

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal dengan teknik kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:55), penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Hubungan kausal merupakan hubungan yang sifatnya sebab-akibat, salah satu variabel (*independen*) mempengaruhi variabel yang lain (*dependen*).

Penelitian asosiatif menggunakan teknik analisis kuantitatif atau statistik. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Definisi lain menyebutkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.

3.2 Sumber data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah. Jenis data yang digunakan dalam proses penelitian adalah :

Data primer

Data primer merupakan hasil tabulasi dari jawaban responden. Data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti yang diperoleh langsung dari responden. Data primer didapatkan dengan menggunakan instrumen kuesioner.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data yaitu:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan, dengan maksud untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Data tersebut diperoleh dengan cara:

- a. Kuesioner, yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui pengisian kuesioner secara langsung terhadap responden yang telah ditentukan sebagai sampel penelitian. Data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian yaitu mengenai Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung .

Untuk menyaring terhadap data tersebut, maka disediakan lima alternatif jawaban dengan masing-masing skor sebagai berikut:

- Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- Jawaban Setuju (S) diberi skor 4
- Jawaban Netral (N) diberi skor 3
- Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016), populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Untuk penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen yang sudah Pernah Berkunjung atau Melakukan Pembelian pada J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

Tabel 3.1
Jumlah Penduduk Kota Bandar Lampung

No.	Kecamatan	Jumlah Penduduk (Orang)
1.	Teluk Betung Barat	31 461
2.	Teluk Betung Timur	43 971
3.	Teluk Betung Selatan	41 550
4.	Bumi Waras	59 912
5.	Panjang	78 456
6.	Tanjung Karang Timur	39 183
7.	Kedamaian	55 533
8.	Teluk Betung Utara	53 423
9.	Tanjung Karang Pusat	53 982
10.	Enggal	29 655
11.	Tanjung Karang Barat	57 765
12.	Kemilimg	69 303
13.	Langkapura	35 839
14.	Kedaton	51 795
15.	Rajabasa	50 710
16.	Tanjung Senang	48 333
17.	Labuhan Ratu	47 347
18.	Sukarame	60 101
19.	Sukabumi	60 554
20.	Wayhalim	64 930

Sumber: BPS Kota Bandar Lampung, 2021

a. Tahap Pertama Penentuan Sampel Daerah

Tahap pertama ini ialah tahap penentuan sampel daerah. Pengambilan sampel dilakukan secara *random*/acak dengan cara melihat jumlah penduduk terbanyak. Populasi yang terdiri dari 20 kecamatan kemudian diklasifikasikan menjadi 13 cluster menurut ranking jumlah penduduk tertinggi dan berdasarkan lokasi/daerah masing-masing. Sehingga penentuan besarnya sampel yang diambil dihitung berdasarkan rumus Isac Michael, yaitu:

Rumus:
$$n = Z^2 pq/e^2$$

Dimana:

n = jumlah sampel yang diperlukan

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan sampel, yakni 95%

p = peluang benar 50%

q = peluang salah 50%

e = *Margin of Error* atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditolerir

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai Z sebesar 1,97 dan tingkat *error* maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = (1,97)^2 (0,5) (0,5) / (0,1)^2$$

$$n = 97,04$$

$$n = 98$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus diatas diperoleh sampel yang ideal minimal sebesar 97,04 yang dibulatkan menjadi 98 sampel. Namun nantinya jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Tabel 3.2
Penentuan Sampel Tahap Pertama (Sampel Daerah)

Kota Bandar Lampung	Cluster/Kecamatan	Jumlah Konsumen J.Co Donuts (orang)
	Panjang	78.456
	Kemiling	69.303
	Wayhalim	64.930
	Sukabumi	60.554
	Sukarame	60.101
	Bumi Waras	59.912
	Tanjung Karang Barat	57.765
	Kedamaian	55.533
	Tanjung Karang Pusat	53.982
	Teluk Betung Utara	53.423
	Kedaton	51.795
	Rajabasa	50.710
	Tanjung Seneng	48.333
Total	764.797	

b. Tahap Kedua Penentuan Sampel Individu

Pengambilan sampel pada tahap ini menggunakan teknik *stratified random sampling*. Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proposional. Agar semua kecamatan dapat terwakili, maka untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus sampling *Fraction Per*

$$\text{Cluster} : n_i = N_i/N \times n$$

Keterangan:

N_i =Banyaknya individu yang ada dalam *cluster*

N =Banyaknya populasi seluruhnya

n = Banyaknya sampel yang dimasukkan sampel

3.4.2 Sampel

Pengertian sampel yang dijelaskan oleh Sugiyono (2016) merupakan komponen dari seluruh karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Metode yang digunakan dalam sampel penelitian ini adalah Teknik *propability sampling*, yaitu *cluster sampling* yang artinya teknik penentuan sampel untuk menentukan penduduk atau kecamatan mana yang akan dijadikan sumber data. Teknik area (*cluster*) sampling ini, dilakukan dengan dua tahap yaitu, tahap penentuan daerah dan tahap penentuan individu.

Ada beberapa kriteria sampel yang saya gunakan yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.3
Kriteria Pemilihan Sampel

No.	Kriteria Pemilihan Sampel
1.	Usia responden 15 tahun sampai 45 tahun, baik laki-laki maupun perempuan yang Sudah Pernah Berkunjung atau Melakukan Pembelian pada J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung
2.	Sudah Pernah Melakukan Pembelian minimal Dua (2) Kali pada J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

Tabel 3.4
Penentuan Sampel Tahap Kedua (Sampel Individu)

	Cluster/Kecamatan	Sampel (Responden)
	Kota Bandar Lampung	Panjang
Kemiling		9
Wayhalim		8
Sukabumi		8
Sukarame		8
Bumi Waras		8
Tanjung Karang Barat		7
Kedamaian		7
Tanjung Karang Pusat		7
Teluk Betung Utara		7
Kedaton		7
Rajabasa		6
Tanjung Seneng		6
Total		98

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2016). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel adalah Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung .

3.5.1 Variabel Bebas (*Independen*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2009:39). Dalam penelitian ini variabel independen adalah Dimensi *Store Atmosphere* (X).

3.5.2 Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel terikat (*dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang diteliti. Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel atau dengan kata lain semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel.

Tabel 3.5
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Konsep Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Suasana Luar Toko (Exterior)	<i>Exterior</i> (bagian luar toko) memiliki pengaruh yang kuat pada citra toko, sehingga harus direncanakan dengan sebaik mungkin.	Menurut Mukminatun (2020) Karakteristik <i>exterior</i> mempunyai pengaruh yang kuat pada citra toko tersebut, sehingga harus direncanakan dengan sebaik mungkin.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Storefront</i> (Bagian Muka Toko) 2. <i>Marquee</i> (Simbol) 3. <i>Entrance</i> (Pintu Masuk) 4. <i>Display Window</i> 5. <i>Parking</i> (Tempat Parkir) <p>Sumber : Mukminatun (2020)</p>	Interval
General Interior (Bagian Dalam Toko)	<i>General interior</i> (bagian dalam toko) adalah desain <i>interior</i> dari suatu toko harus dirancang untuk memaksimalkan <i>visual merchandising</i>	Menurut Mukminatun (2020) Yang paling utama yang dapat membuat penjualan setelah pembeli berada di toko adalah <i>display</i> . Desain interior dari suatu toko harus dirancang untuk memaksimalkan <i>visual merchandising</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Flooring</i> (Lantai) 2. <i>Color and Lightening</i> (Warna dan Pencahayaan) 3. <i>Scent and Sound</i> (Aroma dan Musik) 4. <i>Cleanliness</i> (Kebersihan) <p>Sumber : Mukminatun (2020)</p>	Interval
Store Layout (Penataan Toko)	<i>Store layout</i> adalah salah satu elemen penting yang ada dalam faktor suasana toko, karena dengan melakukan <i>store layout</i> yang benar, seorang pengusaha ritel mendapatkan perilaku konsumen yang diharapkan.	Menurut Mukminatun (2020) Pengelola <i>cafe</i> harus mempunyai rencana dalam penentuan lokasi dan fasilitas toko. Pengelola <i>cafe</i> juga harus memanfaatkan ruangan <i>café</i> yang ada seefektif mungkin.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Allocation of floor space for selling, personnel, and customers.</i> 2. <i>Traffic Flow</i> (Arus Lalu Lintas) <p>Sumber : Mukminatun (2020)</p>	Interval

<p>Interior Display (Tampilan Interior)</p>	<p><i>Interior Display</i> yang baik yaitu yang dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu mereka agar lebih mudah memperhatikan, mengamati, dan memilih barang sehingga akhirnya melakukan pembelian.</p>	<p>Menurut Mukminatun (2020) Interior (<i>Point of Purchase</i>) Display. Setiap jenis <i>point of purchase display</i> menyediakan konsumen informasi, menambah suasana toko dan melayani promosi.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Assortment display</i> 2. <i>Theme-setting display</i> 3. <i>Ensemble display</i> 4. <i>Rack and cases display</i> 5. <i>Posters, signs, and cards display</i> <p>Sumber : Mukminatun (2020)</p>	<p>Interval</p>
<p>Kepuasan Konsumen (Y)</p>	<p>Kepuasan seseorang dalam sebuah pembelian tergantung pada kualitas produk dan jasa. Kualitas terpahami sebagai kecocokan untuk digunakan dalam pemenuhan tuntutan dimana totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen.</p>	<p>Kepuasan Konsumen menurut Kotler & Amrstrong (2018) adalah kepuasan yang didasari atas sesuatu hal yang dirasa oleh pembeli atas kinerja barang/jasa yang telah dikonsumsi lalu dibandingkan dengan harapan dari pembeli tersebut atas barang / jasa tersebut.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli kembali 2. Menciptakan <i>Word-of-Mouth</i> 3. Menciptakan citra merek 4. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama. <p>Sumber : Kotler & Amrstrong (2018)</p>	<p>Interval</p>

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas Instrumen

Menurut Sugiono (2016) Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam melakukan pengujian ini peneliti menggunakan 30 responden, alasan peneliti menggunakan 30 responden karna distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurve normal dan dianggap mewakili. Metode uji kevalidan yang digunakan adalah *Korelasi Product Moment* dengan kriteria sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{[(n \sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [(n \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

r = Korelasi antara variabel X dan Y

n = Jumlah responden

X = Jumlah skor item

Y = Jumlah skor total seluruh item

Prosedur pengujian:

1. H_0 : data valid
 H_a : data tidak valid
2. Bila $r_{hitung} > r_{Tabel}$ maka instrumen valid
Bila $r_{hitung} < r_{Tabel}$ maka instrumen tidak valid
3. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{Tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{Tabel} maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya

3.7.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Menurut Sugiono (2016) uji reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabel artinya dapat dipercaya, untuk mengetahui tingkat reliabel kuisisioner maka digunakan rumus Alpha Cronbach berikut ini:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum ob^2}{oi^2} \right]$$

dimana

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya soal

$\sum ob^2$ = Jumlah varians butir

oi^2 = Varians total

Prosedur pengujian:

1. H_0 : data reliabel

H_a : data tidak reliabel

2. Bila $r_{hitung} > r_{Tabel}$ maka instrumen reliabel

Bila $r_{hitung} < r_{Tabel}$ maka instrumen tidak reliabel

Tabel 3.6

Interprestasi nilai r Korelasi Product Moment

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000-1,0000	Sangat tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Cukup
0,2000-0,3999	Rendah
0,0000-0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiono (2016)

- Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).
- Kesimpulan hasil dari 1 dan 2

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Data

Menurut Rambat Lutfiando dan Ridho Barmulya Ikhsan (2015) uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis apakah penyebarannya normal atau tidak, maka kita tidak dapat menggunakan analisis parametric melainkan menggunakan analisis non-parametrik. Namun ada solusi lain jika data tidak berdistribusi normal, yaitu dengan menambah lebih banyak jumlah sampel. Penggunaan uji Kolomogrof-Smirnov atau uji K-S termasuk dalam golongan non-parametrik karena peneliti belum mengetahui apakah data yang digunakan termasuk data parametrik atau bukan. Pada uji K-S data dikatakan normal apabila nilai $Sign > 0.05$.

Prosedur pengujian :

1. H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.
 H_a : Data berasal dari populasi tidak berdistribusi normal.
2. Apabila nilai (sig) < 0.05 berarti sampel tidak normal.
Apabila nilai (sig) > 0.05 berarti sampel normal.
3. Pengujian normalitas data melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0)

3.8.2 Uji Linieritas

Menurut Rambat Lutfiando dan Ridho Barmulya Ikhsan (2015) Uji linieritas yaitu untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi ataupun regresi linier dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0.05. dengan kata lain, uji linieritas dalam pengujian asumsi regresi dapat terpenuhi, yaitu variabel Y merupakan fungsi linier dari gabungan variabel-variabel X.

Prosedur pengujian :

1. H_0 : Model regresi berbentuk linier.
 H_a : Model regresi tidak berbentuk linier.
2. Jika probabilitas (sig) > 0.05 maka H_0 diterima.

Jika probabilitas (sig) < 0.05 maka H_0 ditolak.

3. Kesimpulan
4. Pengujian normalitas data melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0)

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji ini tidak boleh terdapat multikolinieritas diantara variabel penjelas pada model tersebut yang di indikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel penjelas. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*variance inflation factor*). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolinieritas, sedangkan unsur $(1 - R^2)$ di sebut *collinierty tolerance*, artinya jika nilai *collinierty tolerance* dibawah 0,1 maka ada gejala multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas
2. Jika nilai tolerance $< 0,1$ maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinieritas
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0).

Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) $> 0,1$ maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

3.9 Metode Analisis Data

Sugiono (2016) menyatakan bahwa Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan respon, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Analisis ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel terikat (Y) terhadap dua atau lebih variabel (X) dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Konsumen

X₁ : *Exterior*

X₂ : *General Interior*

X₃ : *Store Layout*

X₄ : *Interior Display*

a : Konstanta

et : error tern

b₁,b₂: Koefisien regresi

3.10 Pengujian Hipotesis

Agar dapat diketahui apakah diantara variabel ada yang mempunyai pengaruh harus dilakukan pengujian hipotesis.

3.10.1 Uji t atau Uji Parsial

1. Pengaruh *Exterior* (X₁) terhadap Kepuasan Konsumen

Ho = *Exterior* (X₁) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung .

Ha = *Exterior* (X₁) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung .

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{Tabel}$ maka Ho ditolak.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{Tabel}$ maka Ho diterima

2. *General Interior* (X₂) terhadap Kepuasan Konsumen

Ho = *General Interior* (X₂) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung .

$H_a = \text{General Interior } (X_2)$ berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung .

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{Tabel}$ maka H_0 ditolak.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{Tabel}$ maka H_0 diterima

3. Pengaruh *Store Layout* (X_3) terhadap Kesetiaan Konsumen

$H_0 = \text{Store Layout } (X_3)$ tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung .

$H_a = \text{Store Layout } (X_3)$ berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung .

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{Tabel}$ maka H_0 ditolak.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{Tabel}$ maka H_0 diterima

4. Pengaruh *Interior Display* (X_4) terhadap Kepuasan Konsumen

$H_0 = \text{Interior Display } (X_4)$ tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung .

$H_a = \text{Interior Display } (X_4)$ berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung .

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{Tabel}$ maka H_0 ditolak.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{Tabel}$ maka H_0 diterima

3.10.2 Uji F atau Uji Simultan

Uji f : Pengaruh *Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display, Assurance* Terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung .

$H_0 = \text{Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display, Assurance}$ tidak berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung .

$H_a = \text{Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display, Assurance}$ berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung .

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:
 - Jika nilai $f_{hitung} > f_{Tabel}$ maka H_0 ditolak
 - Jika nilai $f_{hitung} < f_{Tabel}$ maka H_0 diterima
2. Menentukan nilai titik kritis untuk f table pada $db_1 = k$ dan $db_2 = n - k - 1$
3. Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai α (0,05) dengan kriteria sebagai berikut :
 - Jika nilai sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak
 - Jika nilai sig $> 0,05$ maka H_0 diterima
4. Menentukan kesimpulan uji hipotesis.
 - Metode pertama pengaruh *Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display, Assurance* terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung :

$f_{hitung} > f_{Tabel}$ = Tidak ada pengaruh *Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display, Assurance* terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung .

$f_{hitung} < f_{Tabel}$ = ada pengaruh *Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display, Assurance* terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung .
 - Metode kedua pengaruh *Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display, Assurance* terhadap Kesetiaan Konsumen *J&T* pada Di Bandar Lampung :

sig $< 0,05$ = Tidak terdapat pertama pengaruh *Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display, Assurance* terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung .

sig $> 0,05$ = terdapat pertama pengaruh *Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display, Assurance* terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.