

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian

Obyek pada penelitian ini adalah orang yang sudah pernah berkunjung makan pada ketiga restoran di Semarang yakni :

- Restoran Bowery beralamat di Jalan Ahmad Yani No. 140, Kelurahan Karangkidul, Kecamatan Semarang Tengah, Kota Semarang.
- Restoran The Tavern beralamat di Jalan Rinjani No. 1, Kelurahan Bendungan, Kecamatan Gajah Mungkur, Kota Semarang.
- Restoran A to Z beralamat di jalan Sumbing No 10, Kelurahan Bendungan, Kecamatan Gajah Mungkur, Kota Semarang.

Pemilihan ketiga restoran tersebut berdasarkan pertimbangan dari *website* Tripadvisor sampai dengan Desember 2019 terdapat tiga restoran steak di Semarang yang memiliki ulasan baik tertinggi yakni Restoran The Tavern (147 ulasan), Restoran Bowery (57 ulasan), Restoran A to Z (52 ulasan). Untuk ulasan mengenai restoran steak di Semarang berdasarkan ulasan google menunjukkan bahwa Restoran The Tavern dengan nilai 4,7 bintang dari 5 bintang , Restoran Bowery dengan nilai 4,6 bintang dari 5 bintang, Restoran A to Z dengan nilai 4,6 bintang dari 5 bintang.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik yang ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Restoran The Tavern,

Restoran Bowery, dan Restoran A to Z selama bulan Juni 2020 sampai dengan Januari 2021.

3.2.2. Sampel dan Teknik Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2016). Sampel dalam penelitian ini adalah orang yang pernah berkunjung ke salah satu dari, Restoran Tavern, Restoran Bowery, dan Restoran A to Z. Jumlah sampel minimal yang memadai dalam penelitian menggunakan analisis jalur menurut Sarwono (2011) minimal berjumlah 100 orang dengan tingkat kesalahan 10% agar hasil yang diperoleh signifikan dan akurat. Maka untuk jumlah sampel dalam penelitian ini total berjumlah 105 responden yang dibagi secara proporsional sejumlah 35 responden untuk masing – masing pengunjung Restoran The Tavern, Restoran Bowery, dan Restoran A to Z.

Penelitian ini menggunakan teknik non probabilitas dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah dengan cara pengambilan sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu (Joegiyanto, 2010). Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah orang yang pernah berkunjung di antara salah satu dari ketiga restoran yakni Restoran The Tavern, Restoran Bowery, dan Restoran A to Z.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berupa angka. Sumber data diperoleh melalui pengisian kuesioner yang dibagikan secara online melalui *google form* untuk menggambarkan tanggapan responden mengenai pengaruh *servicescape* restoran dan

kualitas layanan melalui kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada Restoran The Tavern, Restoran Bowery, dan Restoran A to Z.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2010) Kuesioner dapat didefinisikan sebagai metode pengumpulan data dengan membagikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk memberikan jawaban. Alat atau instrumen pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden yang pernah berkunjung salah satu dari ketiga restoran yakni Restoran The Tavern, Restoran Bowery, dan Restoran A to Z.

Dalam penelitian ini terdapat 2 jenis pertanyaan yang diajukan dalam angket kuesioner, yaitu :

- a. Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan berbentuk uraian agar responden menuliskan jawaban untuk memperoleh informasi, saran, dan masukan dari responden terkait dengan masing – masing dalam variabel penelitian. Pertanyaan terbuka dalam penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan pendapat responden mengenai *servicescape* restoran, kualitas layanan, kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pelanggan di Restoran The Tavern, Restoran Bowery, dan Restoran A to Z. Tujuan dalam penggunaan pertanyaan terbuka untuk mendukung data dari jawaban pertanyaan tertutup mengenai persepsi responden pada variabel – variabel yang ada. Jawaban dari responden pada masing – masing variabel penelitian digolongkan pada masing – masing dimensi atau indikator yang ada untuk menggambarkan persepsi responden. Pada masing – masing jawaban

pertanyaan terbuka kemudian digolongkan pada masing – masing dimensi pada tiap variabel, dengan tujuan dapat memudahkan mengetahui preferensi konsumen.

- b. Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan dalam angket kuesioner berupa beberapa pertanyaan tertutup pertanyaan berbentuk *multiple choice* dengan menggunakan skala likert sehingga memudahkan responden untuk menjawab secara singkat. Kuesioner dibuat dengan menggunakan skala likert yang terdiri dari lima kategori tingkatan dengan nilai sebagai berikut : STS (sangat Tidak Setuju dengan nilai 1), TS (Tidak Setuju dengan nilai 2), N (Netral dengan nilai 3), S (Setuju dengan nilai 4), dan SS (Sangat Setuju dengan nilai 5).

Pengumpulan kuesioner dibagikan kepada responden yang pernah berkunjung salah satu dari ketiga restoran yang meliputi Restoran Tavern, Restoran Bowery, dan Restoran Goodfellas. Pembagian kuesioner dengan target masing – masing berjumlah 35 responden pada tiap restoran dan secara keseluruhan berjumlah 105 responden. Pembagian kuesioner yang diawali dengan *pretest* pada minggu keempat pada bulan Juni 2020 untuk mendapatkan total 30 responden yang akan digunakan untuk menguji item – item kuesioner yang digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas.

Pembagian kuesioner menggunakan Google *form* yang dibagikan melalui media sosial seperti WhatsApps, Instagram, dan Facebook dengan membagikan secara langsung pada teman – teman kantor peneliti di kantor Drs.Budidarmodjo & Asc Semarang serta dibagikan kepada teman – teman peneliti secara umum melalui media WhatsApps *Story* dan Insta *Story*. Pembagian *link* kuesioner dari Google *form* juga dibantu oleh teman – teman peneliti untuk membagikan melalui *update status* WhatsApps *Story* dan Insta *Story*.

Setelah hasil pengolahan data uji validitas dan reliabilitas menunjukkan item kuesioner yang digunakan sudah lolos uji validitas dan reliabilitas, maka bulan Juli 2020 dilanjutkan untuk penyebaran kuesioner hingga mencapai target 35 responden pada masing – masing restoran. Untuk mencapai target jumlah responden dengan total 105 responden dengan secara proporsional berjumlah 35 responden pada tiap restoran dilakukan dengan cara yang sama seperti pada saat *pretest* perbedaannya hanya membutuhkan waktu yang lebih lama. Pengumpulan kuesioner untuk mencapai target yang ditentukan membutuhkan waktu sampai dengan Desember 2020.

Peneliti mendapatkan informasi bahwa Restoran Goodfellas berhenti beroperasi per 31 Desember 2020 karena situasi covid 19 yang membuat pihak manajemen Restoran tidak memperpanjang kontraknya. Maka peneliti melakukan pergantian responden Restoran Goodfellas dengan Restoran A to Z. Pemilihan Restoran A to Z karena memiliki *rating* Google dan Tripadvisor yang setara dengan Restoran Goodfellas.

Pembagian kuesioner kembali berjumlah 35 responden kepada responden yang pernah berkunjung pada Restoran A to Z. Pembagian kuesioner dibagikan selama bulan Januari 2021 kepada responden yang pernah berkunjung di Restoran A to Z . Jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini mencapai target berjumlah 105 responden dengan masing – masing 35 responden pada minggu ketiga bulan Januari 2021.

3.5. Uji Instrumen

Dalam sebuah penelitian maka sebuah instrumen yang dipakai harus dapat mengukur senyatanya dan seakuratnya serta dapat dipertanggungjawabkan. Instrumen yang baik dapat mengukur senyatanya berhubungan dengan uji validitas dan dapat menggambarkan seakuratnya berhubungan dengan uji reliabilitas (Joegiyanto, 2010).

3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan alat ukur yang dapat melakukan fungsinya secara tepat dan cermat (Joegiyanto 2010). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang diberikan mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur (Ghozali, 2011).

Uji validitas dalam penelitian ini dengan membandingkan antara r hitung dengan r tabel. Syarat untuk memenuhi uji validitas apabila r hitung lebih besar dari r tabel (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini dengan sampel berjumlah 105 responden dengan nilai signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan $df = N - 2 = 103$ maka untuk hasil r tabel adalah 0,192. Berikut merupakan hasil pengujian validitas untuk variabel *servicescape* restoran:

Tabel 3.1. Hasil Pengujian Validitas *Servicescape* Restoran

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kondisi Ambien			
Tingkat pencahayaan pada restoran sesuai	0,303	0,192	Valid
Suhu ruangan yang nyaman	0,381	0,192	Valid

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Aroma pada restoran yang menyenangkan	0,466	0,192	Valid
Latar belakang musik yang diputar menambah suasana makan yang nyaman.	0,456	0,192	Valid
Estetika Fasilitas			
Restoran ini didekorasi dengan gaya yang menarik.	0,406	0,192	Valid
Pemilihan warna dalam dekorasi dapat menambah kegembiraan	0,543	0,192	Valid
Restoran ini merupakan restoran yang menarik.	0,486	0,192	Valid
Tata Letak			
Petunjuk di restoran ini memberi arah yang memadai	0,613	0,192	Valid
Jarak antar meja cukup luas yang memudahkan untuk pejalan kaki.	0,550	0,192	Valid
Banyak meja dan kursi yang tersedia tidak membuat saya merasa terganggu	0,395	0,192	Valid
Peralatan Listrik			
Fasilitas peralatan listrik yang disediakan (seperti audio / video / stopkontak) membuat restoran menarik.	0,676	0,192	Valid
Fasilitas peralatan listrik yang disediakan (seperti audio / video / stopkontak) menambah kegembiraan pada restoran.	0,654	0,192	Valid
Fasilitas peralatan listrik (seperti audio / video / stopkontak) membuat pelanggan merasa terhibur.	0,687	0,192	Valid
Restoran ini memiliki audio / video yang berkualitas baik.	0,638	0,192	Valid
Kursi Yang Nyaman			
Kursi restoran memiliki jarak dengan meja yang nyaman bagi pelanggan.	0,488	0,192	Valid

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Tempat duduk restoran terasa nyaman	0,415	0,192	Valid
Sangat mudah untuk keluar atau masuk pada kursi atau sofa restoran	0,412	0,192	Valid
Pengaturan kursi menyediakan banyak ruang untuk pelanggan	0,436	0,192	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan dari tabel 3.1. diketahui bahwa semua indikator – indikator dari pertanyaan kuesioner *servicescape* restoran pada penelitian ini menghasilkan r hitung > r tabel sehingga semua item pertanyaan variabel *servicescape* restoran dinyatakan valid. Maka item – item kuesioner yang digunakan dalam variabel *servicescape* restoran dapat mengukur secara tepat.

Berikutnya hasil pengujian validitas untuk variabel kualitas layanan sebagai berikut :

Tabel 3.2. Hasil Pengujian Validitas Kualitas Layanan

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kehandalan			
Restoran dapat menyajikan sesuai pesanan	0,413	0,192	Valid
Restoran mampu menyajikan makanan dengan tepat waktu	0,368	0,192	Valid
Staf dengan cepat memperbaiki segala sesuatu yang salah	0,447	0,192	Valid
Staf restoran memberi tagihan yang akurat	0,375	0,192	Valid
Keberwujudan			
Restoran memiliki menu yang menarik secara <i>visual</i> .	0,384	0,192	Valid

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Restoran memiliki <i>toilet</i> yang bersih	0,374	0,192	Valid
Restoran memiliki lingkungan yang menarik secara visual	0,557	0,192	Valid
Penampilan Karyawan restoran terlihat baik dan rapi.	0,623	0,192	Valid
Daya Tanggap			
Staf bersedia untuk menangani permintaan khusus pelanggan	0,622	0,192	Valid
Staf membuat pelanggan merasa istimewa	0,610	0,192	Valid
Staf bersedia untuk menjawab pertanyaan pelanggan	0,578	0,192	Valid
Staf memberikan layanan yang cepat dan tepat	0,693	0,192	Valid
Jaminan			
Staf dapat membuat rasa aman kepada pelanggan	0,751	0,192	Valid
Staf dapat mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pribadi pelanggan.	0,684	0,192	Valid
Staf menjaga standar layanan setiap saat	0,661	0,192	Valid
staf tampaknya terlatih dengan baik	0,587	0,192	Valid
Staf membuat pelanggan merasa nyaman	0,627	0,192	Valid
Empati			
Staf dapat memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.	0,576	0,192	Valid
Staf dapat mengetahui kebutuhan pelanggan.	0,630	0,192	Valid
Restoran dapat memberikan perhatian secara pribadi yang diharapkan pelanggan	0,541	0,192	Valid

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Restoran memiliki jam operasional yang nyaman bagi semua pelanggan	0,511	0,192	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan dari tabel 3.2. diketahui bahwa semua indikator – indikator dari pertanyaan kuesioner kualitas layanan pada penelitian ini menghasilkan r hitung > r tabel sehingga semua item pertanyaan variabel kualitas layanan dinyatakan valid. Maka item – item kuesioner yang digunakan untuk variabel kualitas layanan mampu mengukur secara tepat.

Berikutnya hasil pengujian validitas untuk variabel kepuasan pelanggan sebagai berikut :

Tabel 3.3. Hasil Pengujian Validitas Kepuasan Pelanggan

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pelanggan memiliki pengalaman senang ketika bersantap di restoran	0,693	0,192	Valid
Pelanggan merasa puas dengan pengalaman mereka ketika makan di restoran	0,758	0,192	Valid
Secara keseluruhan puas dengan pengalaman bersantap di restoran.	0,811	0,192	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan dari tabel 3.3. diketahui bahwa semua indikator – indikator dari pertanyaan kuesioner kepuasan pelanggan pada penelitian ini menghasilkan r hitung > r tabel sehingga semua item pertanyaan variabel kualitas layanan dinyatakan valid. Maka menunjukkan bahwa item – item kuesioner yang digunakan dalam variabel kepuasan pelanggan dapat mengukur secara tepat.

Berikutnya hasil pengujian validitas untuk variabel minat beli ulang sebagai berikut :

Tabel 3.4. Hasil Pengujian Validitas Minat Beli Ulang

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pelanggan ingin mengunjungi kembali restoran ini di masa depan	0,782	0,192	Valid
Pelanggan akan merekomendasikan restoran ini kepada teman, keluarga, atau orang lain.	0,741	0,192	Valid
Pelanggan akan menyebarkan berita positif tentang restoran ini kepada orang lain.	0,765	0,192	Valid
Restoran ini akan menjadi salah satu daftar restoran favorit saya.	0,680	0,192	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan dari tabel 3.4. diketahui bahwa semua indikator – indikator dari pertanyaan kuesioner minat beli ulang pada penelitian ini menghasilkan r hitung > r tabel sehingga semua item pertanyaan variabel kualitas layanan dinyatakan valid. Maka menunjukkan bahwa item – item kuesioner yang digunakan dalam variabel minat beli ulang dapat mengukur secara tepat.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu pengukur menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrumen (Joegiyanto,2010) maka suatu kuesioner yang reliabel atau handal jika jawaban yang diberikan oleh responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali,2011). Pengukuran reliabilas dilakukan dengan uji statistik *crobach alpha* (α) maka suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel apabila nilai *crobach alpha* > 0,60 (Uma Sekaran,2016).

Tabel 3.5. Hasil Pengujian Reliabilitas Penelitian

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
<i>Servicescape</i> Restoran	0,824	Reliabel
Kualitas Layanan	0,885	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,622	Reliabel
Minat Beli Ulang	0,726	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel 3.5 menunjukkan untuk nilai *cronbach alpha* pada variabel *servicescape* restoran sebesar 0,824 untuk variabel kualitas layanan sebesar 0,885 serta variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,622 serta variabel minat beli ulang sebesar 0,726. Semua variabel pada uji reliabilitas memiliki hasil *cronbach alpha* > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban dari para responden pada kuesioner mengenai variabel *servicescape* restoran, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan minat beli ulang dapat dikatakan reliabel yang artinya jawaban dari para responden dapat dipercaya dan konsisten dari waktu ke waktu.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode yang menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah diperoleh tanpa bermaksud mengambil kesimpulan yang berlaku secara umum (Sugiyono,2016). Pada analisis deskriptif penelitian ini mengambil analisis distribusi frekuensi untuk menunjukkan berapa kali suatu fenomena terjadi (Joegiyanto,2010) serta untuk menampilkan dan mendeskripsikan data responden seperti usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir responden. Dalam statistik deskriptif dapat memberikan gambaran suatu data dari nilai rata – rata (*mean*), maksimum, minimum, sum, dan *range* (Ghozali,2011).

Analisis deskriptif diperoleh dari pertanyaan yang telah dibagikan kepada responden baik pertanyaan terbuka maupun tertutup. Maka selanjutnya akan dilakukan analisis tabulasi silang (*cross tab*) dan analisa menggunakan distribusi frekuensi dan nilai rata – rata (*mean*) untuk mengetahui kecenderungan responden terhadap jawaban yang diberikan. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan deskripsi tanggapan responden terhadap variabel penelitian yaitu *servicescape* restoran, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan minat beli ulang pada pelanggan restoran. Diperlukan juga menentukan rentang skala dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentang skala} &= (\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}) / \text{nilai tertinggi} \\ &= (5-1) / 5 \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Pembagian kategori nilai rata – rata (*mean*) maka akan disesuaikan dengan tabel kategori rentang skala sebagai berikut :

Tabel 3.6. Rentang Kelas Rata- Rata Tanggapan Responden

Rentang Skala Rata-Rata	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,0	Sangat Setuju

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk membuktikan bahwa tidak terdapat penyimpangan pada data yang digunakan. Uji asumsi klasik dilakukan dengan uji multikolinieritas, uji normalitas, dan uji heterokedastisitas.

3.6.2.1. Uji Multikolinieritas

Dalam uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan karena ada korelasi antar variabel bebas (independen), karena dalam model regresi yang baik maka tidak terjadi korelasi. Mengkorelasikan antar variabel independen, apabila antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (biasanya di atas 0,90) maka dapat di indikasikan adanya multikolinieritas. Regresi yang menunjukkan adanya multikolinieritas adalah skor *Variation Inflation Factor* (VIF) ≥ 10 dan nilai *tolerance* $\leq 0,10$ (Ghozali,2011).

3.6.2.2. Uji Normalitas

Dalam uji normalitas bertujuan untuk menguji pada model regresi untuk variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Uji normalitas dengan cara uji statistik melalui Uji Kolmogorov Smirnov untuk mengetahui suatu variabel penelitian dalam model regresi berdistribusi normal. Hasil Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sebuah model dinyatakan normal apabila nilai $p > 0,05$.

3.6.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Pada uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji pada model regresi terjadi kesamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika dari pengamatan ke pengamatan lain pada *variance* dari residual masih tetap maka dapat disebut sebagai homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk menganalisis uji heterokedastisitas dengan Uji Glejser. Pada Uji Glejser apabila memiliki hasil variabel independen tidak signifikan terhadap variabel dependen (jika nilai signifikan $> 0,05$) maka pada data yang ada tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.3. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Penggunaan analisis jalur digunakan untuk menafsirkan hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya dari landasan teoritis yang ada. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung melalui variabel *intervening* maka setiap hubungan antar variabel harus signifikan (Ghozali, 2011).

Model persamaan regresi untuk pengujian pengaruh tidak langsung pada analisis jalur (*Path analysis*) sebagai berikut :

$$\text{Model Regresi I : } KP = \alpha + \beta_1 SR + \beta_2 KL + e_1$$

$$\text{Model Regresi II : } MBU = \alpha + \beta_1 SR + \beta_2 KL + \beta_3 KP + e_2$$

Keterangan :

α : konstanta

β : koefisien regresi

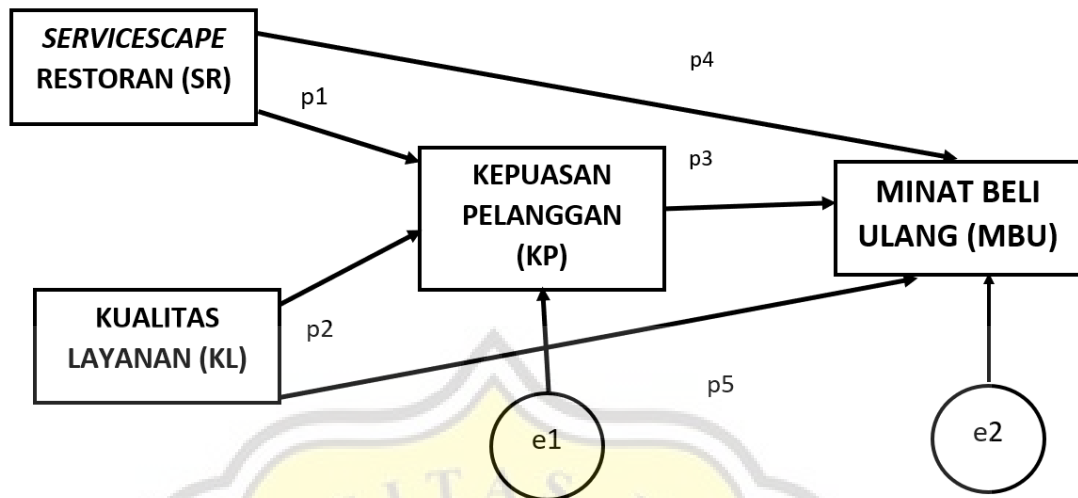
SR : *Servicescape* Restoran

KL : Kualitas Layanan

KP : Kepuasan Pelanggan

MBU : Minat Beli Ulang

e : *error*



Gambar 3.1. Rancangan Model Analisis Jalur (Path Analysis)

Pada model analisis jalur untuk setiap nilai p menggambarkan jalur dan koefisien jalur. Nilai p1 dan p2 merupakan nilai koefisien regresi pada model regresi I yang menguji pengaruh *serviscape* restoran dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang. Kemudian untuk nilai p3, p4, dan p5 diperoleh dari nilai koefisien regresi pada model regresi II yang menguji pengaruh *serviscape* restoran, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang. Nilai e1 dan e2 dihitung berdasarkan rumus yakni : $e = \sqrt{(1 - R^2)}$, maka R ditentukan dari nilai koefisien determinasi yang diperoleh dari hasil pengujian model regresi I dan II.

- 1) Pengaruh langsung SR terhadap MBU = p4
 Pengaruh tidak langsung SR terhadap MBU = p1 x p3
 Total pengaruh (Korelasi SR terhadap MBU) = p4 + (p1 x p3)
- 2) Pengaruh langsung KL terhadap MBU = p5
 Pengaruh tidak langsung KL terhadap MBU = p2 x p3
 Total pengaruh (korelasi KL terhadap MBU) = p5 + (p2 x p3)

Uji Deteksi Pengaruh Mediasi dengan Sobel Test

Uji *Sobel Test* dilakukan untuk menguji kekuatan pengaruh tidak langsung X ke Y melalui mediasi, pengaruh tidak langsung dihitung dengan cara mengkalikan jalur $X \rightarrow M$ (a) dengan jalur $M \rightarrow Y$ (b) atau ab. Jadi koefisien $ab = (c-c')$, dimana c adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol M dan C' adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol M. Untuk menghitung *standart error* koefisien a ditulis dengan Sa dan koefisien B ditulis dengan Sb serta besarnya standart error pengaruh tidak langsung ditulis Sab (Ghozali,2011).

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}$$

Untuk menghitung uji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka diperlukan untuk menghitung nilai t pada koefisien ab dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai tabel t, jika nilai t hitung > nilai tabel t maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi.

Pengujian *Sobel Test* dapat dilakukan melalui *website* yang disediakan oleh Kristopher J. Preacher dan Geoffrey J. Leonardelli untuk membantu pengujian signifikansi mediasi dengan melalui *website* : <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>.

To conduct the Sobel test

Details can be found in Baron and Kenny (1986), Sobel (1982), Goodman (1960), and MacKinnor Warsi, and Dwyer (1995). Insert the *a*, *b*, *s_a*, and *s_b* into the cells below and this program will calculate the critical ratio as a test of whether the indirect effect of the IV on the DV via the mediator is significantly different from zero.

Input:	Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a <input type="text"/>	Sobel test: <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b <input type="text"/>	Aroian test: <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
s _a <input type="text"/>	Goodman test: <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
s _b <input type="text"/>	<input type="button" value="Reset all"/>	<input type="button" value="Calculate"/>	

Gambar 3.2. Sobel Test

Dalam pengujian *Sobel Test* maka dikatakan adanya *indirect effect* signifikan apabila *p-value* pada *Sobel Test*, *Aroian Test*, dan *Goodman Test* lebih kecil dari 0,05 apabila angka lebih besar 0,05 maka *indirect effect* tidak signifikan.

3.6.4. Uji Regresi

3.6.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel serta menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2011). Pada penelitian ini akan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi berganda sebagai berikut :

Model regresi berganda I

$$Y_1 = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi

X₁ = *Servicescape* restoran

X₂ = Kualitas Layanan

e = eror

Model regresi berganda II

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat beli ulang

- a = Konstanta
- b1 = Koefisien regresi
- X1 = *Servicescape* restoran
- X2 = Kualitas Layanan
- X3 = Kepuasan Pelanggan
- e = *error*

3.6.4.2. Uji t

Uji statistik t untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual untuk menerangkan variabel dependen. Cara melakukan uji t (Ghozali,2011). Kriteria uji statistik t dapat dilihat dari tingkat signifikansi sebagai berikut :

H0 diterima apabila nilai signifikansi $> 0,05$

H0 ditolak apabila nilai signifikansi $< 0,05$

3.6.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai R^2 yang memiliki nilai kecil berarti variabel independen dapat menjelaskan variabel – variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya apabila nilai R^2 mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen (Ghozali,2011).