

## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai hasil dari penelitian yang akan difokuskan dalam beberapa sub bahasan. Pembahasannya meliputi gambaran umum objek penelitian yang bertujuan untuk memberikan deskripsi singkat tentang objek yang diteliti, analisis deskriptif karakteristik responden, pengujian instrumen pada penelitian, pengujian model penelitian dan pengujian hipotesis penelitian.

#### IV.1. Analisis Deskriptif

Pada analisis deskriptif akan dijelaskan mengenai karakteristik responden yang ditunjukkan pada saat menjawab pertanyaan kuesioner dalam penelitian ini. Penelitian dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner secara online melalui Google Formulir dengan menggunakan Skala Linier. Berdasarkan survey online melalui kuesioner tersebut didapatkan total sebanyak 405 orang responden yang telah mengisi kuesioner. Dari 405 orang responden tersebut sebanyak 9 orang menjawab tidak pernah mengunjungi restoran The House of Raminten dan sebanyak 396 orang responden menjawab pernah mengunjungi.

Berdasarkan 396 data responden tersebut kemudian diteliti lebih lanjut sehingga diketahui sebanyak 41 data responden dinyatakan tidak valid. Data tersebut dinyatakan tidak lolos dalam seleksi *Reverse Statement* karena dianggap tidak bersungguh-sungguh dalam mengisi pertanyaan kuesioner yang diberikan. Maka dari itu, data akhir yang tersisa adalah sebanyak 355 data responden yang selanjutnya dapat diolah. Jumlah data tersebut sudah memenuhi syarat untuk minimal data yang diperlukan dalam penelitian ini.

##### IV.1.1. Profil Responden

Pada profil responden akan membahas mengenai gambaran responden

dapat dilihat melalui pertanyaan seperti jenis kelamin, umur, penghasilan dan pekerjaan. Hasil data profil responden dapat dilihat pada tabel IV.1 berikut.

**Tabel IV.1 Deskriptif Data Responden**

Karakteristik Responden	Kelompok	Jumlah	%
<b>Jenis Kelamin</b>	Laki-laki	41	11.5%
	Perempuan	314	88.5%
<b>Usia</b>	17 – 20 tahun	145	41%
	21 – 30 tahun	202	57%
	31 – 40 tahun	5	0.14%
	>40 tahun	3	0.09%
<b>Pekerjaan</b>	Pelajar	13	0.37%
	Mahasiswa	255	72%
	Karyawan	54	16%
	Wirausaha	13	0.37%
	Dosen/Guru	10	0.28%
	Lain-lain	10	0.28%
<b>Pendapatan</b>	<Rp. 1.000.000	139	41%
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	90	25%
	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	35	0.98%
	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	27	0.76%
	> Rp. 5.000.000	33	0.93%
	Belum berpenghasilan	64	18%

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa rata-rata responden yang menjawab pertanyaan dalam penelitian ini adalah perempuan yaitu sebanyak 314 (88.5%) responden, sedangkan responden laki-laki sebanyak 41 (11.5%). Artinya menandakan bahwa lebih banyak wanita yang mengunjungi restoran tradisional Raminten dari pada laki-laki. Tabel 4.1 juga menunjukkan rata-rata usia responden berumur 21 – 30 tahun yaitu sebanyak 202 responden (57%), selain itu rata-rata responden adalah seorang mahasiswa dengan jumlah 255 orang responden (72%) dan juga karyawan yaitu sebanyak 54 orang responden (16%).

Dari karakteristik yang telah dijelaskan sejalan dengan rata-rata penghasilan yang dimiliki responden yaitu <Rp. 1.000.000 sebanyak 139 responden (41%) dan Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000 sebanyak 90 responden

(25%). Selain itu tidak sedikit responden yang masih belum berpenghasilan atau masih bergantung pada pemberian orang tua, berdasarkan data terdapat 64 responden (18%) masih belum memiliki penghasilan sendiri. Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa banyak pelajar atau mahasiswa yang penghasilannya masih bergantung pada orangtua masih tertarik atau suka mengunjungi restoran tradisional Raminten.

#### **IV.1.2. Tanggapan Responden**

Bagian ini akan menjelaskan frekuensi tanggapan pada penelitian ini. Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* yaitu skala interval dengan pendekatan 5 poin dengan total 29 pertanyaan. Jawaban pada kuesioner akan digolongkan dalam 5 kategori sebagai berikut:

1. Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi nilai 1
2. Jawaban tidak setuju (TS) diberi nilai 2
3. Jawaban netral (N) diberi nilai 3
4. Jawaban setuju (S) diberi nilai 4
5. Jawaban sangat setuju (SS) diberi nilai 5

##### **IV.1.2.1. Kualitas Pelayanan**

Pada Tabel IV.2 telah menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan terbanyak adalah terdapat pada pertanyaan kode KP4. Berikut pertanyaan dari kode tersebut adalah karyawan raminten mampu menyajikan minuman sesuai dengan pesanan saya dengan nilai rata-rata 4,53. Hal tersebut menandakan bahwa responden setuju dengan kemampuan yang dimiliki karyawan restoran.

Tanggapan yang terendah adalah pertanyaan pada kode KP5 dengan pertanyaan karyawan raminten menangani pesanan anda dengan cekatan, dimana hanya memiliki rata-rata 4,03. Ini menandakan responden cenderung

setuju untuk pertanyaan tersebut. Nilai yang paling sering muncul pada tanggapan responden adalah 4 (KP2, KP5, KP6, dan KP7) dan 5 (KP1, KP3, dan KP4) dapat disimpulkan bahwa tiap responden memberikan jawaban setuju untuk setiap item pertanyaan yang telah diberikan.

**Tabel IV.2 Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan**

Kode	Item Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean	Modus
KP1	Karyawan Raminten berpenampilan menarik	0	4	39	153	159	4.32	5
KP2	Karyawan Raminten berpenampilan rapi	0	3	25	183	144	4.32	4
KP3	Karyawan Raminten mampu menyajikan makanan sesuai dengan pesanan saya	0	2	17	137	199	4.5	5
KP4	Karyawan Raminten mampu menyajikan minuman sesuai dengan pesanan saya	0	0	17	132	206	4.53	5
KP5	Karyawan Raminten menangani pesanan anda dengan cekatan	0	17	64	166	108	4.03	4
KP6	Karyawan Raminten merespon permintaan dan keluhan anda dengan baik	0	4	76	172	103	4.05	4
KP7	Karyawan Raminten melayani anda dengan sopan dan sabar	0	38	32	164	158	4.35	4

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

*commit to user*

#### IV.1.2.2 Kualitas Makanan

Pada Tabel IV.3 telah menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan terbanyak adalah terdapat pada pertanyaan kode KM4. Berikut pertanyaan dari kode tersebut

adalah Restoran menawarkan menu yang beragam dengan nilai rata-rata 4,43. Hal tersebut menandakan bahwa responden setuju jika menu yang diberikan restoran beraneka ragam.

Tanggapan yang terendah adalah pertanyaan pada kode KM5 dengan pertanyaan rasa makanan yang disajikan sesuai dengan selera saya, dimana memiliki rata-rata 4,01. Ini menandakan responden cenderung setuju untuk pertanyaan tersebut. Nilai yang paling sering muncul pada tanggapan responden adalah 4 (KM1, KM2, KM3, KM5, dan KM6) dan 5 (KM4) dapat disimpulkan bahwa tiap responden memberikan jawaban setuju untuk setiap item pertanyaan yang telah diberikan.

**Tabel IV.3 Tanggapan Responden Kualitas Makanan**

Kode	Item Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean	Modus
KM1	Rasa makanan yang disajikan enak	1	5	52	184	113	4.14	4
KM2	Rasa makanan yang disajikan sesuai dengan selera saya	2	8	68	182	95	4.01	4
KM3	Makanan yang disajikan memiliki presentasi yang menarik	1	5	61	168	120	4.13	4
KM4	Restoran menawarkan menu yang beragam	0	4	24	142	185	4.43	5
KM5	Suhu makanan yang disajikan dalam keadaan hangat atau segar	1	4	57	164	129	4.17	4
KM6	Porsi makanan yang disajikan sesuai dengan yang saya harapkan	0	8	61	175	111	4.1	4

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

#### IV.1.2.3 Atmosfer

Pada Tabel IV.4 telah menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan terbanyak adalah terdapat pada pertanyaan kode ATMCV7. Berikut pertanyaan dari kode tersebut adalah dekorasi bertema tradisional di Raminten terkesan unik dengan nilai rata-rata 4,58. Hal tersebut menandakan bahwa responden setuju dekorasi tema tradisional pada restoran menarik.

Tanggapan yang terendah adalah pertanyaan pada kode ATMA4 dengan pertanyaan saya nyaman dengan pencahayaan di Raminten, dimana memiliki rata-rata 3,69. Ini menandakan responden cenderung setuju untuk pertanyaan tersebut. Nilai yang paling sering muncul pada tanggapan responden adalah 4 (ATMDI2, ATMA3, ATMA4, dan ATMA5) dan 5 (ATMDI1, ATMCV6, dan ATMCV7) dapat disimpulkan bahwa tiap responden memberikan jawaban setuju untuk setiap item pertanyaan yang telah diberikan.

**Tabel IV.4 Tanggapan Responden Atmosfer**

Kode	Item Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean	Modus
ATMDI1	Raminten memiliki desain interior yang menarik	0	3	22	115	215	4.52	5
ATMDI2	Tata letak ruangan Raminten tertata dengan rapi	5	16	78	155	101	3.93	4
ATMA3	Musik yang diputar di Raminten membuat saya terhibur dan merasa nyaman	1	12	75	143	124	4.06	4
ATMA4	Saya nyaman dengan pencahayaan di Raminten	4	39	100	130	82	3.69	4
ATMA5	Suasana di Raminten	2	9	63	167	114	4.07	4



	membuat pengalaman makan saya terasa nyaman								
ATMCV6	Dekorasi di Raminten menarik	0	3	42	144	166	4.33	5	
ATMCV7	Dekorasi bertema tradisional di Raminten terkesan unik	0	0	27	92	236	4.58	5	

---

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

#### IV.1.2.4 Kepuasan Pelanggan

Pada Tabel IV.5 telah menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan terbanyak adalah terdapat pada pertanyaan kode KEP5. Berikut pertanyaan dari kode tersebut adalah saya menyesal makan di restoran Raminten (*Reverse statement*) dengan nilai rata-rata 4,53. Reverse statement merupakan pertanyaan yang harus dijawab berkebalikan oleh responden, ini dilakukan untuk memastikan bahwa responden mengisi jawaban dengan serius. Hal tersebut menandakan bahwa responden tidak menyesal telah menikmati makanan di restoran tradisional Raminten.

Sedangkan tanggapan yang terendah adalah pertanyaan pada kode KEP4 dengan pertanyaan pengalaman makan di restoran Raminten sesuai dengan ekspektasi saya, dimana memiliki rata-rata 4,01. Ini menandakan responden cenderung setuju untuk pertanyaan tersebut. Nilai yang paling sering muncul pada tanggapan responden adalah 4 (KEP1, KEP2, KEP3, dan KEP4) dan 5 (KEP5) dapat disimpulkan bahwa tiap responden memberikan jawaban setuju untuk setiap item pertanyaan yang telah diberikan.

Tabel IV.5 Tanggapan Responden Kepuasan Pelanggan

Kode	Item Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean	Modus
KEP1	Saya senang dengan pengalaman makan di restoran tradisional Raminten	0	4	48	188	115	4.17	4
KEP2	Keputusan saya untuk menikmati makanan tradisional di Raminten adalah keputusan yang bijaksana	0	8	63	193	91	4.03	4
KEP3	Pelayanan yang saya peroleh di Raminten sesuai dengan harapan saya	0	4	49	204	98	4.12	4
KEP4	Pengalaman makan di restoran Raminten sesuai dengan ekspektasi saya	0	10	59	205	81	4.01	4
KEP5	Saya menyesal makan di restoran Raminten (Reverse statement)	0	0	35	97	223	4.53	5

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

#### IV.1.2.5 Kesetiaan Pelanggan

Pada Tabel 4.5 telah menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan terbanyak adalah terdapat pada pertanyaan kode KES2. Berikut pertanyaan dari kode tersebut adalah saya akan merekomendasikan restoran ini pada orang terdekat saya dengan nilai rata-rata 4,24. Hal tersebut menandakan bahwa responden tidak segan untuk merekomendasikan orang terdekatnya untuk menikmati makanan di restoran tradisional Raminten.

*commit to user*

Sedangkan tanggapan yang terendah adalah pertanyaan pada kode KES3



dengan pertanyaan saya akan menjadikan raminten sebagai pilihan pertama, dimana memiliki rata-rata 3,3. Ini menandakan responden cenderung netral untuk pertanyaan tersebut. Nilai yang paling sering muncul pada tanggapan responden adalah 5 (KES1 dan KES2), 4 (KES4), dan 3 (KES3) dapat disimpulkan bahwa tiap responden cenderung memberikan jawaban setuju untuk setiap item pertanyaan yang telah diberikan.

**Tabel IV.6 Tanggapan Responden Kesetiaan Pelanggan**

Kode	Item Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean	Modus
KES1	Saya berniat untuk berkunjung kembali ke restoran ini	0	12	62	135	146	4.17	5
KES2	Saya akan merekomendasikan restoran ini pada orang terdekat saya	0	9	52	139	155	4.24	5
KES3	Saya akan menjadikan raminten sebagai pilihan pertama	11	56	155	81	52	3.3	3
KES4	Saya cenderung akan membeli kembali di masa yang akan datang	2	13	93	134	113	3.97	4

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

## IV.2. Uji Instrumen Penelitian

### IV.2.1. Tahap Penyusunan Instrumen Penelitian

Instrumen kuesioner yang dilakukan dalam penelitian ini disusun berdasar pada beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya. Pada penelitian ini dilakukan beberapa pengujian dalam memberikan item kuesioner. Pengujian pertama yang dilakukan dalam pengujian item pertanyaan kuesioner yang digunakan adalah dengan *face validity*.

Tahapan *face validity* ini dilakukan dengan cara memberikan kuesioner secara langsung pada 15 orang responden yang sesuai dengan kriteria. Kemudian responden diminta untuk mengisi kuesioner dan memberikan tanggapan terhadap pertanyaan yang dianggap kurang jelas, memiliki makna ganda, atau membingungkan. Dari tanggapan yang diberikan oleh responden peneliti kemudian dapat melakukan perbaikan atas pertanyaan tersebut.

*Face validity* ini akan dilakukan kembali dengan cara yang sama seperti sebelumnya. Kemudian akan diperbaiki kembali pertanyaan yang masih dianggap membingungkan atau kurang jelas. Setelah semua pertanyaan telah dianggap jelas bagi responden, peneliti kemudian akan beralih ke tahapan selanjutnya yaitu mendistribusikan kuesioner pada responden untuk sampel kecil.

#### **IV.2.2. Sampel Kecil**

Setelah *face validity* dilakukan, tahap berikutnya adalah melakukan sampel kecil dengan mendistribusikan kuesioner pada responden. Kuesioner disebar melalui berbagai sosial media seperti WhatsApp dan LINE. Responden pada sampel kecil pada penelitian ini adalah sebanyak 62 orang responden. Tujuan pendistribusian kuesioner untuk sampel kecil yaitu untuk menguji validitas dan reabilitas awal untuk memprediksi hasil dari validitas dan reabilitas di sampel besar nantinya. Hasil dari pengujian sampel kecil ini diperoleh:

##### **IV.2.2.1. Uji Validitas Sampel Kecil**

Hasil olah data sampel kecil dari smartPLS pada bagian outer loadings, dapat dilihat dari hasil uji validitas sampel kecil pada Tabel IV.7 dibawah ini. Syarat minimal outer loadings dalam smartPLS adalah 0.7.

Tabel IV.7 Uji Validitas Sampel Kecil

	ATM	KEP	KES	KM	KP
ATM1	0.451				
ATM2	0.719				
ATM3	0.640				
ATM4	0.633				
ATM5	0.566				
ATM6	0.786				
KEP1		0.853			
KEP2		0.768			
KEP3		0.804			
KEP4		0.838			
KES1			0.844		
KES2			0.818		
KES3			0.579		
KES4			0.835		
KM1				0.517	
KM2				0.805	
KM3				0.615	
KM4				0.720	
KM5				0.796	
KP1					0.440
KP2					0.420
KP3					0.720
KP4					0.713
KP5					0.782

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Keterangan Tabel : ATM: Atmosfer KEP: Kepuasan Pelanggan KES: Kesetiaan Pelanggan KM: Kualitas Makanan KP: Kualitas Pelayanan

Dari hasil tabel diatas maka terdapat beberapa item pertanyaan dalam kuesioner yang perlu dikoreksi. Hal tersebut dikarenakan nilai outer loading yang tidak memenuhi syarat minimal. Item yang harus dikoreksi adalah ATM1, ATM3, ATM4, ATM5, KES3, KM1, KM3, KP1, dan KP2.

#### IV.2.2.2. Uji Reabilitas Sampel Kecil

Tabel IV.8 dibawah ini Merupakan hasil dari uji rabilitas dari sampel kecil dengan menggunakan alat uji statistik smartPLS.

**Tabel IV.8 Uji Reliabilitas Sampel Kecil**

	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Atmosfer	0.719	0.758	0.803	0.411
Kepuasan	0.833	0.833	0.889	0.667
Kesetiaan pelanggan	0.774	0.803	0.856	0.603
Kualitas makanan	0.729	0.747	0.823	0.489
Kualitas pelayanan	0.622	0.670	0.760	0.402

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang terdapat pada penelitian ini memiliki tingkat reabilitas yang andal karena memiliki cronbachs alpha > 0,6. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tingkat reabilitas dari setiap variabel adalah andal.

#### IV.2.3. Sampel Besar

Sampel besar didistribusikan secara online melalui berbagai sosial media seperti Tik-tok, Instagram, WhatsApp, dll. Peneliti menyebarkan kuesioner dengan melakukan Direct Message kepada followers Raminten sehingga target responden tepat sasaran, selain itu peneliti juga membuat konten Tik-tok untuk menemukan responden yang sesuai dengan kriteria. Agar sesuai dengan kriteria responden harus memilih opsi bahwa sudah pernah mengunjungi restoran Raminten, sebaliknya jika responden memilih belum pernah berkunjung maka tidak dapat lanjut ke tahap selanjutnya untuk menjawab pertanyaan.

Sebagian besar responden berasal dari pengguna Tik-tok yang dilihat oleh lebih dari 100.000 pengguna Tik-tok. Sebanyak 401 responden telah mengisi kuesioner yang didistribusikan. Dari total responden tersebut, data akhir yang dapat dianalisis adalah sebanyak 355 data kuesioner. Data tersebut telah diseleksi berdasarkan responden yang belum pernah ke restoran Raminten. Responden yang tidak lolos seleksi reverse statement juga tidak disertakan datanya. Dari pengujian sampel besar maka diperoleh:

#### **IV.2.3.1. Uji Validitas Sampel Besar**

Dari hasil olah data sampel besar dengan smartPLS pada bagian outer loadings, dapat dilihat hasil dari uji validitas sampel besar pada tabel IV.9 dibawah ini. Syarat minimal outer loadings dalam smartPLS adalah 0,7. Oleh karena itu data akan dianggap valid jika memiliki outer loadings sebesar 0,7.

Data yang tertera pada tabel dibawah ini menunjukkan item-item pertanyaan yang dinyatakan valid secara keseluruhan. Item pertanyaan dibawah ini terdapat indikator yang nilainya kurang dari 0.7, namun karena nilai indikator tersebut masih relatif tinggi yaitu diatas 0.6. Selain itu pada indikator tersebut memiliki skor AVE semua diatas 0.5 pada hasil diatas juga memiliki rata-rata nilai diatas 0.7 sehingga indikator yang nilainya dibawah 0.7 tersebut tidak perlu didrop atau dikeluarkan.

Tabel IV.9 Uji Validitas Sampel Besar

	ATMA	ATMCV	ATMDI	ATM_	KEP	KM	KP	KES
ATMA3	0.809							
ATMA3				0.784				
ATMA4	0.858							
ATMA4				0.729				
ATMA5	0.890							
ATMA5				0.799				
ATMCV6		0.920						
ATMCV6				0.842				
ATMCV7		0.896						
ATMCV7				0.741				
ATMDI1			0.862					
ATMDI1				0.759				
ATMDI2			0.867					
ATMDI2				0.770				
KEP1					0.859			
KEP2					0.835			
KEP3					0.859			
KEP4					0.871			
KEP5					0.630			
KM1						0.803		
KM2						0.815		
KM3						0.778		
KM4						0.670		
KM5						0.671		
KM6						0.703		
KP1							0.628	
KP2							0.701	
KP3							0.782	
KP4							0.761	
KP5							0.731	
KP6							0.788	
KP7							0.74	
KES1								0.904
KES2								0.908
KES3								0.817
KES4								0.875

Keterangan Tabel : ATMA : Ambience, ATMCV : Culture Value, ATMDI : Desain Interior, ATM\_ : Atmosfer, KEP : Kepuasan, KM : Kualitas Makanan, KP : Kualitas Pelayanan, KES : Kesetiaan Pelanggan.

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

#### IV.2.3.2. Convergent Validity (Validitas Konvergen)

Menurut Ghazali (2010) *Convergent Validity* bertujuan untuk melihat kolerasi antara indikator-indikator yang digunakan dalam suatu konstruk. Sebuah penelitian dikatakan telah memenuhi syarat validitas konvergen apabila indikator yang digunakan dalam suatu konstruk berkolerasi dan seluruh outer loading dari



indikator tersebut harus signifikan secara statistik untuk memastikan kelayakan model, dan standar yang digunakan untuk outer loading yaitu 0,6.

Convergent Validity juga dinilai melalui AVE (Average variance extracted). Hair (2010) menegaskan bahwa jika suatu model mempunyai nilai AVE diatas 0,5 maka model tersebut dikategorikan mempunyai validitas konvergen (*Convergent Validity*) yang tinggi. Setelah eliminiasi dari loading faktor yang dibawah 0,6 maka model tersebut mempunyai nilai AVE sebagai berikut :

**Tabel IV.10 AVE (Average Variance Extracted)**

Average Variance Extracted (AVE)	
ATMA	0.728
ATMCV	0.825
ATMDI	0.747
ATM_	0.602
KEP	0.666
KM	0.551
KP	0.541
KES	0.769

Keterangan Tabel : ATMA : Ambience, ATMCV : Culture Value, ATMDI : Desain Interior, ATM\_ : Atmosfer, KEP : Kepuasan, KM : Kualitas Makanan, KP : Kualitas Pelayanan, KES : Kesetiaan Pelanggan.

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas, nilai AVE dari setiap konstruk dalam model, disimpulkan bahwa nilai AVE diatas 0,5. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian ini telah memenuhi syarat kedua validitas konvergen (*Convergent Validity*). Gabungan dari penilaian dari outer loading dan uji AVE (*Average variance extracted*) mengindisikan penelitian ini valid konvergen dan memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke tahap berikutnya yaitu uji validitas diskriman (*Discriminant validity*).

#### IV.2.3.3. *Discriminant validity* (Validitas Diskriminan)

Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant validity*) merupakan tahap yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel atau indikator dalam penelitian yang kita lakukan memiliki nilai yang unik dan hanya terkait dengan variabel atau indikatornya sendiri dan bukannya dari variabel atau indikator-indikator di luar yang diharapkan atau direpresentasikan. Untuk melihat apakah model penelitian memiliki Validitas Diskriminan yang baik, maka terdapat dua tahap yang harus dilakukan yaitu hasil *cross loading* dan hasil *forrell larcker criterion*.

Metode yang pertama adalah dengan mengukur *cross loading*, dimana hasil *cross loading* harus menunjukkan bahwa indikator dari tiap konstruk harus mempunyai nilai yang lebih tinggi dibanding indikator pada konstruk lainnya. Adapun hasil uji *cross loading* dalam penelitian ini telah tertera pada Tabel IV.11 dibawah ini.

Dari tabel IV.11 dibawah ini, menunjukkan bahwa nilai *cross loading* dari masing-masing item terhadap konstruk nya lebih besar dari pada nilai loading dengan konstruk yang lain. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat permasalahan pada *discriminant validity*. Semua indikator mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dengan masing-masing konstruknya dibandingkan dengan nilai koefisien korelasi indikator pada blok konstruk pada kolom lainnya.

Tabel IV.11 Hasil Uji *Discriminant validity*

	ATMA	ATMCV	ATMDI	ATM_	KEP	KM	KP	NKP
ATMA3	<b>0.809</b>	0.575	0.675	0.784	0.423	0.299	0.289	0.287
ATMA3	<b>0.809</b>	0.575	0.675	0.784	0.423	0.299	0.289	0.287
ATMA4	<b>0.858</b>	0.494	0.518	0.729	0.438	0.283	0.295	0.331
ATMA4	<b>0.858</b>	0.494	0.518	0.729	0.438	0.283	0.295	0.331
ATMA5	<b>0.890</b>	0.593	0.578	0.799	0.577	0.398	0.381	0.497
ATMA5	<b>0.890</b>	0.593	0.578	0.799	0.577	0.398	0.381	0.497
ATMCV6	0.658	<b>0.920</b>	0.694	0.842	0.482	0.344	0.380	0.385
ATMCV6	0.658	<b>0.920</b>	0.694	0.842	0.482	0.344	0.380	0.385
ATMCV7	0.517	<b>0.896</b>	0.601	0.741	0.505	0.351	0.337	0.410
ATMCV7	0.517	<b>0.896</b>	0.601	0.741	0.505	0.351	0.337	0.410
ATMDI1	0.558	0.659	<b>0.862</b>	0.759	0.432	0.274	0.311	0.288
ATMDI1	0.558	0.659	<b>0.862</b>	0.759	0.432	0.274	0.311	0.288
ATMDI2	0.642	0.579	<b>0.867</b>	0.770	0.399	0.289	0.335	0.317
ATMDI2	0.642	0.579	<b>0.867</b>	0.770	0.399	0.289	0.335	0.317
KEP1	0.529	0.507	0.466	0.567	<b>0.859</b>	0.553	0.566	0.623
KEP2	0.432	0.431	0.316	0.449	<b>0.835</b>	0.651	0.503	0.729
KEP3	0.443	0.419	0.401	0.477	<b>0.859</b>	0.562	0.604	0.612
KEP4	0.553	0.503	0.512	0.592	<b>0.871</b>	0.618	0.559	0.667
KEP5	0.324	0.338	0.244	0.344	<b>0.630</b>	0.447	0.441	0.510
KM1	0.306	0.228	0.208	0.286	0.552	<b>0.803</b>	0.427	0.492
KM2	0.360	0.258	0.250	0.335	0.585	<b>0.815</b>	0.452	0.531
KM3	0.268	0.313	0.272	0.318	0.542	<b>0.778</b>	0.499	0.477
KM4	0.227	0.359	0.232	0.303	0.417	<b>0.670</b>	0.424	0.370
KM5	0.235	0.298	0.229	0.284	0.451	<b>0.671</b>	0.415	0.344
KM6	0.297	0.276	0.262	0.316	0.545	<b>0.703</b>	0.468	0.429
KP1	0.273	0.371	0.257	0.336	0.426	0.333	<b>0.628</b>	0.367
KP2	0.327	0.368	0.358	0.391	0.431	0.378	<b>0.701</b>	0.347
KP3	0.242	0.255	0.290	0.292	0.500	0.512	<b>0.782</b>	0.432
KP4	0.234	0.248	0.277	0.281	0.487	0.503	<b>0.761</b>	0.382
KP5	0.294	0.216	0.262	0.293	0.473	0.366	<b>0.731</b>	0.390
KP6	0.250	0.261	0.217	0.274	0.464	0.474	<b>0.788</b>	0.443
KP7	0.326	0.333	0.272	0.352	0.574	0.504	<b>0.746</b>	0.452
KES1	0.370	0.430	0.283	0.410	0.697	0.526	0.513	<b>0.904</b>
KES2	0.388	0.370	0.311	0.406	0.695	0.578	0.518	<b>0.908</b>
KES3	0.404	0.335	0.305	0.399	0.623	0.513	0.459	<b>0.817</b>
KES4	0.378	0.393	0.328	0.415	0.701	0.489	0.437	<b>0.875</b>

Keterangan Tabel : ATMA : Ambience, ATMCV : Culture Value, ATMDI : Desain Interior, ATM\_ : Atmosfer, KEP : Kepuasan, KM : Kualitas Makanan, KP : Kualitas Pelayanan, KES : Kesetiaan Pelanggan.

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Metode yang kedua untuk uji berikutnya yaitu *fornell larcker criterion*, untuk mendapatkan *discriminant validity* yang baik dari suatu model penelitian maka akar dari AVE pada konstruk harus lebih tinggi dibanding korelasi konstruk dengan variabel laten lainnya. Adapun hasil *fornell larcker criterion* yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.12 Hasil Fornell Larcker Criterion**

	ATMA	ATMCV	ATMDI	ATM_	KEP	KM	KP	NKP
ATMA	<b>0.853</b>							
ATMCV	0.652	<b>0.908</b>						
ATMDI	0.694	0.716	<b>0.864</b>					
ATM_	0.906	0.874	0.884	0.776				
KEP	0.564	0.543	0.480	0.601	<b>0.816</b>			
KM	0.385	0.382	0.326	0.413	0.700	<b>0.742</b>		
KP	0.378	0.396	0.374	0.430	0.657	0.602	<b>0.735</b>	
NKP	0.438	0.437	0.350	0.465	0.776	0.600	0.549	<b>0.877</b>

Keterangan Tabel : ATMA : Ambience, ATMCV : Culture Value, ATMDI : Desain Interior, ATM\_ : Atmosfer, KEP : Kepuasan, KM : Kualitas Makanan, KP : Kualitas Pelayanan, KES : Kesetiaan Pelanggan.

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel tersebut, maka data dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai yang lebih dari variabel laten lainnya. Dengan demikian, berdasarkan tabel tersebut, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa model data yang diuji di dalam penelitian ini telah memenuhi syarat atau kriteria yang menunjukkan bukti bahwa konstruk pada model tersebut mempunyai *diskriminant validity* serta sebagai tahapan awal sebelum melakukan pengujian hipotesis setelah melewati berbagai rangkaian pengujian.

#### IV.2.3.2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas pada sampel besar yang diuji dengan menggunakan software smartPLS disajikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel IV.13 Uji Reliabilitas Sampel Besar**

	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
ATMA	0.812	0.813	0.889	0.728
ATMCV	0.789	0.797	0.904	0.825
ATMDI	0.662	0.662	0.855	0.747
ATM_	0.889	0.891	0.913	0.602
KEP	0.870	0.882	0.908	0.666
KM	0.836	0.844	0.880	0.551
KP	0.858	0.862	0.891	0.541
KES	0.899	0.902	0.930	0.769

Keterangan Tabel : ATMA : Ambience, ATMCV : Culture Value, ATMDI : Desain Interior, ATM\_ : Atmosfer, KEP : Kepuasan, KM : Kualitas Makanan, KP : Kualitas Pelayanan, KES : Kesetiaan Pelanggan.

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel IV.10 bisa disimpulkan bahwa variabel pada penelitian memiliki nilai Cronbach alpha  $>0,6$  oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tingkat reabilitas dari setiap variabel adalah andal atau reliabel.

#### IV.2.4 Pengujian Model

Alat pengujian yang digunakan pada penelitian ini adalah smartPLS. Untuk mengukur kesesuaian model pada PLS dapat diperoleh dengan melakukan pengujian nilai GoF (Goodness of Fit). GoF merupakan rata-rata geometris dari rata-rata AVE dan R<sup>2</sup> untuk konstruksi endogen.

Pada perhitungan GoF akan memaparkan hasil yang dapat mengindikasikan apakah model pada penelitian sudah fit atau tidak. Menurut

Tenenhaus *et al.* (2005) untuk menilai hal tersebut, dapat dilihat dari nilai-nilai dasar GoF yaitu 0.1 (kecil), 0.25 (sedang), 0.36 (besar). Hasil dari pengujian model yang dilakukan dijelaskan pada tabel 4.12 sebagai berikut:

**Tabel IV.14 Pengujian Model**

	Average Variance Extracted (AVE)	R Square
ATMA	0.728	0.820
ATMCV	0.825	0.764
ATMDI	0.747	0.782
ATM_	0.602	
KEP	0.666	0.577
KM	0.551	
KP	0.541	
KES	0.769	0.605

Keterangan Tabel : ATMA : Ambience, ATMCV : Culture Value, ATMDI : Desain Interior, ATM\_ : Atmosfer, KEP : Kepuasan, KM : Kualitas Makanan, KP : Kualitas Pelayanan, KES : Kesetiaan Pelanggan.

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tennenhaus *et al* (2005) perhitungan GoF (Goodness of Fit) atau untuk mencari tahu kesesuaian model penelitian pada PLS dapat menggunakan rumus berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{GOF} &= \sqrt{\text{AVE}} \times \sqrt{R^2} \\
 &= \sqrt{0.678} \times \sqrt{0.709} \\
 &= \sqrt{0.480} \\
 &= 0.69
 \end{aligned}$$

Dilihat dari hasil perhitungan diatas, nilai GoF yang diperoleh adalah sebesar 0.69. Nilai tersebut telah melebihi dari nilai *cut off* dengan kategori besar yaitu 0.36. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa model pada penelitian ini baik dan mampu menjelaskan data empiris, dan memiliki nilai yang baik.



#### IV.2.5. Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan menggunakan smartPLS dijelaskan pada Tabel IV.13 sebagai berikut :

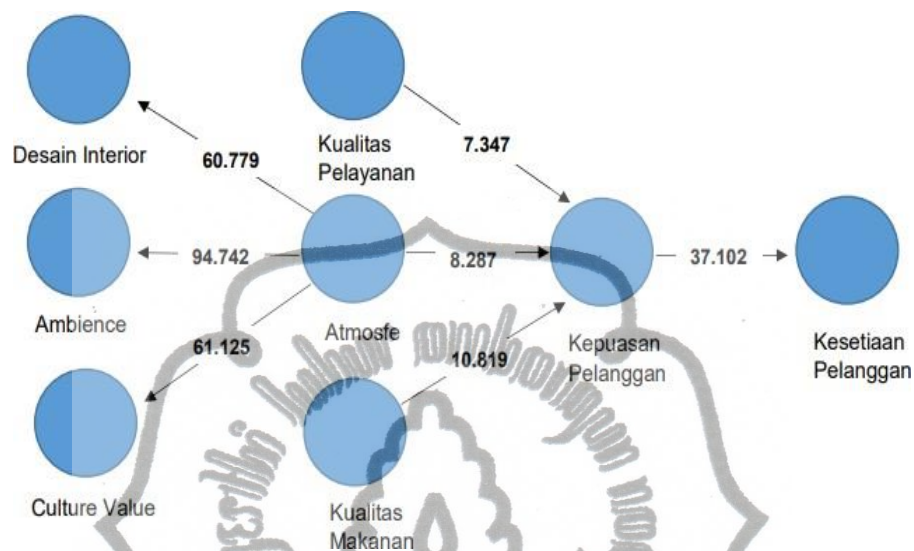
**Tabel IV.15 Tabel Hasil Uji Hipotesis**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Atmosfer -> Ambience	0.906	0.906	0.010	94.742	0.000
Atmosfer -> Culture Value	0.874	0.874	0.014	61.125	0.000
Atmosfer -> Desain Interior	0.884	0.885	0.015	60.779	0.000
Atmosfer -> Kepuasan Pelanggan	0.316	0.312	0.038	8.287	0.000
Kepuasan Pelanggan -> Kesetiaan Pelanggan	0.775	0.778	0.021	37.102	0.000
Kualitas Makanan -> Kepuasan	0.401	0.405	0.037	10.819	0.000
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan	0.279	0.279	0.038	7.347	0.000

Sumber : data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil dari olah data tersebut, dapat dilihat dari *Original Sample* yang bisa menguraikan hubungan dari setiap variabel. Nilai *Original Sample* yang menunjukkan nilai positif maka hubungan antara variabel tersebut adalah positif, begitu pula sebaliknya. Sedangkan signifikansi hubungan pada antar variabel dapat dilihat berdasarkan nilai P. Apabila nilai  $P < 0.050$  maka hubungan antar variabel signifikan. Selain itu dapat dilihat pada T Statistik, jika nilainya  $> 1,96$  maka hubungan antar variabel juga dapat dikatakan signifikan.

Gambar IV.1 berikut ini menunjukkan model penelitian yang dilakukan menggunakan software smartPLS dengan variabel Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Atmosfer, Kepuasan Pelanggan, dan Kesetiaan Pelanggan.



**Gambar IV.1 Model Penelitian pada Software SmartPLS**

Gambar IV.1 menggambarkan model yang digunakan dalam penelitian ini, dengan menggunakan software SmartPLS dan variabel yang digunakan adalah ATMA : Ambience, ATMCV : Culture Value, ATMDI : Desain Interior, ATM\_ : Atmosfer, KEP : Kepuasan, KM : Kualitas Makanan, KP : Kualitas Pelayanan, KES : Kesetiaan Pelanggan.

#### IV.2.5.1. Uji Hipotesis 1

**H1: Terdapat hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis pada tabel 4.14 dan tabel 4.15 dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan

pelanggan memiliki nilai *Original Sampel* positif 0.279, P value sebesar 0.000, dan T Statistik sebesar 7.347. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif pada Kepuasan Pelanggan, sehingga Hipotesis 1 diterima. Sesuai dengan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Jang (2010) bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan merupakan faktor fundamental dan penting untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan dalam sebuah bisnis restoran.

#### IV.2.5.2. Uji Hipotesis 2

##### **H2 : Terdapat hubungan positif antara Atmosfer dan Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis pada tabel 4.15 dapat dilihat bahwa hubungan atmosfer terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai *Original Sampel* positif 0.316, P value sebesar 0.000, dan T Statistik sebesar 8.287. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa Atmosfer memiliki pengaruh positif pada Kepuasan Pelanggan, sehingga Hipotesis 2 diterima. Hal tersebut sejalan dengan beberapa hasil studi empiris yang menunjukkan bahwa lingkungan fisik restoran dapat mempengaruhi persepsi pelanggan saat menikmati makanan di restoran (Jang, 2010)

#### IV.2.5.3. Uji Hipotesis 3

##### **H3 : Terdapat hubungan positif antara Kualitas Makanan dan Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis pada tabel 4.15 dapat dilihat bahwa kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai *Original Sampel* positif 0.401, P value sebesar 0.000, dan T Statistik sebesar 10.819. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa Kualitas

Makanan memiliki pengaruh positif pada Kepuasan Pelanggan, sehingga Hipotesis 3 diterima. Restoran Raminten terbukti dapat menghadirkan makanan dan minuman yang enak serta menawarkan menu yang sangat beragam sesuai dengan selera pelanggan sehingga memberikan dampak positif pada kepuasan pelanggan.

#### IV.2.5.4. Uji Hipotesis 4

**H4 : Terdapat hubungan positif antara Kepuasan Pelanggan dan Kesetiaan Pelanggan**

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis pada tabel 4.13 dapat dilihat bahwa kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai *Original Sampel* positif 0.775, *P value* sebesar 0.000, dan *T Statistik* sebesar 37.102. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif pada Kesetiaan Pelanggan, sehingga Hipotesis 4 diterima. Penelitian tersebut juga diperkuat oleh pernyataan penelitian sebelumnya bahwa kepuasan telah diakui secara umum sebagai faktor pendorong yang paling penting dalam mempengaruhi kesetiaan pelanggan (Francioni *et al*, 2018).

#### IV.3. Pembahasan

Penelitian ini meneliti mengenai bagaimana variabel Kualitas Pelayanan, Atmosfer, dan Kualitas Makanan mempengaruhi Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan pada restoran tradisional Indonesia. Survey pada penelitian ini melibatkan 355 orang responden yang pernah mengunjungi restoran tradisional Raminten. Berdasarkan survey penelitian yang telah dilakukan, menghasilkan kesimpulan sebagai berikut.

Pertama, Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif pada Kepuasan

Pelanggan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Jang (2010) bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan merupakan faktor fundamental dan penting untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan dalam sebuah bisnis restoran. Pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.14 bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang signifikan. Karyawan restoran Raminten yang berpenampilan menarik, rapi, serta mampu melayani pelanggan dengan baik dapat memberikan kepuasan untuk pengalaman makan pelanggan. Beberapa studi sebelumnya juga telah melakukan penelitian mengenai efek dari kualitas layanan pada restoran dari segi teknis dan faktor fungsional pada kepuasan pelanggan, hasil dari penelitian tersebut ditemukan bahwa efek kualitas layanan restoran memiliki fungsi yang berbeda dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Namkung *et al.*, 2007; Francio *et al.*, 2018)

Kedua, Atmosfer memiliki pengaruh positif pada Kepuasan Pelanggan di restoran tradisional. Pada hasil uji hipotesis ketiga dimensi atmosfer yaitu culture value, desain interior, dan ambience memberikan hasil yang positif signifikan saling berhubungan. Berdasarkan hasil penelitian ini, pelanggan menyukai atmosfer pada desain interior restoran dan memperhatikan dekorasi restoran Raminten yang mengusung tema tradisional sehingga memberikan dampak positif pada kepuasan pelanggan saat menikmati makanan. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.4 yang merupakan hasil dari tanggapan responden mengenai variabel atmosfer. Pada penelitian sebelumnya oleh Wall and Berry, (2007); Jang, (2010) mengemukakan bahwa lingkungan fisik pada restoran mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas restoran. Serta studi-studi empiris yang menunjukkan bahwa lingkungan fisik restoran dapat mempengaruhi persepsi

pelanggan saat menikmati makanan di restoran (Jang, 2010).

Ketiga, Kualitas Makanan memiliki pengaruh positif pada Kepuasan Pelanggan. Pada penelitian sebelumnya dikatakan bahwa kualitas makanan adalah salah satu komponen yang sangat berpengaruh pada pengalaman pelanggan dan penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas makanan berdampak positif pada kepuasan konsumen dan kesetiaan pelanggan (Namkung *et al*, 2007; Sulek dan Hensley, 2004). Restoran Raminten dapat menghadirkan makanan dan minuman yang enak serta menawarkan menu yang sangat beragam sesuai dengan selera pelanggan sehingga memberikan dampak positif pada kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini juga dibuktikan bahwa kualitas makanan memberikan pengaruh positif pada kepuasan pelanggan, hal tersebut telah dibuktikan pada pengujian hipotesis yang dijelaskan pada Tabel 4.15.

Selanjutnya yaitu, Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif pada Kesetiaan Pelanggan. Tinjauan literatur yang dilakukan oleh (Kumar *et al*, 2013; Francioni *et al*, 2018) pada 10 studi yang menguji hubungan antara kepuasan dan kesetiaan pelanggan, 6 kasus diantaranya menghasilkan hubungan yang positif. Hal tersebut diperkuat pada pernyataan penelitian sebelumnya bahwa kepuasan telah diakui secara umum sebagai faktor pendorong yang paling penting dalam mempengaruhi kesetiaan pelanggan (Francioni *et al*, 2018). Pada penelitian ini kepuasan dan kesetiaan pelanggan juga menghasilkan hubungan yang positif, hal tersebut dapat dilihat pada pengujian hipotesis dan hasil tanggapan responden yang menyatakan bahwa pengalaman aktual yang mereka dapatkan sesuai dengan harapan mereka. Berdasarkan hasil studi terdahulu telah dibuktikan bahwa terdapat suatu keterkaitan langsung dari kualitas dan kesetiaan pelanggan (Bell *et al*, 2005 ; Jang *et al*, 2010)