

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh kualitas jasa dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen di Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (X) (*independent variable*) yaitu kualitas jasa yang memiliki dimensi dasar yaitu *Realibility* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empaty* (empati) dan *Tangibles* (produk-produk fisik).

Masalah penelitian yang merupakan variabel terikat (Y) (*dependent variable*) yaitu kepuasan yang memiliki dimensi *expected quality* (perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diperoleh apabila ia mengkonsumsi suatu barang/jasa) dan *perceived quality* (pelayanan yang telah diterima oleh konsumen baik itu telah memenuhi kepuasan konsumen ataupun tidak). Objek yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pengunjung Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung.

Kualitas Jasa yang dapat dirasakan oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen dalam menggunakan produk dan jasa merupakan hal yang sangat penting, Dimana kepuasan konsumen dapat diperoleh jika dapat merasakan sesuai dengan apa yang dipersepsikan dan diharapkan melebihi apa yang dirasakan tamu. Kepuasan tamu menjadikan *behavioral* untuk dapat membuat suatu manfaat melalui kualitas jasa.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka pendekatan yang digunakan menurut Husein Umar (2006:45) adalah pendekatan *cross sectional*, yaitu “Metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang”.

3.2 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

3.2.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Menurut Sugiyono (2008:11) 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”, Sedangkan sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan (Suharsimi Arikunto, 2006:7). Mengingat sifat penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif survey* dan metode *explanatory survey*.

Menurut Ker Linger dalam Sugiyono (2008:11) bahwa:

Metode *deskriptif survey* dan *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan deskripsi dan hubungan-hubungan antar variabel.

Dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian sampel dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi penyampaian kualitas jasa sebagai variabel bebas (X) yang memiliki lima sub variabel yaitu *Realibility* (kehandalan), *Responsiveness* (Daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empaty* (empati) dan *Tangibles* (produk-produk fisik). Sedangkan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (Y) yang memiliki dua sub variabel yaitu *expected quality* (perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diperoleh apabila ia mengkonsumsi suatu barang / jasa) dan *perceived quality* (Pelayanan yang telah diterima oleh konsumen baik itu telah memenuhi kepuasan konsumen ataupun tidak).

Pengoperasian variabel dari kedua variabel yang dijadikan objek pada penelitian ini menggunakan skala ordinal. Variabel yang diteliti dioperasionalkan dalam dua variabel utama kualitas jasa dan kepuasan konsumen. Secara rinci, operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Angket
Kualitas Jasa (X)		kualitas jasa adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi atau yang dirasakan. Farida Jasfar (2009:50)				
	<i>Reliability</i> (X.1)	<i>Reliability</i> (kehandalan) yaitu kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang terpercaya dan akurat.	1. Kecepatan pelayanan yang diberikan	Tingkat Kecepatan pelayanan Bumbu Desa	ordinal	A.1.1
			2. Kecepatan Menyediakan menu yang ditawarkan	Tingkat kecepatan penyediaan menu di Bumbu Desa.	ordinal	A.1.2
			3. Ketepatan Memeriksa pesanan kembali dengan baik	Tingkat Ketepatan memeriksa pesanan di Bumbu Desa	ordinal	A.1.3
			4. Mengatasi masalah dengan baik apabila konsumen tidak puas	Tingkat kebaikan mengatasi masalah konsumen di Bumbu Desa	ordinal	A.1.4
			5. Memberikan suasana yang baru pada setiap konsumen agar konsumen merasa senang	Tingkat kesenangan konsumen di suasana yang baru	ordinal	A.1.5
	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap) (X.2)	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap) yaitu kemauan untuk membantu konsumen dan menyediakan pelayanan yang tepat.	1. Kecepatan karyawan memberikan respon terhadap permintaan konsumen	Tingkat kecepatan karyawan memberikan respon terhadap permintaan konsumen	ordinal	B.2.1
			2. Kecepatan menanggapi permintaan konsumen secara khusus	Tingkat kecepatan menanggapi permintaan konsumen secara khusus	ordinal	B.2.2
			3. Keramahan karyawan saat menangani keluhan konsumen	Tingkat keramahan karyawan saat menangani keluhan konsumen	ordinal	B.2.3

			4. Karyawan memahami keinginan konsumen	Tingkat pemahaman karyawan terhadap keinginan konsumen	ordinal	B.2.4
			5. Kecepatan menangani masalah konsumen	Tingkat kecepatan menangani masalah konsumen	ordinal	B.2.5
	<i>Assurance</i> (jaminan) (X.3)	<i>Assurance</i> (jaminan), yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.	1. Kemampuan karyawan mengetahui tentang Rumah Makan Bumbu Desa	Tingkat kemampuan karyawan mengetahui tentang restoran	ordinal	C.3.1
			2. Keterampilan karyawan dalam melayani konsumen dengan baik	Tingkat keterampilan karyawan dalam melayani konsumen dengan baik	ordinal	C.3.2
			3. Kepercayaan konsumen terhadap karyawan	Tingkat kepercayaan konsumen terhadap karyawan Bumbu Desa	ordinal	C.3.3
			4. Keramahan karyawan terhadap konsumen	Tingkat keramahan konsumen terhadap konsumen Bumbu Desa	ordinal	C.3.4
	<i>Emphaty</i> (empati) (X.4)	<i>Emphaty</i> (Empati), yaitu kepedulian, perhatian individual yang diberikan kepada konsumen.	1. Kebaikan karyawan mengenali konsumen yang sering datang	Tingkat kebaikan karyawan mengenali konsumen yang sering datang	ordinal	D.4.1
			2. Mengingat pesanan konsumen dengan teliti	Tingkat ingatan karyawan terhadap pesanan konsumen di Bumbu Desa	ordinal	D.4.2
			3. Memahami kesulitan konsumen pada saat proses pemesanan	Tingkat memahami kesulitan konsumen pada saat proses pemesanan	ordinal	D.4.3
			4. Menanggapi kebutuhan konsumen	Tingkat menanggapi kebutuhan konsumen	ordinal	D.4.4

			5. Mengetahui menu favorit konsumen yang sering datang	Tingkat mengetahui menu favorit konsumen yang sering datang	ordinal	D.4.5
<i>Tangibles</i> (produk-produk fisik) (X.5)	<i>Tangibles</i> (produk-produk fisik), yaitu fasilitas fisik, peralatan, dan tampilan personil.	1. ketradisional ruang makan di Bumbu Desa	Tingkat ketradisional ruang makan di Bumbu Desa	ordinal	E.5.1	
		2. Kenyamanan ruang tunggu konsumen dengan suatu atraksi yang menghibur	Tingkat kenyamanan ruang tunggu konsumen dengan suatu atraksi yang menghibur	ordinal	E.5.2	
		3. Keunikan peralatan yang digunakan tradisional	Tingkat keunikan peralatan yang digunakan tradisional	ordinal	E.5.3	
		4. Kemeranian busana karyawan Bumbu Desa	Tingkat kemeranian busana karyawan Bumbu Desa	ordinal	E.5.4	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan akan ditentukan oleh ekspektasi dan persepsi pelanggan. Jika dayaguna sangat kecil dari harapan maka pelanggan akan tidak puas dan tidak senang. Jika dayaguna tersebut cocok dengan harapannya maka pelanggan akan puas dan jika dayaguna melebihi harapan pelanggan maka pelanggan akan gembira (Kotler, 2009:161)					
<i>Expected Quality</i> (Y1)	<i>Expected Quality</i> adalah gambaran dari manfaat suatu produk yang akan digunakan pelanggan. Kotler dan Keller (2009 ; 161)	1. Harapan akan kualitas Pelayanan yang diberikan	Tingkat harapan akan kualitas pelayanan yang diberikan.	ordinal	A.1.1	
		2. Harapan akan Respon karyawan terhadap keluhan konsumen	Tingkat harapan akan respon karyawan restoran terhadap keluhan konsumen	ordinal	A.1.2	
		3. Harapan konsumen terhadap Kesopanan karyawan	Tingkat harapan konsumen terhadap kesopanan karyawan	ordinal	A.1.3	
		4. harapan konsumen terhadap kepedulian konsumen	Tingkat harapan konsumen terhadap kepedulian konsumen.	ordinal	A.1.4	
		5. harapan konsumen dengan fasilitas yang diberikan Rumah Makan Bumbu Desa	Tingkat harapan konsumen dengan fasilitas yang diberikan Rumah Makan Bumbu Desa	Ordinal	A.1.5	

<i>Perceived Quality</i> (Y2)	<i>Perceived Quality</i> adalah keyakinan mengenai produk atau jasa yang dialami atau jumlah atribut produk atau jasa yang diterima Kotler and Keller (2009:161)	1. persepsi akan kualitas pelayanan yang diberikan.	Tingkat persepsi akan kualitas pelayanan yang diberikan.	ordinal	B.2.1
		2. persepsi akan respon karyawan restoran terhadap keluhan konsumen	Tingkat persepsi akan respon karyawan restoran terhadap keluhan konsumen	ordinal	B.2.2
		3. persepsi konsumen terhadap kesopanan karyawan	Tingkat persepsi konsumen terhadap kesopanan karyawan	ordinal	B.2.3
		4. persepsi konsumen terhadap kepedulian konsumen.	Tingkat persepsi konsumen terhadap kepedulian konsumen.	ordinal	B.2.4
		5. persepsi konsumen dengan fasilitas yang diberikan Rumah Makan Bumbu Desa	Tingkat persepsi konsumen dengan fasilitas yang diberikan Rumah Makan Bumbu Desa	Ordinal	B.2.5

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2011.

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini dikelompokkan kedalam dua kelompok data yaitu:

1. Data primer

Menurut Asep Hermawan (2006: 168) yang di maksud dengan data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atas tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif, maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survey ataupun observasi.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang telah tersedia sebelumnya, data sekunder diperoleh dari pihak lain yaitu dari buku-buku, artikel, serta tulisan-tulisan ilmiah (Sugiyono 2008:129). Sumber data sekunder adalah sumber data yang mana subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Ada dua jenis data sekunder, yaitu data internal dan data eksternal. Yang termasuk data internal adalah data yang berasal dari dalam perusahaan, sedangkan data eksternal merupakan data yang dikumpulkan oleh suatu lembaga-lembaga eksternal seperti: Pemerintah, (misalnya: Biro Pusat Statistik, Dept. Perdagangan/Perindustrian dan lain-lain) dan dapat berupa data yang dipublikasikan secara umum dan yang diperdagangkan. (Asep Hermawan, 2006:168). Ada pula yang menjadi sumber data sekunder yaitu berbagai literatur, artikel, karya ilmiah serta situs di internet.

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh dari hasil penelitian secara empirik melalui penyebaran kuesioner kepada para responden. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari buku, majalah, jurnal dan dari bagian *corporet marketing & manager departemen* Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung. Perihal jenis dan sumber data tercantum dalam Tabel 3.2 berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

NO	JENIS DATA	SUMBER DATA	KATEGORI DATA
1	Jumlah kunjungan wisman dan wisnus Jawa Barat tahun 2004-2010	Disbudpar	Sekunder

2	Jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bandung tahun 2005-2010	Disbudpar	Sekunder
3	Data ketidakpuasan konsumen berdasarkan <i>guest comment</i> Bumbu Desa	Data GRO Bumbu Desa	Primer
4	Tanggapan konsumen mengenai kualitas di Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung	Penyebaran kuesioner yang menjadi responden Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung	Primer
5	Pelaksanaan kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung	Penyebaran kuesioner yang menjadi responden Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung	Primer

Sumber : hasil pengolahan data 2011.

3.2.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Di dalam pengumpulan dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu. Menurut Sugiyono, (2008:72) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Jadi populasi bukan hanya orang saja, tetapi juga benda-benda alam. Populasi juga bukan hanya jumlah yang ada pada objek/subjek itu. Sehingga populasi terbagi dua, yaitu populasi dalam arti jumlah dan populasi dalam arti karakteristik.

Berdasarkan pengertian di atas, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen/pelanggan yang berkunjung dan melakukan pembelian *dine-in* di

Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung pada tahun 2010 sebanyak 6341 orang.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian dari konsumen Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung.

TABEL 3.3
DATA JUMLAH PENGUNJUNG RUMAH MAKAN BUMBU DESA
PASIRKALIKI BANDUNG 2010

PERIODE	OBJEK	JUMLAH
2010	Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung	6341

Sumber : data marketing GRO Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung.

3.2.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2008:73), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel.

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.

Husein Umar (2003: 141) mengemukakan bahwa untuk menghitung besarnya ukuran sampel, maka dapat dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin dengan rumus :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

e: taraf kesalahan ($0,1^2$)

Berdasarkan rumus di atas, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{6341}{1 + (6341 \times (0,1)^2)}$$

$$n = 99,7$$

Jadi dari perhitungan tersebut, jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 100 konsumen Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung.

3.2.3.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Sugiyono (2010:81) mengemukakan bahwa “Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel”. Selanjutnya menurut Ulber Silalahi (2009:257), “Pada dasarnya ada dua tipologi dari teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*”.

Probability sampling meliputi sampling acak sederhana (*simple random sampling*), sampling sistematis (*systematic sampling*), sampling distratifikasi (*stratified sampling*), dan sampling bergugus (*cluster sampling*). *Nonprobability*

sampling meliputi *convenience sampling*, *judgment sampling*, *quota sampling*, dan *snowball sampling*.

Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan *systematic sampling* yang termasuk ke dalam *probability sampling*. Sugiyono (2010:84) menjelaskan bahwa *probability sampling* adalah teknik *sampling* yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih menjadi anggota sampel.

Menurut Ulber Silalahi (2009:264) bahwa pemilihan sampel sistematis (*systematic sample*) adalah teknik pemilihan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak hanya untuk sampel yang pertama dari sejumlah sampel, sedangkan untuk unsur-unsur sampel berikutnya dipilih secara sistematis. Rancangan *Systematic sampling* efektif digunakan sebagai pemilihan sampel karena populasi memiliki pola beraturan, dan populasi bersifat homogen.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Wawancara, yaitu digunakan sebagai teknik komunikasi langsung dengan responden mengenai kualitas jasa dan Kepuasan tamu Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Rumah Makan Bumbu Desa

Pasirkaliki Bandung, khususnya mengenai kualitas jasa yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden berkunjung ke Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung, kualitas jasa (yang terdiri dari empat sub variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangibles*), serta kepuasan konsumen.
4. Studi literature, merupakan usaha pengumpulan data dan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti. Studi literatur dapat dilakukan dengan mempelajari buku mengenai kualitas jasa serta kepuasan konsumen, jurnal pemasaran jasa yang berhubungan dengan kualitas jasa dan kepuasan konsumen, *website* dan lain sebagainya.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting hal tersebut disebabkan karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Penelitian ini menggunakan data ordinal. Oleh karena itu, semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu

ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Pengujian validitas dan realibilitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18 for windows.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Sugiyono (2008:458) mengutarakan bahwa, "Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan Menurut Suharsimi Arikunto (2006:145) bahwa:

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variable yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas tentang validitas yang dimaksud.

Pengujian validitas dapat dilakukan melalui berbagai cara yaitu pengujian validitas konstruksi (*construct validity*), pengujian validitas isi (*content validity*), dan pengujian validitas eksternal (Sugiyono, 2008:455). Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian validitas konstruksi (*construct*

validity). Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah.

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus Korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Peneliti dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya suatu hubungan dengan melihat besarnya koefisien korelasi. Berikut ini adalah pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi:

TABEL 3.4
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Tinggi
Antara 0,000 sampai dengan 0,600	Cukup
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat rendah

Sumber : Suharsimi Arikunto (2006:164)

Setelah melakukan analisis faktor dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total, maka langkah selanjutnya adalah melakukan perbandingan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} . Berikut ini keputusan pengujian validitas instrumen:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen dikatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen dikatakan tidak valid.

Pengujian validitas *item* instrumen dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18 for windows. Output yang dihasilkan dari pengolahan SPSS merupakan data r_{hitung} untuk mengetahui apakah nilainya signifikan atau tidak, maka dilakukan uji korelasi dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Agar memperoleh nilai yang signifikan, maka r_{hitung} harus lebih besar dari r_{tabel} (dilihat dari tabel *r product moment* dengan taraf signifikansi 10% dan derajat kebebasan $n-2$, dimana $n-2$ merupakan jumlah responden). Sedangkan

pengujian keberartian koefisien korelasi (y) dilakukan dengan taraf signifikansi 10%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}; db = n-2$$

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,1$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Pertanyaan	r_{hitung} <i>Expectation</i>	r_{hitung} <i>Percieved</i>	r_{tabel}	Keterangan
A. <i>Realibility</i>					
1	Kecepatan pelayanan yang diberikan	0.721	0.634	0,374	Valid
2	Kecepatan Menyediakan menu yang ditawarkan	0.792	0.848	0,374	Valid
3	Ketepatan Memeriksa pesanan kembali dengan baik	0.763	0.715	0,374	Valid
4	Mengatasi masalah dengan baik apabila konsumen tidak puas	0.708	0.718	0,374	Valid
5	Memberikan suasana yang baru pada setiap konsumen agar konsumen merasa senang	0.603	0.532	0,374	Valid
B. <i>Responsiveness</i>					
1	Kecepatan karyawan memberikan respon terhadap permintaan konsumen	0.795	0.746	0,374	Valid
2	Kecepatan menanggapi permintaan konsumen secara khusus	0.861	0.652	0,374	Valid
3	Keramahan karyawan saat menangani keluhan konsumen	0.681	0.659	0,374	Valid
4	Memahami keinginan dan kebutuhan konsumen	0.790	0.642	0.374	Valid

No	Pertanyaan	r_{hitung} <i>Expectation</i>	r_{hitung} <i>Percieved</i>	r_{tabel}	Keterangan
5	Kecepatan menangani masalah konsumen	0.730	0.745	0.374	Valid
C	<i>Assurance</i>				
1	Kemampuan karyawan mengetahui tentang Rumah Makan Bumbu Desa	0.745	0.705	0,374	Valid
2	Keterampilan karyawan dalam melayani konsumen dengan baik	0.712	0.858	0,374	Valid
3	Kepercayaan konsumen terhadap karyawan	0.800	0.795	0,374	Valid
4	Keramahan karyawan terhadap konsumen	0.737	0.560	0.374	Valid
D	<i>Emphaty</i>				
1	Kebaikan karyawan mengenali konsumen yang sering datang	0.675	0.641	0,374	Valid
2	Mengingat pesanan konsumen dengan teliti	0.771	0.597	0,374	Valid
3	Memahami kesulitan konsumen pada saat proses pemesanan	0.657	0.643	0,374	Valid
4	Menanggapi kebutuhan konsumen	0.751	0.724	0.374	Valid
5	Mengetahui menu favorit konsumen yang sering datang	0.682	0.788	0.374	Valid
E	<i>Tangibles</i>				
1	ketradisional ruang makan di Bumbu Desa	0.453	0.637	0,374	Valid
2	Kenyamanan ruang tunggu konsumen dengan suatu atraksi yang menghibur	0.784	0.893	0,374	Valid
3	Penyediaan peralatan yang tradisional yang unik	0.629	0.742	0,374	Valid
4	Kemegahan busana karyawan Bumbu Desa	0.613	0.686	0.374	Valid

Sumber: hasil Pengolahan Data Primer, 2011.

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas pengukuran validitas untuk sub variabel kualitas jasa *expection* dan *percieved* menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan r_{tabel} yang bernilai 0,374.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:145) reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandaian tertentu.

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:158) reliabilitas terbagi menjadi dua yaitu, reliabilitas eksternal dan reliabilitas internal. Seperti halnya validitas, dua nama ini sebenarnya menunjuk pada cara-cara menguji tingkat reliabilitas. Jika ukuran atau kriteriumnya berada di luar instrumen maka dari hasil pengujian ini diperoleh realibilitas eksternal. Sebaliknya jika perhitungan dilakukan berdasarkan data dari instrumen tersebut saja, akan menghasilkan realibilitas internal.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right\}$$

(Suharsimi Arikunto, 2006:196)

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan atau banyaknya soal

σ_1^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan seperti berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum x^2 (\Sigma / ^2)}{n} / n$$

(Suharsimi Arikunto, 2006:184)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $\geq r$ tabel dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $< r$ tabel dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 18 *for window*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 18 *for window* sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data variabel X dan Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- 2) Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
- 3) Kembali ke data view, lalu klik *analyze* pada *toolbar* pilih *Reliability Analyze*
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik *Alpha*, OK.
- 5) Akan dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 18 *for windows* diperoleh hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut:

TABEL 3.6
HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
EXPECTATION			
1	<i>Reliability</i>	0.770	Tingkat reliabilitas tinggi karena nilai <i>alpha cronbach</i> ≥ 0.70 dan mendekati angka 1(satu)
2	<i>Responsiveness</i>	0.830	Tingkat reliabilitas sangat tinggi karena nilai <i>alpha cronbach</i> ≥ 0.70 dan mendekati angka 1(satu)
3	<i>Assurance</i>	0.738	Tingkat reliabilitas tinggi karena nilai <i>alpha cronbach</i> ≥ 0.70 dan mendekati angka 1(satu)
4	<i>Empaty</i>	0.750	Tingkat reliabilitas tinggi karena nilai <i>alpha cronbach</i> ≥ 0.70 dan mendekati angka 1(satu)
5	<i>Tangibles</i>	0.734	Tingkat reliabilitas tinggi karena nilai <i>alpha cronbach</i> ≥ 0.70 dan mendekati angka 1(satu)
PRECEVIED			
1	<i>Reliability</i>	0.724	Tingkat reliabilitas tinggi karena nilai <i>alpha cronbach</i> ≥ 0.70 dan mendekati angka 1(satu)
2	<i>Responsiveness</i>	0.723	Tingkat reliabilitas tinggi karena nilai <i>alpha cronbach</i> ≥ 0.70 dan mendekati angka 1(satu)
3	<i>Assurance</i>	0.709	Tingkat reliabilitas tinggi karena nilai <i>alpha cronbach</i> ≥ 0.70 dan mendekati angka 1(satu)
4	<i>Empaty</i>	0.707	Tingkat reliabilitas tinggi karena nilai <i>alpha cronbach</i> ≥ 0.70 dan mendekati angka 1(satu)
5	<i>Tangibles</i>	0.725	Tingkat reliabilitas tinggi karena nilai <i>alpha cronbach</i> ≥ 0.70 dan mendekati angka 1(satu)

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2011.

3.2.7 Rancangan Teknik Analisis Data dan Hipotesis

3.2.7.1 Rancangan Teknik Analisis

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner (angket). Kuisisioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dari data mengenai Kualitas Jasa (X) yang terdiri dari *realibility* (X_1), *responsiveness* (X_2), *assurance* (X_3),

emphaty (X_4), dan *tangibles* (X_5), terhadap Kepuasan Konsumen (Y) yang diambil dari hasil *percived quality* dan *expected Quality* dengan rumus (P/E).

Teknik analisis data merupakan cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Proses untuk menguji hipotesis di mana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Dalam hal ini, analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) baik secara langsung ataupun tidak langsung. Untuk memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data skala ordinal (*ordinalscale*) yaitu suatu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi/ penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval* (MSI). (Sugiono, 2010:86).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban konsumen pada setiap pernyataan.

2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah wisatawan.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

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

Penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Menyusun data

Kegiatan seleksi data ditujukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

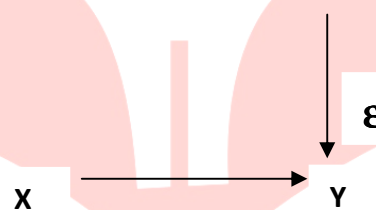
2. Tabulasi data

- a. Memberi skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking pada setiap variabel penelitian

3. Menganalisis data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Setelah data penelitian berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara tiap variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti terlihat pada Gambar 3.1 berikut:



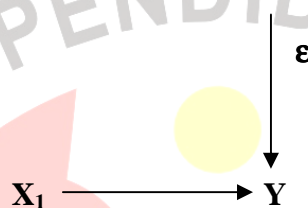
GAMBAR 3.1
STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan: **X** = Kualitas Jasa
Y = Kepuasan Konsumen
ε = Epsilon (variabel lain)

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa Kualitas Jasa berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara *realibility* (X_1), *responsiveness* (X_2), *assurance* (X_3), *emphaty* (X_4), dan *tangibles* (X_5), terhadap kepuasan konsumen (Y) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ϵ , namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara Kualitas Jasa (X) dan Kepuasan Konsumen (Y) diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara *reability* (X_1), *responsiveness* (X_2), *assurance* (X_3), *emphaty* (X_4), dan *tangibles* (X_5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menggambar struktur hipotesis



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

2. Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.3 berikut.



GAMBAR 3.3
JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS

Keterangan:

- X** = Kualitas Jasa
X₁ = Realibility

- X_2 = *Responsiveness*
 X_3 = *Assurance*
 X_4 = *Emphaty*
 X_5 = *Tangibles*
 Y = *Kepuasan Konsumen*
 ϵ = *Epsilon (Variabel Lain)*

3. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ 1 & r_{X_1 X_2} & r_{X_3 X_1} & r_{X_4 X_1} & r_{X_5 X_1} \\ & 1 & r_{X_3 X_2} & r_{X_4 X_2} & r_{X_5 X_2} \\ & & 1 & r_{X_4 X_3} & r_{X_5 X_3} \\ & & & 1 & r_{X_5 X_4} \end{bmatrix}$$

4. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ C_1 & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} \\ & & & & C_{5.5} \end{bmatrix}$$

5. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

Menghitung matriks invers korelasi

$$\begin{pmatrix} P_{yX_1} \\ P_{yX_2} \\ P_{yX_3} \\ P_{yX_4} \\ P_{yX_5} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ C_1 & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} \\ & & & & C_{5.5} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{yX_1} \\ r_{yX_2} \\ r_{yX_3} \\ r_{yX_4} \\ r_{yX_5} \end{pmatrix}$$

6. Hitung $R^2Y (X_{1.1}, X_{1.2})$ yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total $X_{1.1}, X_{1.2}$ terhadap Y dengan menggunakan rumus

$$R^2Y (X_1, \dots, X_5) = [P_{yX_1}, \dots, P_{yX_5}]$$

$$\begin{pmatrix} r_{yX_1} \\ \dots \\ \dots \\ r_{yX_5} \end{pmatrix}$$

a. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X Terhadap YPengaruh X_1 terhadap Y

$$\text{Pengaruh Langsung} = P_{YX_1} P_{YX_1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) = P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_2} \cdot P_{YX_2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) = P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_2} \cdot P_{YX_3}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) = P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_2} \cdot P_{YX_4}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_5) = P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_2} \cdot P_{YX_5}$$

+

Pengaruh total X₁ terhadap Y =

Pengaruh X₂ Terhadap Y

Pengaruh Langsung = $PYX_2.PYX_2$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₁) = $PYX_2.r_{X_2X_1}.PYX_1$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₃) = $PYX_2.r_{X_2X_3}.PYX_3$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₄) = $PYX_2.r_{X_2X_4}.PYX_4$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₅) = $PYX_2.r_{X_2X_5}.PYX_5$

+

Pengaruh total X₂ terhadap Y =

Pengaruh X₃ Terhadap Y

Pengaruh Langsung = $PYX_3.PYX_3$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₁) = $PYX_3.r_{X_3X_1}.PYX_1$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₂) = $PYX_3.r_{X_3X_2}.PYX_2$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₄) = $PYX_3.r_{X_3X_4}.PYX_4$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₅) = $PYX_3.r_{X_3X_5}.PYX_5$

+

Pengaruh total X₃ terhadap Y =

Pengaruh X₄ Terhadap Y

Pengaruh Langsung = $PYX_4.PYX_4$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₁) = $PYX_4.r_{X_4X_1}.PYX_1$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₂) = $PYX_4.r_{X_4X_2}.PYX_2$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₃) = PYX₄.rX₄X₃.PYX₃

Pengaruh tidak langsung melalui (X₅) = PYX₄.rX₄X₅.PYX₅

+

Pengaruh total X₄ terhadap Y =

Pengaruh X₅ Terhadap Y

Pengaruh Langsung = PYX₅.PYX₂

Pengaruh tidak langsung melalui (X₁) = PYX₅.rX₅X₁.PYX₁

Pengaruh tidak langsung melalui (X₂) = PYX₅.rX₅X₂.PYX₂

Pengaruh tidak langsung melalui (X₃) = PYX₅.rX₅X₃.PYX₃

Pengaruh tidak langsung melalui (X₄) = PYX₅.rX₅X₄.PYX₄

+

Pengaruh total X₅ terhadap Y =

b. Menghitung pengaruh variabel lain (ε) dengan rumus sebagai berikut.

$$P_{X_2 \epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{X_2(X_{1.1}, X_{1.2})}}$$

1. Pengujian secara keseluruhan dengan uji F

Keputusan penerimaan atau penolakan H₀

a. Rumusan hipotesis operasional

Ho: PYX_{2,1} = PYX_{2,2} = PYX_{2,3} = 0

HI: sekurang-kurangnya ada sebuah $PPYX_i \neq 0, i= 1, \text{ dan } 2$ statistik uji yang digunakan adalah

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^k P_{X1X_i} r_{X1X_i}}{k (1 - \sum_{i=1}^k P_{X1X_i} r_{X1X_i})}$$

b. Pengujian secara individual dengan uji t

Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah t mengikuti distribusi t-student dengan derajat kebebasan $n-k-1$.

$$t = \frac{P_{X1Xi} - P_{X1Xj}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{2(X2.1, X2.2, X2.3)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Kriteria pengambilan keputusan hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Hipotesis nol $H_0 : \rho = 0$ maka, tidak terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas

Jasa terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan
Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung.

Hipotesis nol $H_0 : \rho \neq 0$ maka, terdapat pengaruh signifikan antara antara Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung.

