

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2020) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu dan mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, menganalisis data kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian menurut (Sugiyono, 2021) adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu sesuatu hal objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal. Objek penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen yaitu Lokasi (X1), Fasilitas (X2), *Store Atmosphere* (X3) dan satu variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Maka penelitian ini berfokus pada Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen Ramen Master Cabang Lumajang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder, berikut datanya :

3.3.1 Jenis Data

a. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2020), data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama atau tempat objek yang dilakukan secara langsung oleh peneliti tanpa melalui perantara. Hasil data primer merupakan jawaban responden dengan melakukan pembagian kuesioner atas beberapa pernyataan yang diajukan dalam kuesioner yang telah berkunjung di Ramen Master Cabang Lumajang yang telah ditetapkan sebagai sampel di tempat penelitian.

b. Data Sekunder

Menurut (Ripah & Bisnis, 2024) menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung baik dari buku, berupa laporan atau pustaka. Data sekunder dalam penelitian ini di dapat melalui media internet, laporan - laporan, jurnal artikel yang berkaitan dengan objek yang digunakan peneliti.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data adalah sekumpulan informasi, peneliti menggunakan informasi internal atau data internal. Data internal adalah data yang menggambarkan kondisi umum dan khusus organisasi (Slamet *et al.*, 2020). Data internal dalam penelitian ini di dapat dari para konsumen di Ramen Master Cabang Lumajang.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah secara umum yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari lalu dibuat kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Populasi dalam

penelitian ini yaitu konsumen Ramen Master Lumajang sejumlah 511 konsumen yang diambil dari pengunjung pada bulan Januari - April 2025.

3.4.2 Sampel, dan Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2020), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik sampling insidental. (Sugiyono, 2020) mendefinisikan insidental sampling sebagai teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, sehingga peneliti bisa mengambil sampel pada siapa saja yang ditemui tanpa perencanaan sebelumnya.

Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan rumus slovin. Slovin tersebut digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya yaitu sebanyak 511 konsumen. Menurut (Sugiyono, 2022) untuk tingkat presisi yang ditetapkan dalam penentuan sampel untuk populasi dalam jumlah besar adalah sebesar 0,1 (10%). Rumus Slovin untuk menentukan sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{n}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Tingkat kesalahan dalam memilih sampel

Adapun populasi untuk dimanfaatkan pada penelitian berikut merupakan jumlah pengunjung yang pernah melakukan pembelian di Ramen Master Lumajang selama bulan Januari - April 2025 dengan total 511 konsumen. Oleh karena itu

ditetapkan bahwa 511 konsumen dengan tingkat preposisi 10% merupakan populasi penelitian. Besarnya sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{511}{1 + 511 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{511}{1 + 511 (0,01)^2}$$

$$n = \frac{511}{1 + 5,11}$$

$$n = \frac{511}{6,11}$$

$$n = 83,63$$

Berdasarkan hasil perhitungan ditemukan sampel sebanyak 83,63 atau dibulatkan menjadi 84 reponden.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2020), variabel merupakan suatu jenis apapun yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen). Berikut adalah operasionalisasi variabel pada penelitian ini, yaitu :

a. Variabel Independen (Bebas)

(Sugiyono, 2022) memaparkan, variabel independen ialah sebuah variabel yang dijadikan sebab berubahnya dan adanya variabel terikat. Variabel bebas yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu Lokasi (X1), Fasilitas (X2), dan *Store Atmosphere* (X3).

b. Variabel Dependen (Terikat)

(Sugiyono, 2022) menjelaskan variabel terikat mendapat pengaruh dan dijadikan akibat sebab ada variabel bebas. Variabel terikatnya yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi Konseptual adalah batasan tentang pengertian yang diberikan peneliti terhadap variabel - variabel yang hendak digali datanya (Utami, 2020). definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Lokasi

Lokasi merupakan tempat perusahaan dalam menjalankan kegiatan - kegiatan operasional hingga proses distribusinya. Lokasi menjadi sebuah hal yang penting terutama pada bidang kuliner karena dengan memilih lokasi yang strategis akan memudahkan kegiatan pemasaran dan merupakan pertimbangan bagi konsumen untuk datang atau tidak.

b. Fasilitas

Apabila fasilitas yang tersedia sudah terbilang baik serta memadai maka konsumen akan merasa puas dan datang kembali ke usaha tersebut, sebaliknya apabila fasilitas pada tempat suatu usaha kurang memadai maka konsumen akan merasakan tidak nyaman karena tidak ada dukungan lain supaya betah berada di tempat tersebut. Sehingga dengan kata lain ketersediaan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

c. *Store Atmosphere*

Store Atmosphere mengacu pada bagaimana perusahaan dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu ruang dengan menyesuaikan tata letak, interior, eksterior, tekstur dinding, bentuk, warna, dan suara yang semuanya dihubungkan menjadi satu. Perpaduan beberapa elemen yang menciptakan suasana emosional dalam sebuah toko dapat mempengaruhi perasaan konsumen dan sedikit banyak dorongan mereka untuk berbelanja.

3.5.3 Definisi Operasional

a. Lokasi

Menurut (Nawangsih, 2020) menjelaskan bahwa *place* gabungan antar lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. Lokasi berarti dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Sebuah lokasi merupakan tempat perusahaan dalam menjalankan kegiatan - kegiatan operasional hingga proses distribusinya. Lokasi menjadi sebuah hal yang penting terutama pada bidang kuliner karena dengan memilih lokasi yang strategis akan memudahkan kegiatan pemasaran perusahaan dan merupakan pertimbangan bagi konsumen untuk datang atau tidak.

Indikator Lokasi menurut (Dimas & Soliha, 2022) sebagai berikut :

1. Kemudahan Akses, yang mencakup lokasi strategis dan mudah dijangkau, kondisi jalan menuju lokasi, dan waktu tempuh.
2. Lalu Lintas (*Traffic*), yang mencakup banyaknya orang dapat menjadi peluang besar dan hambatan untuk mencapai lokasi.
3. Visibilitas Lokasi, yang mencakup dapat tidak dilihat dari jalan utama dan terdapat petunjuk lokasi, sarana transportasi yang tersedia mudah diakses.

4. Tempat Parkir Luas dan Aman.

Berdasarkan indikator lokasi maka dapat disusun kuesioner sebagai berikut :

1. Ramen Master Lumajang berlokasi di jalan yang sering dilalui kendaraan dan mudah dijangkau sarana transportasi.
2. Lalu lintas disekitar Ramen Master lancar.
3. Lokasi Ramen Master Lumajang dapat dilihat dari jarak pandang normal dan terlihat jelas dari tepi jalan.
4. Area parkir di Ramen Master Lumajang cukup untuk menampung jumlah kendaraan yang ada.

b. Fasilitas

Fasilitas merupakan barang atau benda yang harus ada ketika suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen, dapat berupa sesuatu yang memudahkan konsumen memperoleh kepuasan. Kualitas suatu fasilitas penting diperhatikan oleh konsumen, penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan di dasari dengan apa yang mereka dapat setelah memakai fasilitas tersebut, dengan adanya fasilitas yang baik maka konsumen akan puas dengan produk dan jasa yang ditawarkan Muryid (2018) dalam (Mahendra & Irawati, 2023).

Indikator fasilitas menurut (Arifin et al., 2023) sebagai berikut:

1. Kelengkapan : keadaan fasilitas dilengkapi oleh atribut yang menyertainya.
2. Kebersihan dan Kerapian Fasilitas : pendukung saat konsumen menggunakan fasilitas.
3. Kondisi dan Fungsi Fasilitas : fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan.

4. Unsur Pendukung Lainnya : seperti wifi, toilet, dan lalin sebagainya.

Berdasarkan indikator Fasilitas maka dapat disusun kuesioner sebagai berikut:

1. Sarana fasilitas seperti Wifi, Kipas, AC, dan *Baby Chair* yang ada di Ramen Master Lumajang memadai.
2. Ruangan yang tersedia di Ramen Master Lumajang bersih, rapi, dan nyaman.
3. Fasilitas yang tersedia sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan konsumen.
4. Prasarana fasilitas seperti *Smoking Area* dan toilet yang ada di Ramen Master Lumajang memadai.

c. *Store Atmosphere*

Menurut (Nawangsih, 2020), *Store Atmosphere* adalah karakteristik fisik sangat penting dalam menciptakan suasana nyaman bagi konsumen yang berada di dalam toko dan secara tidak langsung dapat mempengaruhi gambaran konsumen dan perilaku pembelian. Mencakup suasana yang dilihat maupun yang dirasakan, suasana yang dapat dilihat seperti pencahayaan, tata letak, warna dinding, dan ukuran restoran.

Indikator *Store Atmosphere* menurut Levy dan Weitz (2014) dalam (Sucahoyo *et al.*, 2022) sebagai berikut :

1. Pencahayaan

Pencahayaan yang berasal dari cahaya alami di siang hari atau cahaya dari lampu. Hal ini dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen dan karyawan dalam melakukan kegiatannya di dalam restoran, seperti membaca menu, berfoto, dan kenyamanan karyawan saat menyajikan makanan atau memasak.

2. Latar Belakang Musik

Latar belakang musik yang diputar di dalam restoran yang berasal dari *sound* atau *live music*, untuk melengkapi kenyamanan konsumen sehingga konsumen merasa lebih santai.

3. Suhu

Suhu udara ruangan yang berasal dari suhu alami fasilitas seperti AC dan kipas. Suhu dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen selama di dalam restoran.

4. Aroma Ruangan

Aroma ruangan adalah bau yang ada di dalam restoran, apabila seseorang konsumen merasakan bau yang mengganggu, hal tersebut dapat membuat konsumen merasa tidak nyaman sehingga konsumen ndapatkan pangalaman buruk yang dapat menyebabkan sebuah pertimbangan konsumen dalam menumnuhkan niat pembelian berulang.

5. Tata Ruang

Tata ruang merupakan pengaturan secara fisik ruangan dan perlengkapanyang ada di dalamnya. Bertujuan untuk mencapai kenyamanan konsumen dan karyawan.

6. Warna

Warna dalam restoran yang meliputi dinding, meja, kursi, dan interior lainnya.

7. Kebersihan

Kebersihan tempat merupakan hal yang sangar mempengaruhi konsumen, konsumen akan yakin bahwa tempat ini baik ketika tempat terlihat bersih, dan

sebaliknya jika kondisi kotor maka konsumen akan kecewa dan berpikir dua kali untuk datang lagi ke restoran.

Berdasarkan indikator *store atmosphere* maka dapat disusun kuesioner sebagai berikut :

1. Pencahayaan yang ada di dalam Ramen Master Lumajang cukup baik.
2. Musik yang dimainkan di dalam Ramen Master Lumajang dapat membuat suasana menjadi lebih nyaman.
3. Suhu dalam Ramen Master Lumajang terasa sejuk dan segar.
4. Aroma masakan menciptakan selera makan konsumen.
5. Penataan meja dan kursi pada Ramen Master Lumajang sangat baik sehingga memberikan ruang gerak yang leluasa.
6. Warna dinding yang ada dalam Ramen Master Lumajang bagus dan tidak mengganggu mata.
7. Ramen Master Lumajang selalu menjaga kebersihan lantai, meja, dan peralatan makan yang digunakan.

d. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang miliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan atau keinginan yang dimiliki konsumen. Jika barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan atau keinginan konsumen maka konsumen tersebut puas, dan sebaliknya (Hidayat & Irwanto, 2021).

Indikator kepuasan konsumen menurut (Febriani & Ahmad, 2021) sebagai berikut :

1. Kesesuaian Harapan

Hal ini merupakan adanya kesesuaian antara harapan yang dibutuhkan konsumen dengan hasil dari kinerja produk atau jasa yang konsumen dapatkan.

2. Minat Berkunjung Kembali

Hal ini merupakan tindakan atau perilaku konsumen yang secara sukarela dan senang hati akan berkunjung kembali ke tempat sebelumnya guna melakukan pengulangan pembelian produk ataupun jasa tertentu yang didapatkan sebelumnya atau produk lain yang manfaatnya akan mereka dapatkan.

3. Kesiediaan Merekomendasikan

Hal ini merupakan tindakan konsumen yang secara sukarela atau atas kemauan diri sendiri untuk merekomendasikan produk ataupun jasa kepada konsumen lain seperti teman atau kerabat, serta mereka bersedia memberikan informasi mengenai kelebihan yang mereka dapatkan saat membeli atau berada di tempat tersebut.

Berdasarkan indikator kepuasan konsumen maka dapat disusun kuesioner sebagai berikut :

1. Makanan yang tersedia di Ramen Master Lumajang sesuai dengan selera konsumen.
2. *Store Atmosphere* yang diberikan menarik untuk dikunjungi kembali.
3. Ramen Master Lumajang layak untuk direkomendasikan kepada teman atau kerabat.

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut (Hardani *et al.*, 2020), Instrumen penelitian merupakan alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti agar proses kegiatan, pengumpulan data lebih mudah dan hasilnya lebih baik. Skala ukur dan instrumen penelitian ini disusun dengan menggunakan indikator - indikator variabel, kemudian ditampilkan dalam bentuk perincian sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukur	Sumber
1.	Lokasi (X_1)	1. Akses	Ramen Master Lumajang berlokasi di jalan yang sering dilalui kendaraan dan mudah dijangkau sarana transportasi.	Ordinal	(Dimas & Soliha, 2022)
		2. Lalu Lintas (<i>traffic</i>)	Lalu lintas disekitar Ramen Master lancar.		
		3. Visibilitas	Lokasi Ramen Master Lumajang dapat dilihat dari jarak pandang normal dan terlihat jelas dari tepi jalan.		
		4. Tempat Parkir	Area Parkir di Ramen Master Lumajang cukup untuk menampung jumlah kendaraan yang ada.		
2.	Fasilitas (X_2)	1. Perlengkapan dan Perabot	Sarana seperti Wifi, Kipas, AC, dan <i>Baby Chair</i> yang ada di Ramen Master Lumajang memadai.	Ordinal	(Arifin et al., 2023)
		2. Kebersihan dan Kerapihan Fasilitas	Ruangan yang tersedia di Ramen Master Lumajang bersih, rapi, dan nyaman.		
		3. Kondisi dan Fungsi Fasilitas	Fasilitas yang tersedia sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan konsumen.		
		4. Unsur Pendukung	Prasarana fasilitas seperti <i>Smoking Area</i> dan toilet yang ada di Ramen Master Lumajang memadai.		
3.	<i>Store Atmosphere</i> (X_3)	1. Pencahayaan	Pencahayaan yang ada di dalam Ramen Master Lumajang cukup baik.	Ordinal	Levy dan Weitz (2014)

		2. Latar Belakang Musik	Musik yang dimainkan di dalam Ramen Master Lumajang dapat membuat suasana menjadi lebih nyaman.		dalam (Suchayono et al., 2022)
		3. Suhu	Suhu dalam Ramen Master Lumajang terasa sejuk dan segar.		
		4. Aroma Ruangan	Aroma masakan menciptakan selera makan konsumen.		
		5. Tata Ruang	Penataan meja dan kursi pada Ramen Master Lumajang sangat baik sehingga memberikan ruang gerak yang leluasa.		
		6. Waktu	Warna dinding yang ada dalam Ramen Master Lumajang bagus dan tidak mengganggu mata.		
		7. Kebersihan	Ramen Master Lumajang selalu menjaga kebersihan lantai, meja, dan peralatan makan yang digunakan.		
4.	Kepuasan Konsumen	1. Kesesuaian Harapan	Makanan yang tersedia di Ramen Master Lumajang sesuai dengan selera konsumen.	Ordinal	(Febriani & Ahmad, 2021)
		2. Minat Berkunjung Kembali	Store Atmosphere yang diberikan menarik untuk dikunjungi kembali.		
		3. Kesiediaan Merekomendasi	Ramen Master Lumajang layak untuk direkomendasikan kepada teman atau kerabat.		

Sumber : Variabel, Indikator, Instrumen, Skala Penelitian.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Saat melakukan penelitian, informasi yang dikumpulkan harus relevan dengan subjek yang diteliti, waktu dan sumber daya yang tersedia. Adapun yang menjadi objek adalah konsumen yang pernah mengunjungi Ramen Master Lumajang. Adapun metode yang digunakan dalam pengumpulan data ini yaitu :

3.7.1 Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2020), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur atau tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan sejumlah pertanyaan kepada 151 konsumen yang telah berkunjung di Ramen Master Lumajang. Metode skala yang dipilih dalam penelitian ini yaitu skala likert.

Menurut (Sugiyono, 2020) skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Berikut skala likert dari penelitian ini :

Tabel 3. 2 Penilaian Skala Likert

a. Setuju/selalu/sangat positif diberi skor	5	SS
b. Setuju/sering/positif diberi skor	4	S
c. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor	3	N
d. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor	2	TS
e. Sangat tidak setuju/tidak pernah/ sangat negatif diberi skor	1	STS

Sumber : Penelitian Skala Likert.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan hubungan asosiatif kausal yang digunakan untuk menentukan variabel bebas dalam menahan variabel terikat.

Analisis dan uji pengaruh kemudian dilakukan dengan asumsi dasar regresi linier berganda dari kontribusi data normal dan tidak ada multikolinieritas atau heteroskedastitas (Roring, 2023). Tahapan dalam analisis ini sebagai berikut :

3.8.1 Pengujian Instrumen

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data responden harus diuji validitas dan reliabilitasnya. Persyaratan utama adalah data harus valid dan dapat diandalkan agar pengujian hipotesis tahap berikutnya dapat dilakukan.

a. Pengujian Validitas

Menurut (Sugiyono, 2022) Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Uji Validitas pada penelitian ini, dilakukan pengolahan data melalui program SPSS (*Statistical Product And Service Solution*). Untuk mengukur validitas digunakan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r : Koefisien Korelasi

n : Jumlah Responden

X : Jumlah Skor Responden Variabel (X)

Y : Jumlah Skor Responden Variabel (Y)

Dalam analisis faktor, jumlah skor masing - masing faktor dibandingkan dengan skor total. Jika korelasi antara masing - masing faktor positif dan memiliki besaran dari 0,3, maka faktor tersebut dianggap sebagai *consturct* yang kuat. Jika ada korelasi antara skor butir dan skor toal kurang dari 0,3, maka butir tersebut tidak valid dalam penelitian ini. (Sugiyono, 2022) menyatakan bahwa instrumen yang valid berarti alat yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) ini valid, yang berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

b. Pengujian Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2020) menyatakan bahwa Uji reliabilitas merupakan instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukr objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan terhadap pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid. Untuk mengetahui reriabel atau tidaknya suatu pernyataan dalam kuesioner penelitian ini, maka reliabilitas dinyatakan atau dianalisis dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* > reriabel. Uji reliabilitas dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	<i>Inteval Alpha Combrack</i>	Tingkat Reliabilitas
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 (2022:33)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut (Sugiyono, 2020) pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa hasil penelitian sah atau valid dan data teoritis yang digunakan tidak bias dan stabil, dan penaksiran koefisien regresinya efisien. Uji asumsi klasik merupakan sebuah pengujian yang mengukur suatu indikasi ada atau tidaknya penyimpangan data yang diteliti melalui hasil distribusi, korelasi, dan varian indikator - indikator dari variabel. Uji yang ada dalam uji asumsi klasik meliputi uji normalitas data, uji multikolinieritas data, dan uji heteroskedastisitas data.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data dilakukan untuk menguji regresi variabel independen dan variabel dependen apakah keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Yoel Octobe Purba, 2021). Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan nilai signifikan 0,05. Dalam penelitian ini metode yang dapat digunakan adalah metode grafik, yakni dengan mengamati tersebarnya data pada sumber diagonal grafik pada uji *Kolmogorov-Smirnov*. Disini data dikatakan normal apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ($P > 0,05$) dan apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ($P < 0,05$) maka data dikatakan tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah pengujian yang dilakukan untuk menguji model regresi apakah terdapat korelasi yang tinggi diantaranya variabel bebas. Jika terdapat suatu korelasi, maka terdapat masalah multikolinieritas. Suatu model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terdapat kemiripan antara variabel - variabel

bebas dalam model tersebut. Menurut (Gunawan, 2020), model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolinieritas data dapat diuji dengan memeriksa nilai *tolerance* dan *variance factor* (VIF). Nilai toleran dapat mengukur variabelitas data pada variabel independen pada sebuah model regresi penelitian yang dipilih dan tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Apabila nilai $VIF < 10$ dan nilai Toleran $> 0,1$, maka menunjukkan tidak terdapat multikolinieritas. Jika nilai $VIF > 10$ dan nilai Toleran $< 0,1$, maka menunjukkan terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Gunawan, 2020), dalam model regresi dilakukan uji heteroskedastisitas untuk menguji model regresi apakah terdapat ketidaksamaan varian residual yang terjadi dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari pengamatan yang ke pengamatan kontinu lainnya tetap maka terjadi homokedastisitas. Namun, jika varian berbeda dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain maka dikatakan heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas sendiri dapat dilihat pada scatter plot. Jika titik - titik pada grafik terdistribusi secara acak dan ditempatkan dengan baik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu, maka kita dapat menyimpulkan bahwa tidak ada masalah varian dan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah hubungan linier antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat. Menurut (Sugiyono, 2020), analisis regresi linier berganda digunakan ketika seorang peneliti ingin memprediksi bagaimana keadaan

suatu variabel terikat ketika dua atau lebih variabel bebas dimanipulasi sebagai prediktor (kenaikan atau penurunan nilai). Menurut (Mulyono, 2022) model regresi linier berganda yaitu seperti berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

Y : Variabel Dependen

α : Nilai Konstanta

β_1 : Koefisien Regresi Variabel Independen

β_2 : Koefisien Regresi Variabel Independen

β_3 : Koefisien Regresi Variabel Independen

X_1 : Variabel Independen 1

X_2 : Variabel Independen 2

X_3 : Variabel Independen 3

ϵ : Error

Persamaan analisis regresi linier berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

$$KP = \alpha + \beta_1 L_1 + \beta_2 F_2 + \beta_3 SA_3 + \epsilon$$

Keterangan :

KP : Kepuasan Konsumen

α : Nilai Konstanta

β_1 : Koefisien Regresi Lokasi

β_2 : Koefisien Regresi Fasilitas

β_3 : Koefisien Regresi *Store Atmosphere*

L: Lokasi

F : Fasilitas

SA : *Store Atmosphere*

ϵ : Error

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian yang dilakukan untuk pertanyaan yang menyajikan dugaan hubungan antara variabel atau lebih. Terhadap dua kemungkinan dalam hasil pengujian hipotesis, yaitu menerima atau menolak hipotesis. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji-t untuk mengetahui secara individual pengaruh variabel independen (Lokasi, Fasilitas, dan *Store Atmosphere*) dan variabel dependen (Kepuasan Konsumen) selain itu juga menggunakan uji-F atau kelayakan model.

a. Uji-t (Uji Parsial)

Uji statistik t digunakan pada dasarnya untuk mengukur adanya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen dengan beranggapan variabel independen lainnya adalah konstan (Sastrawan, 2023). Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing - masing variabel independen. Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh parsial masing - masing variabel bebas terhadap variabel dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Menentukan Hipotesis

a) Lokasi

H_1 : Terdapat pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen.

b) Fasilitas

H_2 : Terdapat pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen.

c) *Store Atmoshpere*

H_3 : Terdapat pengaruh *Store Atmoshpere* terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Menentukan *Level Of Significant* yang digunakan 5% (0,05)

Apabila nilai signifikan $>5\%$ maka terdapat pengaruh signifikan, dan sebaliknya apabila nilai signifikan $<5\%$ maka tidak terdapat pengaruh signifikan.

3. Menentukan Kriteria Pengujian

a) H_a diterima apabila $t_{hitung} \leq - t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq - t_{tabel}$.

b) H_a ditolak apabila $t_{hitung} > - t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$.

4. Menentukan t_{hitung}

Menggunakan rumus $df = N - 2$ sebagai perhitungannya.

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

a) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh positif.

b) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh.

3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Sastrawan, 2023) koefisien determinansi (R^2) adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara 0-1, tidak terdapat pengaruh pada variabel terikat jika nilai R^2 mendekati 0, namun terdapat pengaruh pada variabel terikat jika nilai R^2 mendekati 1. Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel bebas yaitu Lokasi, Fasilitas, dan *Store Atmosphere* terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen Ramen Master Cabang Lumajang.