

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah konsumen Restoran Lazatto yang ada di Kota Tasikmalaya. Pengambilan data untuk penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner secara langsung atau melalui *google form* kepada konsumen Restoran Lazatto yang ada di Kota Tasikmalaya.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang diperoleh merupakan data primer karena akan didapatkan hasil dengan menyebarkan kuesioner yang berisi jawaban dari konsumen Restoran Lazatto yang ada di Kota Tasikmalaya.

3.2.1. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2016:38), variabel penelitian merupakan atribut atau objek yang memiliki variasi terhadap suatu hal yang akan diteliti oleh peneliti agar dapat mempelajarinya sehingga mendapatkan kesimpulan dari penelitian tersebut. Penulis memilih judul yaitu pengaruh cita rasa, harga, kualitas pelayanan dan pendapatan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Lazatto di Kota Tasikmalaya. Penulis mengelompokkan variabel tersebut menjadi variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2016), variabel independen ini biasa disebut variabel bebas karena variabel ini mempengaruhi dan menyebabkan perubahan atau

timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independennya adalah harga (X_1), cita rasa (X_2), kualitas pelayanan (X_3) dan pendapatan pelanggan (X_4).

2. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2016), variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau mendapatkan akibat yang disebabkan oleh variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah loyalitas pelanggan (Y) Restoran Lazatto di Kota Tasikmalaya. Berikut ini adalah penjelasan variabel yang akan digunakan dalam penelitian:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

| No. | Variabel | Definisi Variabel | Indikator | Skala |
|-----|---------------------------------|--|--|----------------|
| 1. | Loyalitas Pelanggan (Y) | konsep loyalitas pelanggan dipahami sebagai kombinasi yang menguntungkan dari sikap pelanggan dan perilakunya yaitu akan menyebabkan pembelian kembali. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian ulang, 2. Membeli antar lini produk, 3. Merekomendasikan produk kepada orang lain, 4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing, dan 5. Menolak untuk berpindah apabila ada pesaing lain. | Ordinal |
| 2. | Harga (X_1) | jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau pun jasa yang sama dengan nilai yang akan ditukar oleh konsumen untuk mendapatkan suatu manfaat karena telah menggunakan produk/jasa yang sudah ditukarnya | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga, 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa, 3. Daya saing harga, 4. Kesesuaian harga dengan manfaat, dan 5. Harga yang ditetapkan dan diperkirakan dapat mempengaruhi konsumen. | Ordinal |

| | | | | |
|----|---|---|--|----------------|
| 3. | Cita Rasa (X₂) | cara pemilihan makanan yang dibedakan dari rasa yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur dan suhu. | 1. Bau, 2. Rasa, 3. Tekstur, 4. Aroma, dan 5. Rangsangan mulut. | Ordinal |
| 4. | Kualitas Pelayanan (X₃) | bentuk atau aktivitas perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen yang dilakukan sebagai upaya peningkatan keuntungan. | 1. Berwujud, 2. Keandalan, 3. Ketanggapan, 4. Responsiveness, dan 5. Assurance | Ordinal |
| 5. | Pendapatan Pelanggan (X₄) | Penghasilan yang diterima seseorang sebagai balas jasa pekerjaan yang telah dikerjakannya. | Rupiah/bulan | Rasio |

3.2.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen Restoran Lazatto yang ada di Kota Tasikmalaya.

3.2.2.1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Perolehan dan pengumpulan data primer didapatkan langsung pada saat penelitian. Dalam penelitian ini, data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen Restoran Lazatto yang ada di Kota Tasikmalaya.

3.2.2.2. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80), populasi merupakan subjek di suatu wilayah yang telah ditentukan yang mempunyai kualitas atau karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajarinya dan menarik kesimpulan. Berdasarkan hasil wawancara dengan penanggung jawab Restoran Lazatto

cabang Tasikmalaya, maka rata-rata konsumen setiap harinya berjumlah 200 orang. Sehingga hasil rata rata populasi konsumen Lazatto setiap bulan adalah 6000 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari populasi yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2016: 116). Teknik Penarikan sampel dalam menentukan penelitian ini digunakan teknik *probability sampling* dengan cara *random sampling*. Menurut Sugiyono (2016: 82) *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan cara *random sampling*, nantinya akan disebar kuesioner secara *online* maupun langsung dan jika nanti seorang konsumen yang berminat mengisi kuesioner sesuai dengan ketentuan maka itu termasuk orang yang terpilih sebagai sampel sebagai responden. Dalam menetapkan besarnya sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Dimana:

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

e: batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Sampel yang dapat ditolerir atau yang diinginkan, sebesar 10%. Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah populasi yang diambil dalam penelitian ini sebanyak

6000.

$$n = \frac{6000}{1 + 6000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{6000}{1 + 60}$$

$$n = \frac{6000}{61}$$

$n = 98,36$ Dibulatkan menjadi 100.

Jadi sampel yang akan digunakan sebanyak 100.

3.2.2.3. Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Penulis melakukan observasi pendahuluan ke lapangan mengenai jumlah konsumen Restoran Lazatto di Kota Tasikmalaya. Observasi dilakukan dengan mengunjungi Posko Lazatto di Kota Tasikmalaya.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dalam penelitian ini berhubungan dengan harga, cita rasa, kualitas pelayanan, dan pendapatan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Lazatto di Kota Tasikmalaya.

3.3. Model Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka peneliti menguraikannya dalam bentuk model penelitian, pada penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu harga (X_1), cita rasa (X_2), kualitas pelayanan (X_3), dan

pendapatan pelanggan (X_4), serta variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan Restoran Lazatto di Kota Tasikmalaya (Y). Adapun model penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = loyalitas pelanggan

X_1 = harga

X_2 = cita rasa

X_3 = kualitas pelayanan

X_4 = pendapatan pelanggan

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = koefisien regresi dari setiap variabel independen

β_0 = konstanta

e = *error term*

3.4. Pengujian Instrumen Penelitian

3.4.1. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur penelitian. Menurut Sugiyono (2016), instrumen penelitian dijadikan alat ukur fenomena alam atau sosial yang diamati yaitu variabel penelitian. Dalam penelitian ini, alat ukur menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2013:122) berpendapat bahwa skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penelitian ini menggunakan nilai dari 1 sampai 5, seperti sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

| Skala Likert | Jawaban Responden |
|---------------------|--------------------------|
| 1 | Sangat Tidak Setuju |
| 2 | Tidak Setuju |
| 3 | Kurang Setuju |
| 4 | Setuju |
| 5 | Sangat Setuju |

3.4.2. Nilai Jenjang Interval

Mengacu pada metode sebelumnya, bahwa dalam penelitian menggunakan skala likert dan dalam setiap pertanyaan mempunyai bobot nilai. Nilai tersebut akan dihitung menggunakan perhitungan statistika agar dapat diketahui hubungan antara variabel yang diteliti, tingkatan pengaruh dari setiap variabel, dan akan disajikan dalam tabel agar dapat dilihat rata-rata yang akan didapat dari setiap variabel. Rumus Nilai Jenjang Interval (NJI), yaitu:

$$\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terkecil}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Untuk menghitung nilai/skor terbesar:

$$= \text{Jumlah responden} \times \text{jenjang ordinal terbesar} \times \text{jumlah indikator}$$

Untuk menghitung nilai/skor terkecil:

$$= \text{Jumlah responden} \times \text{jenjang ordinal terkecil} \times \text{jumlah indikator}$$

Misal untuk variabel loyalitas pelanggan terdapat 5 pernyataan, untuk skala likert nya dari 1-5 dan jumlah responden sebanyak 100 orang. Untuk mengetahui kategori dari loyalitas pelanggan, maka kita harus menghitungnya sebagai berikut:

$$\text{Nilai tertinggi secara keseluruhan} = 100 \times 5 \times 5 = 2.500$$

$$\text{Nilai terendah secara keseluruhan} = \underline{100 \times 1 \times 5 = 500}$$

$$\text{Jumlah} = 2000$$

$$\text{NJI} = \frac{2500-500}{5} = 400$$

Jadi nilai NJI nya sebesar 400.

Maka, kategori kelas intervalnya dapat diketahui:

Tabel 3.3 Kategori Interval

| Kategori | Skala |
|-------------------|--------------|
| Sangat tidak baik | 500-900 |
| Tidak Baik | 901-1300 |
| Kurang Baik | 1301-1700 |
| Baik | 1701-2100 |
| Sangat baik | 2101-2500 |

Untuk mengetahui skor yang didapat dapat dihitung terlebih dahulu dari perhitungan kuesioner. Misalnya dalam perhitungan untuk variabel loyalitas mendapatkan total nilai 1.800, maka varibel loyalitas masuk ke dalam kelas interval baik.

3.5. Teknik Analisis Data

3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013:202), validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan pada penelitian. Dengan demikian, data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Uji validitas (*validity*) dimaksudkan untuk menguji kualitas kuesioner. Kuesioner yang baik adalah kuesioner yang dapat

digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 5%. Tinggi rendahnya validitas instrumen akan menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Jika $r\text{-tabel} < r\text{-hitung}$ maka dinyatakan valid

Jika $r\text{-tabel} > r\text{-hitung}$ maka dinyatakan tidak valid

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah Korelasi Product Momen dari Karl Pearson, sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = koefisien antara variabel x dan y

N = jumlah responden

x = skor item

y = skor total

$\sum x$ = jumlah skor item

$\sum y$ = jumlah skor total

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat skor item

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat skor total

Nilai r-hitung dibandingkan dengan r-tabel *product moment* pada taraf signifikan 5%. Jika r-hitung lebih besar dari r-tabel dengan taraf 5%, maka variabel tersebut valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013:213) menyebutkan, bahwa uji reliabilitas digunakan untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan *reliable* dan digunakan untuk mengukur berkali-kali untuk menghasilkan data yang sama (konsistensi). Untuk uji reliabilitas digunakan metode *cronbachs alpha*, hasilnya bisa dilihat dari nilai *Correlation Between Forms*. Apabila nilai *alpha* > dari nilai r_{tabel} yaitu 0,7 maka dapat dikatakan *reliable*. Jika *alpha* > 0,9 maka reliabilitas sempurna. Jika *alpha* antara 0,7–0,9 maka reliabilitas tinggi. Jika *alpha* 0,5–0,7 maka reliabilitas moderat. Jika *alpha* < 0,5 maka reliabilitas rendah. Jika *alpha* rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

3.5.2. Method Succesive Interval (MSI)

Menurut Jonathan Sarwono, Metode suksesif interval adalah proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Menurut Umi Narimawati dkk (2010), langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan pertanyaan.

- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban pertanyaan.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata (*scale value*) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density At Lower Limit}) - (\text{Density At Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

- f. Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumus persamaan sebagai berikut:

$$\text{Nilai hasil transformasi: score} = \text{scale value}_{\text{minimum}} + I.$$

Data yang telah terbentuk skala interval kemudian ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

3.5.3. Analisis Regresi Berganda

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda karena terdapat asumsi tidak terdapatnya pengaruh antara variabel independen. Dalam regresi berganda, variabel tidak bebas Y tergantung dua atau lebih variabel. Teknik ini digunakan untuk memperhitungkan dan memperkirakan secara kualitatif beberapa faktor secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan Restoran Lazatto di Kota Tasikmalaya, pengujian hipotesis, serta dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan.

Untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel independen harga (X_1), cita rasa (X_2), kualitas pelayanan (X_3), dan pendapatan pelanggan (X_4) terhadap dependen yaitu loyalitas pelanggan Restoran Lazatto di Kota

Tasikmalaya (Y) digunakan analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil (OLS).

3.5.4. Uji Asumsi Klasik

Pengujian persyaratan analisis digunakan sebagai persyaratan dalam penggunaan model analisis regresi linear berganda. Suatu model regresi harus dipenuhi syarat-syarat bahwa data berdistribusi normal, memiliki hubungan yang linear, tidak terjadi multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Jika tidak ditemukan permasalahan maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi. Dalam regresi linier, untuk memastikan agar model tersebut *BLUE (Best Linier Unbiased Estimator)* dilakukan pengujian sebagai berikut:

3.5.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen, variabel dependen, dan keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dua cara, yaitu:

1. Metode Grafik

Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.

2. Uji Jarque-Bera

Uji ini menggunakan perhitungan *skewness* dan *kurtosis*. Jika suatu variabel didistribusikan normal maka nilai koefisien $S=0$ dan $K=3$, oleh karena itu jika residual terdistribusi secara normal maka diharapkan nilai statistik Jarque-Bera akan = 0. Jarque-Bera didasarkan pada distribusi *chi square* dengan $df=2$. Jika nilai probabilitas Jarque-Bera besar atau tidak signifikan maka kita menerima hipotesis bahwa residual mempunyai distribusi normal karena nilai statistik Jarque-Bera mendekati nol dan sebaliknya.

3.5.4.2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi atau hubungan antar variabel bebas dalam model regresi. Multikolinearitas mengindikasikan bahwa terdapat hubungan linear yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau hampir seluruh variabel bebas dalam model. Hal ini mengakibatkan koefisien regresi tidak tertentu dan kesalahan standarnya tidak terhingga, hal ini akan menimbulkan bias dalam spesifikasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara:

1. Nilai R^2 yang dihasilkan sangat tinggi (lebih dari 90%) dan secara individu variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika antar variabel independen mempunyai korelasi yang sangat kuat.
3. Dilihat dari *tolerance value* (TOL), *eigen value*, dan yang paling umum digunakan adalah *varians inflation factor* (VIF), dimana:

- *Tolerance* untuk mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.
- $VIF = 1/tolerance$
- Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ atau $VIF > 10$ maka disimpulkan adanya multikolinearitas.

Dalam penelitian ini uji multikolineritas terhadap harga, cita rasa, kualitas pelayanan dan pendapatan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Lazatto diketahui bahwa tidak ada variabel yang nilai *centered* VIF nya lebih dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas.

3.5.4.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah, apabila dalam regresi terdapat homokedastisitas, yaitu apabila varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Sebaliknya apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara uji *white*.

Uji *white* dilakukan dengan meregresikan residual kuadrat sebagai variabel dependen dengan variabel dependen ditambah dengan kuadrat. Variabel independen kemudian ditambahkan lagi dengan perkalian dua variabel independen. Prosedur pengujian dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat masalah heteroskedastisitas

H_1 : Ada heteroskedastisitas

Jika $\alpha = 5\%$, maka tolak H_0 , jika $obs * R-square > X^2$ atau $P-value < \alpha$.

3.5.5. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Penelitian ini membandingkan signifikansi masing-masing variabel independen dengan taraf sig $\alpha = 0,05$. Apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima, yang artinya variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, pada tingkat signifikansi yang lebih besar dari 0,05 maka variabel tersebut memiliki pengaruh yang kecil. Hipotesis dalam uji t ini adalah:

1. $H_0: \beta_i = 0$

Secara parsial variabel bebas harga, cita rasa, kualitas pelayanan, dan pendapatan pelanggan berpengaruh tidak berpengaruh positif terhadap variabel terikat loyalitas pelanggan Restoran Lazatto di Kota Tasikmalaya.

2. $H_a: \beta_i > 0$

Secara parsial variabel bebas harga, cita rasa, kualitas pelayanan dan pendapatan pelanggan berpengaruh positif terhadap variabel terikat loyalitas pelanggan Restoran Lazatto di Kota Tasikmalaya. Dengan demikian keputusan yang diambil adalah:

1. H_0 tidak ditolak jika nilai $t_{\text{statistik}} \leq t_{\text{tabel}}$, artinya semua variabel bebas harga, cita rasa, kualitas pelayanan, dan pendapatan pelanggan

berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat yakni loyalitas pelanggan Restoran Lazatto di Kota Tasikmalaya.

2. H_0 ditolak jika nilai $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$, artinya semua variabel bebas harga, cita rasa, kualitas pelanggan, dan pendapatan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan Restoran Lazatto di Kota Tasikmalaya.

2. Uji F

Uji statistik F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang terdapat dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hal tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai probabilitas signifikansinya. Jika nilai probabilitas signifikansinya kurang dari lima persen maka variabel independen akan berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis dalam uji F ini adalah:

1. $H_0: \beta_i = 0$

Secara bersama-sama variabel bebas harga, cita rasa, kualitas pelayanan, dan pendapatan pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat loyalitas konsumen Restoran Lazatto di Kota Tasikmalaya.

2. $H_a: \beta_i > 0$

Secara bersama-sama variabel bebas harga, cita rasa, kualitas pelayanan, dan pendapatan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat loyalitas konsumen Restoran Lazatto di Kota Tasikmalaya. Dengan demikian keputusan yang diambil adalah:

1. H_0 tidak ditolak jika nilai $F_{\text{statistik}} \leq F_{\text{tabel}}$, dengan kata lain nilai probabilitas $> 0,05$. Artinya semua variabel bebas yaitu harga, cita rasa, kualitas pelayanan, dan pendapatan pelanggan tidak signifikan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan Restoran Lazatto di Kota Tasikmalaya.
2. H_0 ditolak jika nilai $F_{\text{statistik}} > F_{\text{tabel}}$, dengan kata lain nilai probabilitas $< 0,05$. Artinya semua variabel bebas yaitu harga, cita rasa, kualitas pelayanan, dan pendapatan pelanggan signifikan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan Restoran Lazatto di Kota Tasikmalaya.

3.5.6. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Basuki (2016 : 46) nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 menjelaskan seberapa besar proporsi variasi variabel dependen dijelaskan oleh variasi independen. Keputusan R^2 adalah sebagai berikut:

1. Nilai R^2 mendekati nol, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas atau tidak ada keterkaitan.
2. Nilai R^2 mendekati satu, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen atau terdapat keterkaitan.