks kriteria realibilitas dibedakan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval Alpha Combrach	Tingkat Realibilitas
1	0,000 - 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 - 0,40	Agak Reliabel
3	0,401 - 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 - 0,80	Reliabel
5	0,801 - 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011:33)

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi sebagai pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen, dependen atau bahkan keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau sama sekali tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P Plot, Skewness dan Kurtosis atau uji Kolgorov Smirnov (Umar, 2011:181).

Untuk mendeteksi normalitas data pada penelitian ini di uji dengan uji *Kolmogorov Smirnov* dimana terdapat dasar pengambilan keputusan :

- 1) Signifikan $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.
- 2) Signifikan $< 0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal (Purnomo, 2017).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi (Umar, 2011:177). Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan mengacu pada *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 (Kurniawan, 2014:17).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mencari tahu apakah terjadi ketidaksamaan variasi residual suatu pengamatan ke pengamatan lain dalam sebuah model regresi. Untuk kesamaan variasi residual suatu pengamatan ke pengamatan lain maka disebut homoskedastisitas, sedangkan untuk variasi residual yang berbeda disebut heteroskedastisitas (Umar, 2011:179).

Uji heteroskedastisitas ini dapat dilakukan dengan metode *Scatter Plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang digunakan adalah Uji Glejser, Uji Rho Spearman, Uji Park dan Uji White (Kurniawan, 2014:158).

3.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana dimana terdapat persamaan menggunakan alat untuk memprediksi permintaan dimasa mendatang berdasar pada masa lalu untuk mengetahui pengaruh pada satu atau lebih pada variabel bebas (independen) terhadap satu

variabel terikat (dependen). Perbedaan dengan regresi berganda adalah terdapat pada variabel bebas (independen) yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel terikat (dependen) (Siregar, 2015:301).

Rumus Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 = \dots\dots\dots b_nX_n$$

Dimana :

Y = Variabel terikat

X₁ = Variabel bebas pertama

X₂ = Variabel bebas kedua

X₃ = Variabel bebas ketiga

X_n = Variabel bebas seterusnya

a, b₁, b₂ serta b₃ = Konstanta

Sehingga rumus regresi linier berganda dalam penelitian sebagai berikut :

$$LK = a + b_1CA + b_2KRP$$

Dimana :

LK = Loyalitas Konsumen

CA = *Cafe Atmosphere*

KRP = Kesesuaian Rasa Produk

a, b₁, dan b₂ = Konstanta

Dengan analisis regresi linier berganda ini dapat diketahui variabel mana diantara variabel bebas (independen) yakni *cafe atmosphere* dan kesesuaian rasa produk yang memiliki pengaruh pada variabel terikat (dependen) yakni loyalitas konsumen. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk

mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel dependen.

Didalam analisis regresi linier berganda dapat ditentukan variabel yang paling dominan dengan cara uji dominan. Uji dominan merupakan alat uji untuk mengetahui pengaruh yang paling dominan dari variabel independen terhadap variabel dependen yang dilihat dari nilai koefisien regresi (β) yang distandarisasi dengan nilai beta (Gunawan, 2017:90).

3.8.4. Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (*cafe atmosphere* dan kesesuaian rasa produk) terhadap variabel dependen (loyalitas konsumen) pada GA Cafe Lumajang. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t.

Uji t merupakan skala pengujian yang digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen (Widarjono, 2015:22). Adapun langkah-langkah yang digunakan untuk menguji hipotesis antara lain sebagai berikut :

1) Merumuskan hipotesis

Hipotesis

H1: Terdapat pengaruh positif yang signifikan *cafe atmosphere* terhadap loyalitas konsumen di GA Cafe Lumajang.

H2: Terdapat pengaruh positif yang signifikan kesesuaian rasa produk terhadap loyalitas konsumen di GA Cafe Lumajang.

2) Menentukan *level of signifikan* dengan $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian :

Jika $- t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima

Jika $- t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka hipotesis ditolak

4) Menentukan nilai t hitung rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} .

3.8.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Widarjono (2015b:266) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur keseluruhan variabel terikat (Y) yang telah dijelaskan oleh variabel bebas (X). Dalam koefisien determinasi (R^2) nanti akan mendapat nilai untuk mengukur besarnya bantuan oleh beberapa variabel bebas (X) terhadap naik turunnya variabel terikat (Y) yang pada dasarnya dinyatakan dalam presentase (%).

Koefisien determinasi (R^2) yang digunakan adalah *R Square*. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara 0 dan 1. Model yang baik menghasilkan nilai R^2 yang tinggi diatas 80% (Paramita & Rizal, 2018:82).