

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Menurut Sugiyono (dalam Nyimas Emilia, 2009:61), variabel *independent* atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Variabel *independent* (bebas) adalah kualitas pelayanan/SERVQUAL (X) dengan dimensinya yaitu *tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy*. Menurut Uma Sekaran (dalam Nyimas Emilia, 2009:61), variabel terikat merupakan variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi, analisis ini untuk menemukan jawaban atau solusi atau masalah. Variabel *dependent* (terikat) yaitu penciptaan loyalitas pelanggan yang terdiri dari pembelian ulang secara teratur, membeli antar lini produk dan jasa, merekomendasikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan dari tawaran pesaing.

Objek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa restoran steak yang ada di Kota Bandung. Pelanggan diambil dari restoran: (1) Abuba Steak; (2) C'Est Bon Steak & Resto; (3) Suis Butcher; (4) Waroeng Steak & Shake; (5) Double Steak; (6) Javan Steak; dan (7) Warung Steak Pasadena yang keseluruhannya berada di Kota Bandung. Berdasarkan objek penelitian tersebut, dianalisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan/SERVQUAL terhadap loyalitas pelanggan.

## 3.2 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

### 3.2.1. Metode Penelitian

Desain riset dapat dibagi menjadi tiga macam, yaitu riset eksplanatori, riset deskriptif, dan riset kausal. Ketiga jenis riset ini menghasilkan informasi yang berbeda-beda sehingga penentuan desain riset yang akan digunakan oleh peneliti tergantung pada informasi yang akan dicari dalam riset di lapangan.

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah *metode penelitian deskriptif*. Kata deskriptif dibentuk dari kata kerja bahasa Inggris *to describe* yang berarti “menggambarkan” sesuatu. Sugiono (2006:11) menjelaskan bahwa “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain”. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran dari variabel penelitian, melalui data-data dikumpulkan dari sumber data primer dan sekunder.

Dengan demikian maka Penulis dapat menggambarkan, menjelaskan, dan menganalisa **Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan.**

### 3.2.2. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Istijanto (2009:44), data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus.

Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan:

1. Wawancara

Menurut Malhotra (dalam Istijanto, 2009:48), wawancara merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung, mendalam, tidak terstruktur, dan individual. Dalam wawancara, seorang responden ditanyai oleh pewawancara untuk mengungkapkan perasaan, motivasi, sikap atau kenyakinannya terhadap suatu topik.

2. Angket

Yaitu Penulis menyebarkan kuesioner ke responden yang kebetulan datang ke restoran steak di Kota Bandung yang diteliti oleh Penulis (baik itu restoran steak Warung Steak & Shake, Abuba Steak, Warung Steak Pasadena, Suis Butcher, Double Steak, Javan Steak, dan C'est Bon Steak & Resto).

3. Studi pustaka (*literature*)

Menurut Jonathan Sarwono (2010:34), suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan menelaah teori-teori, pendapat-pendapat, serta pokok-pokok pikiran yang terdapat dalam media cetak, khususnya buku-buku yang menunjang dan relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian.

Teknik sampling untuk konsumen (responden) digunakan teknik sampling non-random yaitu *accidental sampling*. Dengan metode ini, proses pengambilan sampel dilakukan tanpa perencanaan yang seksama. Responden yang dimintai informasi benar-benar dilakukan secara kebetulan dan dengan pertimbangan tertentu, dengan metode ini responden yang akan merespon ditentukan secara kebetulan.

### 3.2.3. Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2003:31) adalah segala sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (*ServQual*) dan Loyalitas Pelanggan. Berikut ini adalah operasionalisasi variabel secara lebih lengkap.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
Loyalitas pelanggan	Pelanggan yang loyal adalah orang yang melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli/antar lini produk jasa, mereferensikan kepada orang lain, menunjukkan kekebalan terhadap produk pesaing (Griffin, 2006:31)	1. Melakukan pembelian secara berulang (Diukur dengan skala perbedaan semantik 5↔1)	1.1 Pembelian ulang	Ordinal
		2. Membeli antarlini produk dan jasa (Diukur dengan skala perbedaan semantik 5↔1)	2.1 Membeli produk lini lain (seperti: minuman, kue, dsb)	Ordinal
		3. Mereferensikan kepada orang lain (Diukur dengan skala perbedaan semantik 5↔1)	3.1 Menceritakan/mereferensikan kondisi jasa restoran kepada orang lain	Ordinal

		4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing (Diukur dengan skala perbedaan semantik 5↔1)	4.1 Penolakan pelanggan kepada tawaran dari restoran lain	Ordinal
Kualitas pelayanan (SERVQUAL)	Kualitas pelayanan atau jasa adalah upaya pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Fandy Tjiptono, 2000:51)	1. Bukti langsung ( <i>tangibles</i> ) (Diukur dengan skala perbedaan semantik 5↔1)	1.1 Penampilan fisik dan desain interior restoran. 1.2 Kelengkapan fasilitas restoran (seperti tempat parkir, toilet, dsb) 1.3 Penampilan fisik karyawan restoran (keberihan kuku, kebersihan seragam)	Ordinal
		2. Keandalan ( <i>reliability</i> ) (Diukur dengan skala perbedaan semantik 5↔1)	2.1 Layanan yang akurat kepada pelanggan 2.2 Kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan 2.3 Kemudahan transaksi pembayaran	Ordinal
		3. Daya tanggap ( <i>responsive-ness</i> ) (Diukur dengan skala perbedaan semantik 5↔1)	3.1 Pemberian informasi yang jelas 3.2 Daya tanggap karyawan restoran terhadap keluhan pelanggan 3.3 Tersedianya kotak saran	Ordinal
		4. Jaminan ( <i>assurance</i> ) (Diukur dengan skala perbedaan semantik 5↔1)	4.1 Keramahan karyawan restoran dalam melayani pelanggan	Ordinal

			4.2 Jaminan keamanan makanan oleh restoran yang bersangkutan 4.3 Terpenuhinya kebutuhan pelanggan	
		5. Empati ( <i>emphaty</i> ) (Diukur dengan skala perbedaan semantik skala 5↔1)	5.1 Karyawan penuh perhatian terhadap kebutuhan/ keinginan konsumen 5.2 Memahami/mengerti apa yang diinginkan konsumen 5.3 Karyawan dapat membuat pelanggan nyaman	Ordinal

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

Menurut Sudjana (2005:6): “Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil menghitung ataupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu. Dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya”. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen restoran steak Warung Steak & Shake, Abuba Steak, Suis Butcher, Double Steak, Warung Steak Pasadena, C’Est Bon Steak & Resto, dan Javan Steak yang ada di Kota Bandung, sedangkan populasinya adalah 455 konsumen per hari. Seperti yang dapat dilihat di tabel 3.2.

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Konsumen Restoran Steak di Kota Bandung per hari**

<b>No.</b>	<b>Nama Restoran</b>	<b>Jumlah Konsumen/Hari</b>
1.	Warung Steak&Shake Tamansari	125
2.	Abuba Steak	50
3.	Suis Butcher Setiabudhi	65
4.	Double Steak	40
5.	Warung Steak Pasadena	30
6.	C'Est Bon Steak & Resto	30
7.	Javan Steak Sulanjana	115
<b>Jumlah</b>		<b>455</b>

Sumber: Pra-penelitian, 2010

Tabel 3.2 memperlihatkan jumlah pengunjung tujuh restoran steak yang ada di Kota Bandung per harinya, yaitu sebesar 455 konsumen. Warung Steak&Shake memiliki jumlah konsumen terbanyak dibanding dengan restoran steak lainnya yaitu sebesar 125 konsumen per harinya. Suis Butcher yang didatangi sekitar 65 konsumen per harinya. Sementara Abuba Steak mendapat 50 konsumen per hari, Double Steak sekitar 40 konsumen per hari, Warung Steak Pasadena yang dikunjungi 30 konsumen per harinya. C'est Bon Steak & Resto dikunjungi sekitar 30 orang per harinya dan Javan Steak Sulanjana dikunjungi sekitar 115 orang per harinya.

### 3.3.2. Sampel

Sugiyono (2008:116) mengemukakan pengertian sampel sebagai berikut "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2002:109) mendefinisikan sampel sebagai berikut "Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2006:83) mendefinisikan

“Sampel adalah bagian dari populasi target, yang dipilih secara cermat untuk mewakili populasi itu”.

Dalam penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, hal ini disebabkan karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Maka penelitian diperkenankan mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian yang lain yang diteliti. Menurut Sugiono (2008:116) “Bila populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada maka Peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut”.

Berdasarkan pengertian di atas Peneliti menggunakan teknik sampling non-random yaitu *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2007:67), *sampling accidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan Peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)} \quad e = 10\%$$

$$n = \frac{455}{1+455(0.01^2)}$$

$$n = 81.98 \longrightarrow 82 \longrightarrow 100$$

Keterangan:

- n : Ukuran sampel
- N : Ukuran populasi
- $e^2$  : Keyakinan/kesalahan yang ditolerir
- 1 : Konstanta

Dari tabel 3.2 dapat diperoleh lagi jumlah sampel yang dapat dihitung yang menghasilkan jumlah sampel minimal sebanyak responden. Untuk penelitian ini, Penulis mengambil jumlah di atas 82 responden yaitu sejumlah 100 responden. Keterangan lebih lanjut digambarkan dalam tabel 3.3.

**Tabel 3.3**  
**Jumlah Populasi dan Sampel Responden Restoran Steak**  
**di Kota Bandung**

No.	Nama Restoran	Ukuran Populasi (Konsumen)	Ukuran Sampel (Konsumen)
1.	Warung Steak&Shake Tamansari	125	27
2.	Abuba Steak	50	11
3.	Suis Butcher Setiabudhi	65	14
4.	Double Steak	40	9
5.	Warung Steak Pasadena	30	7
6.	C'Est Bon Steak & Resto	30	7
7.	Javan Steak Sulanjana	115	25
<b>Jumlah</b>		455	100

Sumber: Pra-penelitian, 2010

Dari tabel 3.3 dapat dilihat jumlah responden yang harus diteliti yaitu sebanyak 27 responden dari Warung Steak & Shake, 11 responden dari Abuba Steak, 14 responden dari Suis Butcher, 9 responden dari Double Steak, 7 responden dari Warung Steak Pasadena, 7 responden dari C'Est Bon Steak & Resto, dan sisanya 25 responden dari Javan Steak. Keseluruhan jumlah responden nantinya akan berjumlah 100 responden.

### 3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### 3.4.1 Uji Validitas

Salah satu instrument yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner yang dipakai ini bertujuan untuk mengetahui pendapat seseorang

tentang kualitas pelayanan restoran steak yang ada di Kota Bandung dan pengaruhnya terhadap tingkat loyalitas pelanggan. Skala yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah skala perbedaan semantik.

Ada dua syarat penting yang berlaku pada sebuah kuesioner/angket, yaitu keharusan sebuah angket untuk *valid* dan *reliable*. Suatu angket dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut.

Ada tiga jenis validitas menurut Singgih Santoso (2006:126):

1. *Face validity*, yang berhubungan dengan kemampuan sebuah pertanyaan untuk mengukur apa yang seharusnya akan diukur.
2. *Construct validity*, yang berhubungan dengan kemampuan satu atau beberapa pertanyaan mengukur sebuah konstruk tertentu.
3. *Criterion validity*, yang mengukur suatu pendapat yang berasal dari partisipan yang berbeda; sebagai contoh, sebuah pertanyaan yang sama diberikan kepada responden yang berbeda (berlatar pendidikan rendah dan pendidikan tinggi).

Menurut Jamaludin (dalam Singarimbun, 1995:122) “validitas menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur itu mengukur apa yang ingin diukur”. Semua item kuesioner yang digunakan mengukur kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan akan diuji validitasnya dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}} \quad (\text{Kusmayadi, 2004:297})$$

di mana:

- $r$  = koefisien validitas item yang dicari  
 $x$  = skor yang diperoleh dari subjek setiap item  
 $y$  = skor yang diperoleh dari subjek seluruh item  
 $\Sigma x$  = jumlah skor dalam distribusi  $x$   
 $\Sigma y$  = jumlah skor dalam distribusi  $y$   
 $\Sigma x^2$  = jumlah kuadrat pada masing-masing skor  $x$   
 $\Sigma y^2$  = jumlah kuadrat pada masing-masing skor  $y$   
 $n$  = jumlah responden

Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika  $r_{xy \text{ hitung}} > r_{\text{tabel}}$  maka pernyataan dinyatakan valid.
2. Jika  $r_{xy \text{ hitung}} < r_{\text{tabel}}$  maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

**Tabel 3.4**  
**Output Koefisien Korelasi Pearson (r)**

		servqual	Loyalitas pelanggan
Servqual	Pearson Correlation	1	.904**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
loyalitas_pelanggan	Pearson Correlation	.904**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Pengolahan data, 2011

Nilai yang tertera pada baris Pearson Correlation menunjukkan nilai koefisien korelasi. Nilai korelasi terentang antara -1 sampai +1. Tanda positif/negatif menunjukkan arah hubungan. Tanda positif menunjukkan arah hubungan yang searah (nilai suatu variabel akan meningkat, apabila variabel pasangannya meningkat, demikian pula sebaliknya). Tanda negatif menunjukkan arah hubungan yang berkebalikan (nilai suatu variabel akan meningkat, apabila

variabel pasangannya menurun, demikian pula sebaliknya). Angka korelasi 1 menunjukkan adanya korelasi sempurna dan angka 0 menunjukkan tidak adanya korelasi. Tidak ada ketentuan yang pasti untuk menentukan seberapa kuat korelasi antar variabel. Yang jelas semakin tinggi nilai koefisien korelasi maka korelasi antar 2 variabel juga semakin tinggi.

Pada hasil perhitungan penelitian di atas, nilai koefisien korelasi antara kualitas pelayanan (*servqual*) dan loyalitas pelanggan adalah 0,904. Dapat dikatakan korelasi antara kedua variabel tersebut sangat kuat. Ada tidaknya korelasi juga dapat dilihat dari nilai probabilitas yang tercantum pada baris Sig. Apabila probabilitas  $> 0.05$  maka tidak ada korelasi. Apabila probabilitas  $< 0.05$  maka antar variabel terdapat korelasi. Pada hasil perhitungan penelitian di atas, nilai probabilitas yang dihasilkan adalah 0.000. Maka antar kedua variabel terdapat korelasi ( $0.000 < 0.05$ ).

Nilai validitas masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat pada nilai *corrected item-total correlation* masing-masing butir pertanyaan. Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 100, maka nilai  $r_{\text{tabel}}$  dapat diperoleh melalui  $df$  (*degree of freedom*) =  $n - (k+1)$  dimana  $k$  adalah variabel independen dan  $l$  adalah variabel dependen. Jadi  $df = 100 - 2 = 98$ , maka  $r_{\text{tabel}}(98;0.05) = 0.195$ .

**Tabel 3.5**  
**Hasil Pengujian Validitas Instrumen**

No.	Item Pertanyaan	Nilai $r_{\text{hitung}}$	Nilai $r_{\text{tabel}}$	Keterangan
<b>Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)</b>				
1	Penampilan fisik dan desain interior restoran.	0.367	0.195	Valid

2	Kelengkapan fasilitas restoran (seperti tempat parkir, toilet, dsb).	0.572	0.195	Valid
3	Penampilan fisik karyawan restoran (seperti kebersihan kuku, kebersihan seragam)	0.619	0.195	Valid
<b>Keandalan (<i>Reliability</i>)</b>				
4	Layanan yang akurat kepada pelanggan.	0.703	0.195	Valid
5	Kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan	0.768	0.195	Valid
6	Kemudahan transaksi pembayaran.	0.725	0.195	Valid
<b>Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>				
7	Pemberian informasi yang jelas.	0.781	0.195	Valid
8	Daya tanggap akan keluhan.	0.734	0.195	Valid
9	Tersedianya kotak saran.	0.763	0.195	Valid
<b>Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>				
10	Keramahan karyawan restoran dalam melayani pelanggan.	0.823	0.195	Valid
11	Jaminan keamanan makanan oleh restoran.	0.612	0.195	Valid
12	Terpenuhinya kebutuhan pelanggan.	0.781	0.195	Valid
<b>Empati (<i>Emphaty</i>)</b>				
13	Pemberian perhatian oleh karyawan restoran kepada pelanggan.	0.734	0.195	Valid
14	Karyawan memahami/mengerti	0.616	0.195	Valid

	apa yang diinginkan konsumen.			
15	Karyawan dapat membuat pelanggan nyaman.	0.595	0.195	Valid
<b>Loyalitas Pelanggan</b>				
16	Sering melakukan pembelian ulang	0.725	0.195	Valid
17	Membeli produk lain selain steak (seperti minuman, kue, dll)	0.64	0.195	Valid
18	Mereferensikan restoran kepada orang lain	0.703	0.195	Valid
19	Menolak tawaran restoran steak lain	0.768	0.195	Valid

Sumber: Pra-penelitian, 2010

**Tabel 3.6**  
**Output Validitas dengan SPSS versi 18.0**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
pertanyaan1	48.8500	242.028	.367	.952
pertanyaan2	48.8700	232.518	.572	.949
pertanyaan3	49.5100	233.929	.619	.948
pertanyaan4	49.4400	230.572	.703	.947
pertanyaan5	49.4600	226.109	.768	.946
pertanyaan6	49.4300	226.167	.725	.946
pertanyaan7	49.7100	224.087	.781	.945
pertanyaan8	49.7200	226.891	.734	.946
pertanyaan9	49.3700	223.791	.763	.946
pertanyaan10	49.3600	225.950	.823	.945
pertanyaan11	49.5300	234.898	.612	.948
pertanyaan12	49.7100	224.087	.781	.945
pertanyaan13	49.7200	226.891	.734	.946
pertanyaan14	49.5300	232.656	.616	.948
pertanyaan15	49.3700	231.549	.595	.949
pertanyaan16	49.4300	226.167	.725	.946
pertanyaan17	48.9700	233.625	.640	.948

pertanyaan18	49.4400	230.572	.703	.947
pertanyaan19	49.4600	226.109	.768	.946

Sumber: Pengolahan data, 2011

### 3.4.2 Uji Reliabilitas

Suatu angket dikatakan reliabel (handal) menurut Singgih Santoso (2006:127), jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi sebuah alat ukur. Pengukuran reliabilitas pada dasarnya bisa dilakukan dengan dua cara:

1. *Repeated measure*, atau ukur ulang. Di sini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda (sebulan lagi, lalu dua bulan lagi dan seterusnya), kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya. Cara seperti ini jarang dilakukan karena selain menghabiskan waktu dan biaya, juga responden yang sama belum tentu bersedia ditanya untuk kesekian kalinya.
2. *One shot*, atau diukur sekali saja. Di sini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasil dibandingkan dengan hasil pertanyaan lain.

Dalam penelitian ini, kehandalan angket akan diukur dengan *one-shot* dan menggunakan pengukuran SPSS/PAWS versi 18.0. Dan kriteria uji reabilitas adalah jika  $\alpha$  (*cronbach alpha*) > 0,7 artinya variabel dinyatakan reliabel (Singgih Santoso, 2006:134).

Atau dapat juga dihitung dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$r_t = \frac{2 \cdot r_{xy}}{1 + r_{xy}}$$

dimana:

$r_i$  = koefisien regresi

$r_{xy}$  = indeks korelasi antara belahan instrument

Kriteria pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan dinyatakan reliabel.
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pernyataan dinyatakan tidak reliabel.

**Tabel 3.7**  
**Output Reliabilitas Variabel X (Kualitas Pelayanan)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.935	15

Sumber: Pengolahan data, 2011

**Tabel 3.8**  
**Hasil Uji Reabilitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.799	4

Sumber: Pengolahan data, 2011

Dari tabel 4.13 dan tabel 4.14 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan kuesioner untuk variabel kualitas pelayanan (servqual) cukup reliabel yaitu 0,935 ( $< 0,70$ ), sedangkan untuk hasil perhitungan kuesioner variabel loyalitas pelanggan didapat hasil yang sangat reliabel yaitu 0,799 ( $> 0,70$ ).

**Tabel 3.9**  
**Hasil Pengujian Reabilitas dengan SPSS versi 18.0**

No.	Item Pertanyaan	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
<b>Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)</b>				
1	Penampilan fisik dan desain interior restoran.	0.952	0.195	reliabel

2	Kelengkapan fasilitas restoran (seperti tempat parkir, toilet, dsb).	0.949	0.195	reliabel
3	Penampilan fisik karyawan restoran (seperti kebersihan kuku, kebersihan seragam).	0.948	0.195	reliabel
<b>Keandalan (Reliability)</b>				
4	Layanan yang akurat kepada pelanggan.	0.947	0.195	reliabel
5	Kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan	0.946	0.195	reliabel
6	Kemudahan transaksi pembayaran.	0.946	0.195	Reliabel
<b>Daya Tanggap (Responsiveness)</b>				
7	Pemberian informasi yang jelas.	0.945	0.195	reliabel
8	Daya tanggap akan keluhan.	0.946	0.195	reliabel
9	Tersedianya kotak saran.	0.946	0.195	reliabel
<b>Jaminan (Assurance)</b>				
10	Keramahan karyawan restoran dalam melayani pelanggan.	0.945	0.195	reliabel
11	Jaminan keamanan makanan oleh restoran.	0.948	0.195	reliabel
12	Terpenuhinya kebutuhan pelanggan.	0.945	0.195	reliabel
<b>Empati (Empathy)</b>				
13	Pemberian perhatian oleh karyawan restoran kepada pelanggan.	0.946	0.195	reliabel
14	Karyawan memahami/mengerti apa yang diinginkan konsumen.	0.948	0.195	reliabel

15	Karyawan dapat membuat pelanggan nyaman.	0.949	0.195	reliabel
<b>Loyalitas Pelanggan</b>				
16	Sering melakukan pembelian ulang	0.946	0.195	reliabel
17	Membeli produk lain selain steak (seperti minuman, kue, dll)	0.948	0.195	reliabel
18	Mereferensikan restoran kepada orang lain	0.947	0.195	reliabel
19	Menolak tawaran restoran steak lain	0.946	0.195	reliabel

Sumber: Pra-penelitian, 2010

Pengujian reliabilitas untuk variabel x dan variabel y adalah reliabel, dikarenakan masing-masing memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0.935 dan 0.799 > 0.195).

### 3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis yang diajukan serta menjawab rumusan masalah yang diajukan. Dalam penelitian ini terdapat dua analisis data:

1. Analisis kualitatif, yaitu analisis yang mengungkapkan masalah secara esay berdasarkan pada variabel yang diteliti yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel yang menghubungkan kualitas pelayanan (SERVQUAL) terhadap loyalitas pelanggan restoran steak di Kota Bandung.

2. Analisis kuantitatif, yaitu suatu analisa data dengan menggunakan rumus statistika berupa analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

### 3.5.1 Koefisien Korelasi *Rank Spearman*

Untuk meyakinkan hipotesis yang telah disebutkan sebelumnya, maka alat bantu statistika yang dipakai adalah korelasi *Rank Spearman* dikarenakan pengukurannya menggunakan skala ordinal. Korelasi ini dikembangkan oleh Karl Spearman (1940), yaitu korelasi yang didasarkan atas tingkatan atau peringkat (*rank*) dari variabel bebas dan variabel tak bebas. Koefisien korelasi Spearman disebut juga koefisien *rho* yang dilambangkan  $r_s$ .

$$r_s = 1 - \frac{6\sum d^2}{n(n^2-1)} \quad (\text{Kusmayadi, 2004:304})$$

di mana:

$d$  = ranking X – ranking Y

$n$  = banyaknya pasangan ranking

Koefisien korelasi mempunyai nilai:  $r_s - > -1 < r_s < 1$  dimana

1. Apabila (-): berarti tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.
2. Apabila (+): berarti terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.

Atau

1. Apabila  $r_s = 0$  atau mendekati nol, berarti hubungan antara kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan sama sekali.

2. Apabila  $r_s = 1$  atau mendekati satu, berarti terdapat suatu hubungan yang kuat dan searah antara kedua variabel (jika x naik maka y naik).
3. Apabila  $r_s = -1$  atau mendekati min satu, berarti terdapat suatu hubungan yang kuat namun berlawanan arah antara kedua variabel (jika x naik maka y turun).

### 3.5.2. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Kualitas Pelayanan/ServQual (X) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y) maka digunakan rumus Koefisien Determinasi. Dalam koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100% koefisien determinasi ini digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas (X) dalam menentukan perubahan variabel tak bebas (Y). Rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

(Kusmayadi, 2004:310)

Keterangan:

K = Koefisien penentu (koefisien determinasi)

r = Koefisien korelasi

### 3.5.3. Uji Hipotesis

Untuk mencari atara hubungan dua variabel atau lebih dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antara variabel yang akan dicari hubungannya. Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih.

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *Independent Variabel* yaitu kualitas pelayanan (Variabel X) yang terdiri dari dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Sedangkan Variabel

*Dependent* adalah Loyalitas Pelanggan (Variabel Y), dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan *analisis regresi linier ganda* untuk ke dua variabel tersebut.

Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1.  $H_a$  = kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
2.  $H_o$  = kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Untuk penelitian ini, penulis menggunakan interval keyakinan sebesar 95% sehingga tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) sebesar 5% dan derajat kebebasan (dk) dengan rumus:  $dk = n - 2$ .

Untuk uji hipotesis, dilakukan uji t statistik dengan rumus:

$$t = r_s \sqrt{\frac{n-2}{1-r_s^2}}$$

(Sugiyono, 2007:230)

Keterangan:

- t =  $t_{hitung}$   
 r = Nilai koefisien korelasi Rank Spearman  
 n = Ukuran sampel

Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis (pada  $\alpha$  5%):

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y ( $H_a$  diterima atau  $H_o$  ditolak), sebaliknya jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka berarti tidak signifikan ( $H_a$  ditolak atau  $H_o$  diterima).