

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Data**

Deskripsi data yang dilakukan adalah dengan menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain:

##### **4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden**

Deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini antara lain adalah karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, responden berdasarkan usia dan karakteristik berdasarkan pekerjaan. Adapun rincian untuk masing-masing karakteristik tersebut dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

##### **1. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden**

Berikut ini gambaran deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

**Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase (%)</b>
Laki-Laki	59	59,0%
Perempuan	41	41,0%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

*Sumber : Data diolah pada Juli 2019*

Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 59 orang (59,0%) dan jumlah responden perempuan sebanyak 41 orang (41,0%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen yang paling banyak mengunjungi Warunk

Upnormal Bandar Lampung adalah laki-laki yaitu sebanyak 59 orang (59,0%).

## 2. Berdasarkan Usia Responden

Tabel di bawah ini memberi gambaran umum responden berdasarkan usia:

**Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia**

<b>NO</b>	<b>Usia (tahun)</b>	<b>Jumlah (orang)</b>	<b>Presentase (%)</b>
1	17 – 20 tahun	26	26,0
2	21 – 30 tahun	45	45,0
3	31 – 40 tahun	23	23,0
4	41 – 50 tahun	6	6,0
<b>Total</b>		100	100%

*Sumber : Data diolah tahun 2019*

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui responden dengan umur 17–20 tahun sebanyak 26 orang (26,0%), umur 21–30 tahun sebanyak 45 orang (45,0%), umur 31 – 40 tahun sebanyak 23 orang (23,0%), dan umur 41–50 tahun sebanyak 6 orang (6,0%). Tabel tersebut menunjukkan bahwa umur responden yang paling dominan yang pernah berkunjung ke Warunk Upnormal bandar lampung adalah responden dengan umur 21–30 tahun sebanyak 45 orang (45,0%), dan paling rendah pada umur 41–50 tahun sebanyak 6 orang (6,0%).

## 3. Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berikut ini adalah tabel yang menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan:

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Pegawai Negeri	16	16,0
2	Pegawai Swasta	18	18,0
3	Wiraswasta	9	9,0
4	Pelajar/Mahasiswa	52	52,0
5	Lainnya	5	5,0

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diketahui bahwa mahasiswa menempati tingkat tertinggi, artinya konsumen yang paling banyak menggunakan produk Warunk Upnormal Bandar Lampung adalah dari kalangan mahasiswa & pelajar dengan jumlah responden sebanyak 52 orang.

#### 4.1.2 Deskripsi Jawaban Resoponden

Hasil jawaban mengenai kuesioner yang disebar kepada 30 responden sebagai berikut:

**Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden *Ambient Condition* (X1)**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Aroma makanan di Warunk Upnormal membangkitkan hasrat untuk makan.	31	31.0	61	61.0	8	8.0	0	0.0	0	0.0

2	Cahaya lampu dalam Warunk Upnormal terang.	29	29. 0	57	57. 0	14	14. 0	0	0.0	0	0.0
3	Musik menciptakan rileksasi saat berada dalam Warunk Upnormal.	26	26. 0	54	54. 0	20	20. 0	0	0.0	0	0.0
4	Suhu udara di sekitar Warunk Upnormal terasa sejuk	44	44. 0	53	53. 0	3	3.0	0	0.0	0	0.0
5	Aroma ruangan Warunk Upnormal menimbulkan hasrat untuk tinggal lebih lama	32	32. 0	52	52. 0	16	16. 0	0	0.0	0	0.0
6	Warna gerai Warunk Upnormal memberi kesan nyaman saat di lihat konsumen.	16	16. 0	57	57. 0	27	27. 0	0	0.0	0	0.0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa pernyataan tentang *ambient condition* yang paling tinggi direspon adalah pernyataan nomor 4 mengenai Suhu udara di sekitar Warunk Upnormal terasa sejuk mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju sebanyak

44 orang atau (44%), sedangkan pernyataan no. 6 mengenai Warna gerai Warunk Upnormal memberi kesan nyaman saat di lihat konsumen mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 16 orang atau (16%).

**Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel *Spatial Layout dan Functionilty (X2)***

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Tata letak furnitur tersusun rapih	44	44. 0	54	54. 0	2	2.0	0	0.0	0	0.0
2	Tata letak peralatan mesin diatur menurut fungsinya.	32	32. 0	53	53. 0	15	15. 0	0	0.0	0	0.0
3	Tata letak peralatan seperti permainan mudah dijangkau oleh konsumen untuk digunakan.	46	46. 0	44	44. 0	10	10. 0	0	0.0	0	0.0
4	Tata letak meja dan kursi di ruangan tersusun dengan baik.	30	30. 0	52	52. 0	18	18. 0	0	0.0	0	0.0

5	Tata letak peralatan makan tersusun rapih	35	35.0	53	53.0	12	12.0	0	0.0	0	0.0
6	Peralatan terjamin kebersihannya	39	39.0	51	51.0	10	10.0	0	0.0	0	0.0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa pernyataan tentang *spatial layout and functionality* yang paling tinggi direspon adalah pernyataan nomor 3 mengenai Tata letak peralatan seperti permainan mudah dijangkau oleh konsumen untuk digunakan mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju sebanyak 46 orang atau (46%), sedangkan pernyataan nomor 4 mengenai Tata letak meja dan kursi di ruangan tersusun dengan baik mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 30 orang atau (30%).

**Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel *Signs, Symbols and Artifact* (X3)**

No	Jawaban
----	---------

	Pernyataan	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Symbol “Dilarangan Merokok” disalah satu ruangan, dapat memudahkan mencari lokasi, merokok dan bebas asap rokok	45	45. 0	49	49. 0	6	6.0	0	0.0	0	0.0
2	Tanda tempat toilet yang mudah di lihat, mempermudah untuk menemukannya	42	42. 0	58	58. 0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
3	Hiasan sepeda yang di pajang di ruangan menambahkan kesan yang menarik	40	40. 0	56	56. 0	4	4.0	0	0.0	0	0.0
4	Lukisan yang dipasang di dinding Warunk Upnormal	38	38. 0	50	50. 0	12	12. 0	0	0.0	0	0.0

	memberi kesan artistik.										
5	Tanaman hias di sekitar ruangan menimbulkan rasa nyaman untuk berada di Warunk Upnormal.	35	35. 0	55	55. 0	10	10. 0	0	0.0	0	0.0
6	Graffiti yang ada di dinding Warunk Upnormal memberi kesan indah.	21	21. 0	60	60. 0	19	19. 0	0	0.0	0	0.0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa pernyataan tentang *signs, symbol, and artifact* yang paling tinggi direspon adalah pernyataan nomor 1 mengenai Symbol (Dilarangan Merokok) disalah satu ruangan, dapat memudahkan mencari lokasi, merokok dan bebas merokok mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju sebanyak 45 orang atau (45,0%), sedangkan pernyataan no. 6 mengenai Graffiti yang ada di dinding Warunk Upnormal memberi kesan indah mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 21 orang atau (21%).

**Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

No	Jawaban
----	---------



	Pernyataan	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya merasa puas dengan pelayanan Warunk Upnormal	33	33.0	52.	52.0	15	15.0	0	0.0	0	0.0
2	Ekspektasi saya terpenuhi selama berkunjung ke Warunk Upnormal	40	40.0	56	56.0	4	4.0	0	0.0	0	0.0
3	Saya merasa puas dengan harga yang ditawarkan oleh Warunk Upnormal	31	31.0	50	50.0	9	19.0	0	0.0	0	0.0
4	Saya ingin berkunjung kembali ke Warunk Upnormal	47	47.0	51	51.0	2	2.0	0	0.0	0	0.0
5	Saya merekomendasikan Warunk Upnormal kepada orang lain	33	33.0	48	48.0	9	19.0	0	0.0	0	0.0
6	Saya akan	24	24.0	56	56.0	2	20.0	0	0.0	0	0.0

memilih Warunk Upnormal meskipun ada tawaran gerai lain yang lebih murah		0		0	0	0				
--	--	---	--	---	---	---	--	--	--	--

Sumber : Data diolah tahun 2019

Dari tabel 4.7 diketahui bahwa pernyataan tentang Kepuasan konsumen yang paling tinggi direspon adalah pernyataan nomor 4 mengenai Saya ingin berkunjung kembali ke Warunk Upnormal mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju sebanyak 47 orang atau (47,0%), sedangkan pernyataan no. 6 mengenai Saya akan memilih Warunk Upnormal meskipun ada tawaran gerai lain yang lebih murah mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 24 orang atau (24,0%)

## 4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

### 4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden diuji dengan menggunakan uji validitas dan uji realibilitas. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*. Hasil pengujian validitas menggunakan kriteria pengujian untuk uji ini adalah apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka valid dan apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka tidak valid.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kuesioner**

*Ambient Condition*

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,390	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Butir 2	0,644	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,455	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,393	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,755	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,771	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan pada tabel 4.8 hasil uji validitas variabel *ambient condition* (X1) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel *ambient condition* dimana nilai  $r_{hitung}$  butir 1 = 0,390 ; nilai  $r_{hitung}$  butir 2 = 0,644 ; nilai  $r_{hitung}$  butir 3 = 0,455 ; nilai  $r_{hitung}$  butir 4 = 0,393 ; nilai  $r_{hitung}$  butir 5 = 0,755 ; nilai  $r_{hitung}$  butir 6 = 0,771. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,361), dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu pada butir pertanyaan 5 mengenai aroma ruangan Warunk Upnormal menimbulkan hasrat untuk tinggal lebih lama sebesar 0,755 dan paling rendah pada butir pertanyaan 1 mengenai aroma makanan di Warunk Upnormal membangkitkan hasrat untuk makan. sebesar 0,390. Dengan demikian seluruh item pernyataan *ambient condition* dinyatakan valid.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kuesioner**  
*Spatial Layout and Functionlity*

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,819	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,819	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,839	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Butir 4	0,782	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,740	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,839	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan pada tabel 4.9 hasil uji validitas variabel *Spatial layout & functionality* (X2) menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel *Spatial layout & functionality* dimana nilai  $r_{hitung}$  butir 1 = 0,819 ;  $r_{hitung}$  butir 2 = 0,819 ;  $r_{hitung}$  butir 3 = 0,839 ;  $r_{hitung}$  butir 4 = 0,782 ;  $r_{hitung}$  butir 5 = 0,740 ;  $r_{hitung}$  butir 6 = 0,839 Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,361), dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu pada butir pertanyaan 1 dan 2 mengenai tata letak peralatan seperti permainan mudah dijangkau oleh konsumen untuk digunakan dan Peralatan terjamin kebersihannya sebesar 0,839, dan paling rendah pada butir pertanyaan 5 mengenai tata letak peralatan makan tersusun rapih sebesar 0,740. Dengan demikian seluruh item pernyataan *Spatial layout and functionality* dinyatakan valid.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kuesioner**

*Signs, Symbol, Artifacts*

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,516	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,667	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,750	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,699	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Butir 5	0,591	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,614	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan pada tabel 4.10 hasil uji validitas variabel *Signs*, *Symbol*, *Artifacts* (X3) menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel *Signs*, *Symbol*, *Artifacts* dimana nilai  $r_{hitung}$  butir 1 = 0,516 ;  $r_{hitung}$  butir 2 = 0,667 ;  $r_{hitung}$  butir 3 = 0,750 ;  $r_{hitung}$  butir 4 = 0,699 ;  $r_{hitung}$  butir 5 = 0,591 ;  $r_{hitung}$  butir 6 = 0,614. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,361), dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu pada butir pertanyaan 3 mengenai hiasan sepeda yang di pajang di ruangan menambahkan kesan yang menarik sebesar 0,750, dan paling rendah pada butir pernyataan 1 mengenai symbol “Dilarangan Merokok” disalah satu ruangan, dapat memudahkan mencari lokasi, merokok dan bebas asap rokok. Dengan demikian seluruh item pernyataan *signs*, *symbol* and *artifact* diyatakan valid.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kuesioner  
Kepuasan konsumen**

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,509	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,597	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,574	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,461	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,650	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Butir 6	0,717	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
---------	-------	-------	--------------------------	-------

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan pada tabel 4.11 hasil uji validitas variabel Kepuasan konsumen (Y) menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel Kepuasan konsumen dimana nilai  $r_{hitung}$  butir 1 = 0,509 ;  $r_{hitung}$  butir 2 = 0,597 ;  $r_{hitung}$  butir 3 = 0,574 ;  $r_{hitung}$  butir 4 = 0,461 ;  $r_{hitung}$  butir 5 = 0,650 ;  $r_{hitung}$  butir 5 = 0,650 ;  $r_{hitung}$  butir 6 = 0,717. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,361), dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu pada butir pertanyaan 6 mengenai saya akan memilih Warunk Upnormal meskipun ada tawaran gerai lain yang lebih murah dan paling rendah pada butir pernyataan 4 mengenai Saya ingin berkunjung kembali ke Warunk Upnormal. . Dengan demikian seluruh item pernyataan Kepuasan konsumen dinyatakan valid.

#### 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka pengujian kemudian melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrumen variabel mengenai kepuasan konsumen atas pelayanan berdasarkan kepentingan dan kinerja menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program IBM SPSS 20. Hasil uji reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien alpha chronbach	Koefisien r	Simpulan
<i>Ambient Condition</i>	0,594	0,4000 – 0,5999	Sedang
<i>Spatial Layout &amp;</i>	0,888	0,8000 – 0,9999	Sangat Tinggi

<i>Functionality</i>			
<i>Signs, symbols, &amp; Artifacts</i>	0,703	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Kepuasan konsumen	0,617	0,6000 – 0,7999	Tinggi

Sumber : Data diolah pada tahun 2019

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.13 variabel *Ambient Condition* memperoleh nilai cronbach's alpha sebesar 0,594 yang berarti variabel tersebut memiliki tingkat reliabilitas sedang. Variabel *Spatial Layout & Functionality* memiliki nilai cronbach 0,888 yang berarti bahwa variabel ini memiliki tingkat reliabilitas sangat tinggi. Kemudian variabel *Signs, symbols & artifacts* memiliki nilai 0,703 yang berarti bahwa variabel tersebut memiliki reliabilitas tinggi. Dan variabel Kepuasan konsumen memperoleh nilai cronbach sebesar 0,617 yang berarti bahwa variabel ini memiliki reliabilitas tinggi. Dengan kata lain dapat disimpulkan seluruh variabel yang digunakan reliabel.

### 4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

#### 4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas sampel untuk menguji apakah kita menggunakan data sampel yang diambil dari sejumlah populasi terlebih dahulu perlu diuji kenormalitasan sampel tersebut dengan tujuan apakah jumlah sampel tersebut sudah representatif atau belum sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan.

**Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas One-Sample Test**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
<i>Ambient conditions</i>	0,855	0,05	Sig > 0,05	Normal
<i>Spatial layout functionality</i>	0,823	0,05	Sig > 0,05	Normal
<i>Signs, symbol, and artifact</i>	0,426	0,05	Sig > 0,05	Normal

Sumber : Data diolah,2019

Berdasarkan hasil tabel 4.13 diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *ambient conditions* = 0,855, nilai signifikansi variabel *spatial layout functionality* = 0,823, dan nilai signifikansi variabel *signs, symbol, and artifact* = 0,426, berdasarkan tabel tersebut diketahui nilai signifikansi seluruh variabel > 0,05 yang berarti bahwa seluruh data berasal dari populasi berdistribusi normal.

#### 4.3.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi gejala heteroskedastisitas atau tidak pada data dalam pengujian penelitian.

**Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
<i>Ambient conditions</i>	0,896	0,05	Sig > 0,05	Tidak terjadi Heterokedastisitas
<i>Spatial layout and functionality</i>	0,888	0,05	Sig > 0,05	Tidak terjadi Heterokedastisitas
<i>Signs, symbol and artifact</i>	0,639	0,05	Sig > 0,05	Tidak terjadi



				Heterokedastisitas
--	--	--	--	--------------------

Sumber : data diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat pada tabel coefficients diperoleh nilai sig *ambient conditions* (X1) sebesar  $0,0896 > 0,05$ , *spatial layout and functionality* (X2)  $0,888 > 0,05$ , dan *signs, symbol and artifact* (X3)  $0,639 > 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa variabel *ambient conditions* (X1), *spatial layout and functionality* (X2), dan *signs, symbol and artifact* (X3) terbebas dari gejala heteroskedastisitas atau tidak ada gejala heteroskedastisitas.

#### 4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antara sesama variabel independent.

**Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Kondisi	Simpulan
<i>Ambient conditions</i>	0,790	1,266	VIF<10	Tidak ada gejala multikolinieritas
<i>Spatial layout and functionality</i>	0,646	1,548	VIF<10	Tidak ada gejala multikolinieritas
<i>Signs, symbol and artifact</i>	0,784	1,275	VIF<10	Tidak ada gejala multikolinieritas

Sumber : data diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat hasil perhitungan pada tabel coefficients diperoleh nilai *ambient conditions* (X1) sebesar  $1,266 < 10$

atau nilai collonerty tolerance sebesar  $0,790 > 0,1$ , *spatial layout and functionality* (X2) sebesar  $1,548 < 10$  atau nilai collonerty tolerance sebesar  $0,646 > 0,1$ , *signs, symbol and artifact* (X3) sebesar  $1,275 < 10$  atau nilai collonerty tolerance sebesar  $0,784 > 0,1$ . Artinya karena nilai VIF  $< 10$  dan nilai tolerance mendekati 1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas.

#### 4.3.4 Uji Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk melihat apakah ada hubungan linier antara error serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (data time series).

**Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi**

Nilai D-W	Tabel D-W	Kondisi	Simpulan
1,768	1,651	Nilai D-W > Tabel D-W	Tidak terdapat autokorelasi

*Sumber : data diolah, 2019*

Dari tabel 4.15 didapatkan nilai d yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,768. Sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data  $(n) = 100$  sebesar 1,651. Maka nilai d  $1,768 > dl$  1,651 yang berarti dapat disimpulkan bahwa terdapat autokorelasi negatif.

#### 4.4 Hasil Analisis Data

##### 4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data maka diperoleh data analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

**Tabel 4.17 Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Beta
Ambient conditions	0,171
Spatial layout and functionality	0,577
Signs, symbol and artifact	0,264

*Sumber : Data diolah, 2019*

Berdasarkan tabel diatas, kemudian dimasukkan dalam persamaan:

$$Y = 0,171 X_1 + 0,577 X_2 + 0,264 X_3 + e$$

Hasil persamaan tersebut menunjukkan bahwa *ambient conditions*, *spatial layout and functionality*, dan *signs, symbol and artifact* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

- a. Setiap terjadi peningkatan nilai pada variabel *ambient conditions* maka kepuasam konsumen akan meningkat.
- b. Setiap terjadi peningkatan nilai pada *variabel spatial layout and functionality* maka kepuasan konsumen akan meningkat.
- c. Setiap terjadi peningkatan nilai pada *signs, symbol and artifact* maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Berdasarkan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai koefisien regresi *spatial layout and functionality* lebih besar dari pada koefisien *ambient conditions* dan *signs, symbol and artifact*. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel *spatial layout and functionality* lebih tinggi atau dominan dibandingkan *ambient conditions* dan *signs, symbol and artifact* dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Warunk Upnormal.

#### 4.4.2 Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan apakah suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data maka diperoleh:

**Tabel 4.18 Uji t**

Variabel	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
Ambient condition	2,509	1,660	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Berpengaruh
Spatial layout and functionality	7,656	1,660	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Berpengaruh
Sign, symbol, and artifact	3,859	1,660	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Berpengaruh

Sumber : Data diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui bahwa hasil uji  $t_{hitung}$  untuk variabel *ambient condition* sebesar 2,509 ( $t_{hitung} = 2,509 > t_{tabel} = 1,660$ ) yang berarti bahwa ada pengaruh *ambient condition* terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Upnormal. Hasil uji  $t_{hitung}$  untuk variabel *Spatial layout and functionality* sebesar 7,656 ( $t_{hitung} = 7656 > t_{tabel} = 1,660$ ) yang berarti bahwa ada pengaruh *Spatial layout and functionality* terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Upnormal. Hasil uji  $t_{hitung}$  untuk variabel *Sign, symbol, and artifact* sebesar 3,859 ( $t_{hitung} = 3,859 > t_{tabel} = 1,660$ ) yang berarti bahwa ada pengaruh *Sign, symbol, and artifact* terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Upnormal.

#### 4.4.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien adalah  $0 < R^2 < 1$ . Koefisien determinasi yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Penggunaan *R square* adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model.

Setiap tambahan variabel independen kedalam model , maka *R square* pasti meningkat tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan atau tidak. Tidak seperti *R square*, nilai *adjusted R square* dapat naik atau turun apabila terdapat apabila terdapat tambahan variabel independen kedalam model. Koefisien determinasi ambient condition, spatial layout and functionality, dan sign, symbol and artifact terhadap kepuasan konsumen di Warunk Upnormal bandar lampung adalah sebagai berikut

**Tabel 4.20 Hasil Koefisien determinasi**

Variabel	R	R Square
<i>Ambient condition, spatial layout and functionality, dan signs, symbol and artifact</i>	0,805	0,647

Sumber : Data diolah,2019

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui bahwa nilai  $R^2 = 0,647 \times 100\% = 64,7\%$  yang artinya besarnya *ambient condition, spatial layout and functionality, dan sign, symbol and artifact* terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Upnormal adalah sebesar 64,7% sedangkan selebihnya sebesar 35,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang dikaji dalam penelitian ini.

#### 4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan didapat bahwa *ambient condition, spatial layout and functionality, dan signs, symbol and artifact* memiliki kontribusi yang signifikan untuk mempengaruhi para konsumen akan kepuasan yang didapatkan nya pada Warunk Upnormal di Bandar Lampung, dari variabel tersebut yaitu *ambient condition, spatial layout and functionality, dan signs, symbol and artifact* memiliki dampak yang hampir sama dimana *spatial layout and functionality* memiliki nilai

dampak yang lebih besar dibandingkan *ambient condition* dan *signs, symbol and artifact* itu sendiri. Oleh karena nya untuk dapat membuat Warunk Upnormal menjadi restoran favorit bagi masyarakat di Bandar Lampung, perlu untuk meningkatkan layanan *servicescape* yang ada di Warunk Upnormal Bandar Lampung.

Variabel *ambient condition* di penelitian ini yang diartikan sebagai karakteristik lingkungan yang berkenaan dengan ke lima panca indera dan dimana itu yang dirasakan oleh konsumen yang sedang berada di Warunk Upnormal, Manajemen Warunk Upnormal perlu memperhatikan beberapa elemen yang membentuk *ambient condition* seperti: temperatur udara , pencahayaan, kebisingan, musik, aroma atau bau, dan warna dimana semua faktor ini sangat mempengaruhi bagaimana orang merasakan, berpikir, dan merespon terhadap keberadaan suatu produk atau jasa.

Untuk dapat meningkatkan *ambient condition* dimana temperatur udara harus lah selalu stabil dalam kata lain temperatur udara di Warunk Upnormal harus lah selalu sejuk agar dapat menimbulkan rasa nyaman saat berada di Warunk Upnormal Bandar Lampung, pemberian pencahayaan di Warunk Upnormal harus lah merata dan mestinya diberikan lampu hias yang dapat menimbulkan keindahan akan Warunk Upnormal tersebut, Warunk Upnormal dekat akan jalan raya dimana itu dapat menyebabkan kebisingan, pihak Warunk Upnormal bisa dapat memberikan musik untuk dapat menutupi suara bising yang ada diluar dimana menggunakan musik yang santai untuk membuat kosumen lebih merasa nyaman berada di Warunk Upnormal, untuk aroma atau bau disini terdapat dua jenis yang pertama aroma makanan dan kedua aroma ruangan, untuk aroma makanan sudah mendapat nilai yang cukup tinggi, harus lebih dipertahankan, dan untuk aroma ruangan harus di tambahai parfume ruangan yang dapat membuat konsumen nyaman, terutama dibagian atas luar itu masih ada aroma yang tidak sedap, di harapkan lebih teliti dalam membersihkan

sekitar Warunk Upnormal tersebut, dan yang terakhir warna dimana apa yang dilihat kesan pertama dari konsumen itu adalah warna nya, warna harus mengikuti tren saat ini dimana itu dapat membuat konsumen menjadi tertarik karna dengan warna yang bagus itu dapat membuat tempat spot berfoto bagi konsumen dan membuat konsumen lebih enjoy saat berada di Warunk Upnormal Bandar Lampung.

Variabel *spatial layout and functionality* dalam penelitian ini berbicara tentang layanan yang mana pada umumnya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, oleh karena itu tata ruang itu sangat penting. Spatial layout menunjukkan bagaimana mesin, peralatan furnitur diatur atau disusun, yang dapat membuat konsumen merasa puas apa yang mereka dapat kan setelah datang ke Warunk Upnormal di Bandar Lampung.

Untuk meningkatkan *spatial layout and functionality* penempatan atau susunan peralatan yang di Warunk Upnormal haruslah rapi dan memberikan kesan yang unik untuk menarik konsumen lebih nyaman saat berada di Warunk Upnormal Bandar Lampung, dan penempatan mesin harus sesuai fungsinya dan dapat di lihat langsung oleh konsumen saat prosesnya, dan di tambah lagi penempatan seperti meja dan kursi buat agar konsumen merasa lebih leluasa saat sedang berkumpul dengan teman atau keluarga karena kebanyakan dari mereka yang mengunjungi restoran itu selalu ramai – ramai, dan penempatan itu sangat lah penting untuk meningkatkan kesan yang baik bagi perusahaan.

Variabel *signs, symbol, and artifact*, meliputi tanda – tanda, symbol, dan dekorasi atau grafiti yang ada di Warunk Upnormal di Bandar Lampung untuk membuat para konsumen lebih senang saat berada di Warung Upnormal Bandar Lampung.

Untuk meningkatkan *signs, symbol, and artifact* dimana tanda sangat penting bagi konsumen seperti tanda petunjuk toilet agar membuat konsumen tidak bingung saat mencari letak toilet berada, symbol seperti tempat bebas merokok agar kosumen yang merokok bisa lebih nyaman akan merokok dan tidak mengganggu konsumen lain yang tidak merokok, dan artifact dekorasi yang dapat membuat nilai lebih di Warunk Upnormal untuk membuat kesan yang indah saat di pandang dan menjadi tempat spot foto bagi anak – anak muda yang sekarang, di tambah lagi grafity yang menarik yang mengikuti tren masa kini, dan berikan khiasan dekorasi – dekorasi pendukung seperti bungan – bungan untuk memberikan kesan keindahan ruangan tersebut, agar Warunk Upnormal dapat menjadi restoran favorit bagi masyarakat Bandar Lampung.