

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2007:3) variabel adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari. Variabel penelitian menurut Sugiyono (2007: 2) adalah sesuatu yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Moh. Nazir, (2005:6) variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai. Umumnya variabel dibagi atas dua jenis yaitu variabel kontinu (*continous variable*) dan variabel diskrit (*descrete variable*).

Hatch dan Farhady (1981) variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lainnya atau satu objek dengan objek lainnya. Peneliti menggunakan variabel bebas atau variabel independent dan variabel tidak bebas atau variabel dependent. Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu dua *variabel independen* (variabel bebas) adalah kualitas pelayanan dan harga serta *variabel dependen* (variabel tak bebas) adalah kepuasan konsumen pada rumah makan Saung Bale Kambang Bandung.

Alasan peneliti memilih dan melakukan penelitian dirumah makan Saung Bale Kambang Bandung karena berdasarkan survei pra penelitian diperoleh data bahwa rumah makan tersebut bermasalah dalam kepuasan konsumen.

Hal ini dapat dilihat dari data jumlah pengunjung yang tidak stabil dari bulan ke bulannya dan yang dijadikan sebagai responden adalah para konsumen Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung.

### 3.2 Metode Penelitian

Di dalam penelitian yang peneliti lakukan menggunakan metode penelitian Deskriptif menurut Crawford (1931) dikutip oleh Moh.Nazir, yaitu metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi atas dasar data belaka. Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka Jenis penelitian dari penelitian ini menggunakan *Metode Deskriptif* dan *Penelitian Verifikatif*.

Mohammad Nazir (2003;54) mengemukakan bahwa *Metode Deskriptif* adalah suatu metode dalam memilih status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang yang tujuannya adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Sedangkan jenis *Penelitian Verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan guna memprediksikan dan menjelaskan hubungan atau pengaruh dari suatu variabel ke variabel lainnya.yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Dan jenis penelitian deskriptif yang digunakan adalah *Metode Survey Eksplanatory* (Malhotra, 2005:196) yaitu kuisisioner yang terstruktur diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan penulis menggunakan berbagai teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Angket

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang disusun dan disebar luaskan guna mendapatkan keterangan dari sumber data.

2. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan cara mengunjungi dan datang langsung ke objek penelitian yang akan peneliti teliti.

3. Studi pustaka

Usaha penelaah terhadap sesuatu yang berhubungan dengan objek penelitian. Ini dapat dilakukan melalui naskah, brosur, dan dokumen-dokumen yang dimiliki responden maupun literature yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

4. Wawancara

Wawancara ini digunakan untuk mengetahui variabel yang diteliti secara lebih mendalam, yaitu mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah generasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2002:72). Yang menjadi populasi penelitian ini adalah para konsumen yang datang mengunjungi dan melakukan pembelian di Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung yang perbulannya kurang lebih mencapai 600 orang per bulan.

#### 3.4.2 Sampel

Sugiyono (2001: 71) menyebutkan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Keabsahan sampel terletak pada sifat-sifat dan karakteristiknya mendekati populasi atau tidak bukan pada besar atau banyaknya. teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *Non-Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan metode yang digunakan adalah *Sampling Incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Untuk menentukan besarnya jumlah sampel minimal dalam penelitian ini menggunakan *Teknik Slovin* yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dan ukuran populasi dengan kelonggaran ketidaktelitian karena

kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (Djalaludin Rakhmat, 2004: 49).

**Tabel 3.1**  
**Data Jumlah Konsumen Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung**  
**Januari 2010-Desember 2010**

No	Bulan	Jumlah Pengunjung (Orang)	Kenaikan atau Penurunan (%)
1.	Januari	548	-
2.	Februari	442	-23,9%
3.	Maret	589	24,9%
4.	April	411	-43,3%
5.	Mei	396	-3,78%
6.	Juni	370	-7,03%
7.	Juli	383	3,40%
8.	Agustus	495	22,6%
9.	September	525	5,71%
10.	Oktober	483	-8,69%
11.	November	511	5,47%
12.	Desember	369	-38,5%
<b>Jumlah</b>		<b>5522 Orang</b>	
<b>Rata-rata per-minggu</b>		<b>115 Orang</b>	

Sumber: Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung

Rata-rata pengunjung yang datang ke Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung 115 orang per-minggu.

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

**Keterangan:**

n = Ukuran sampel minimal

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat Kesalahan

Diketahui:

N = 115

E = 5% = 0,05

Maka:

$$n = \frac{115}{1 + 115(0,05^2)}$$

$$n = \frac{115}{2,15}$$

$$n = 89 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka ukuran sampel minimal yang diperoleh adalah 89 orang responden, dalam penelitian ini akan diambil 100 orang responden.

### 3.5 Operasional Variabel

Operasional variabel yaitu suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstark dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur kontrak atau variabel tersebut (Nazir, 1999:33). Variabel yang peneliti kaji yaitu bagaimanakah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung. Variabel Independen adalah Kualitas Pelayanan dan Harga sedangkan Variabel Dependen adalah Kepuasan Konsumen.

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Konsep teori	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala	Matrix	Ket.
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat	Perolehan data yang berasal dari konsumen mengenai kesesuaian kualitas pelayanan dengan: • <i>Reliability</i>	1. Kebersihan fasilitas tempat, peralatan makan, tempat parkir dan toilet.	Interval	Skala Semantik	Kuisisioner No. 1
			2. Kesesuaian			Kuisisioner No. 2

	keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Responsibility</i></li> <li>• <i>Assurance</i></li> <li>• <i>Emphaty</i></li> <li>• <i>Tangibles</i></li> </ul>	<p>tata ruangan, furniture rumah makan dan desain interior-eksterior bangunan dengan produk dan pelayanan yang diberikan.</p> <p>3. Penampilan karyawan rumah makan.</p> <p>4. Ketepatan dan kecepatan waktu karyawan.</p> <p>5. Kesesuaian pesanan yang dipesan dengan yang diantar.</p> <p>6. Mudahnya pembayaran yang dilakukan secara debit atau kredit.</p> <p>7. Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan.</p> <p>8. Kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan.</p> <p>9. Keterampilan karyawan dalam melayani pelanggan.</p> <p>10. Sikap karyawan dalam</p>			<p>Kuisisioner No. 3</p> <p>Kuisisioner No. 4</p> <p>Kuisisioner No. 5</p> <p>Kuisisioner No. 6</p> <p>Kuisisioner No. 7</p> <p>Kuisisioner No. 8</p> <p>Kuisisioner No. 9</p> <p>Kuisisioner No. 10</p>
--	--	---	---	--	--	--

			<p>menyambut kedatangan pelanggan rumah makan.</p> <p>11. Pemahaman karyawan dalam membantu setiap kebutuhan dan keinginan pelanggan</p> <p>12. Penguasaan karyawan dalam memberikan penjelasan menu makanan dan minuman yang tersedia.</p> <p>13. Kepedulian karyawan terhadap pelanggan.</p> <p>14. Kesigapan karyawan dalam merespon permintaan pelanggan.</p>			<p>Kuisisioner No. 11</p> <p>Kuisisioner No. 12</p> <p>Kuisisioner No. 13</p> <p>Kuisisioner No. 14</p>
Harga ( $X_2$ )	Harga yaitu suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimilikinya kepada pihak lain.	Perolehan data yang berasal dari konsumen mengenai kesesuaian harga dengan: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran porsi.</li> <li>2. Daya Beli.</li> <li>3. Manfaat Produk.</li> <li>4. Kualitas Produk.</li> <li>5. Tingkat Harga</li> </ol>	<p>15. Harga dengan manfaat produk yang diberikan.</p> <p>16. Kesesuaian harga dengan daya beli pelanggan.</p> <p>17. Kesesuaian harga dengan ukuran/ jumlah porsi yang diberikan.</p> <p>18. Kesesuaian harga dengan</p>	Interval	Skala Semantik	<p>Kuisisioner No. 15</p> <p>Kuisisioner No. 16</p> <p>Kuisisioner No. 17</p> <p>Kuisisioner No. 18</p>



			<p>kualitas pelayanan yang diberikan.</p> <p>19. Kesesuaian harga dengan tingkat harga yang diberikan.</p>			Kuisisioner No. 19
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen atau pelanggan yang didapat dan diperoleh setelah konsumen atau pelanggan menikmati, melakukan atau merasakan sesuatu.	Kesesuaian atau GAP antara Ekspektasi dan Persepsi dari dimensi kepuasan konsumen (GAP).	<p>20. Kepuasan kualitas produk yang diberikan Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung.</p> <p>21. Kepuasan variasi produk yang ditawarkan Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung.</p> <p>22. Kepuasan harga yang ditawarkan Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung.</p> <p>23. Kepuasan kualitas pelayanan yang diberikan Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung.</p> <p>24. Kepuasan lokasi dan tempat di Rumah Makan Saung Bale Kambang Bandung.</p>	Interval	Skala Sematik	<p>Kuisisioner No.20</p> <p>Kuisisioner No.21</p> <p>Kuisisioner No.22</p> <p>Kuisisioner No.23</p> <p>Kuisisioner No.24</p>

### 3.6 Teknik Pengolahan Data

Data yang telah terkumpul harus terlebih dahulu diolah, adapun teknik pengolahan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Menyeleksi Data, yakni melihat atau memeriksa kesempurnaan, kejelasan dan benar atau tidaknya cara pengisian angket oleh responden.
- 2) Mentabulasi Data, yakni suatu proses merubah data mentah dari responden menjadi data yang bermakna. Data yang dikelompokkan kemudian dimasukkan ke dalam table-tabel untuk dihitung berdasarkan aspek-aspek yang dijadikan variabel penelitian untuk memudahkan dalam menganalisis data.
- 3) Menghitung ukuran-ukuran karakteristik berdasarkan variabel-variabel penelitian.
- 4) Menganalisis data berdasarkan metode statistik yang telah dirancang.
- 5) Melakukan pengujian hipotesis yang telah digunakan dalam penelitian ini.
- 6) Membuat laporan penelitian.
- 7) Menarik kesimpulan dan saran.

### 3.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuisisioner yang disebarkan kepada konsumen berdasarkan data yang diperoleh. Di dalam uji

validitas ini digunakan metode koefisien *Korelasi Product Moment Pearson* dengan rumus sebagai berikut:

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

(Sumber: Sambas Ali, 2007:31)

**Keterangan:**

- r = Koefisien Validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skot total
- $\Sigma X$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\Sigma Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\Sigma X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Maka:

- Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
- Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Realibilitas adalah menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Realibilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2002).

Asep Hermawan (2006:126) mendefinisikan “Realibilitas berkaitan dengan konsistensi akurasi dan prediktabilitas suatu alat ukur”. Jika suatu instrument dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrument tersebut dapat

dipercaya. Begitu pun rumus yang digunakan adalah Alpha Cronbach dari Suharsimi Arikunto (2006:196), yaitu:

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

(Sambas Ali, 2007:38)

**Keterangan:**

$r_{11}$  = Realibilitas instrument/koefisien alfa  
 $k$  = Banyaknya bulir soal  
 $\sum \sigma^2_t$  = Jumlah varian bulir  
 $\sigma^2_t$  = Varian total  
 $N$  = Jumlah responden

Sedangkan rumus variannya adalah:

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

(Sambas Ali, 2007:38)

**Keterangan:**

$\sigma_t^2$  = Varian Total  
 $\sum X$  = Jumlah Skor  
 $N$  = Jumlah Responden

Setelah diperoleh kualitas pelayanan dan harga  $r_{hitung}$ , selanjutnya untuk dapat diputuskan instrument tersebut *reliable* atau tidak, maka kualitas pelayanan dan harga tersebut dikonsultasikan dengan  $r_{tabel}$ , dengan taraf kesalahan 5% ataupun 1%, dan dapat disimpulkan instrument kepuasan konsumen tersebut *reliable* dan dapat digunakan untuk penelitian, perhitungan realibilitas pertanyaan dilakukan dengan menggunakan program *Microsoft Excel 2007 for Windows*.

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi

Setelah data diolah yang telah terkumpul berhasil dirubah menjadi data interval maka langkah selanjutnya yaitu menghitung data menggunakan analisis korelasi yang ini bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti.

Hubungan X dan Y dikatakan positif bila kenaikan (penurunan X) pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan Y). ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan X dan Y disebut koefisien korelasi (r) nilai koefisien paling sedikit -1 dan paling besar 1 ( $-1 \leq r \leq 1$ ), yang artinya:

$r = 1$ , hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekat1, hubungan sangat kuat dan positif).

$r = -1$ , hubungan X dan Y sempurna dan negative (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif).

$r = 0$ , hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

Penentuan koefisien korelasi (r) dalam penelitian ini menggunakan korelasi Pearson (*Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation*), yaitu:

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

(Sumber: Sugiyono, 2004:216)

#### Keterangan:

- r = Koefisien Validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skot total
- $\Sigma X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\Sigma Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y  
 $\Sigma X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X  
 $\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y  
 $n$  = Banyaknya responden

**Tabel 3.3**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2009:231)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y, maka digunakan rumus KD (Koefisien Determinasi) adalah:

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

**Keterangan:**

$KD$  = Koefisien Korelasi  
 $r^2$  = Nilai Koefisien Korelasi

### 3.8.2 Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik-turunnya) variabel dependen, bila dua variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaikkan nilainya) (Sugiyono, 2006:210).

Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel dependen yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen ( $Y$ ).

$$\bar{Y} = b_0 + b_1x_1 + b_2 x_2 + e$$

(Sumber: Sudjana, 1992:34)

**Keterangan:**

- $Y$  = Kepuasan Konsumen
- $b_0$  = Konstanta
- $b_1$  = Koefisien regresi  $X_1$
- $b_2$  = Koefisien regresi  $X_2$
- $X_1$  = Kualitas Pelayanan
- $X_2$  = Harga

### 3.9 Pengujian Hipotesis

Di dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*Independent Variable*) (Variabel  $X_1$  dan  $X_2$ ) yaitu Kualitas Pelayanan dan Harga sedangkan yang menjadi variabel dependen (*Dependen Variable*) (Variabel  $Y$ ) yaitu Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan karakteristik variabel yang akan diuji, maka dari itu uji statistic yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis linear berganda. Hipotesis utama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis yang digunakan yaitu Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).

### 3.9.1 Uji F Statistik

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara keseluruhan (simultan) digunakan uji F dengan formula sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

(Sumber: Sudjana, 1996:385)

Berarti:

- $H_0 : \beta_1 = 0$ , Koefisien arah regresi tidak berarti. Artinya kualitas pelayanan dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- $H_0 : \beta_1 > 0$ , Koefisien arah regresi berarti. Artinya kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kriteria:

- Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ .
- Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$ .

### 3.9.2 Uji t Statistik

Sedangkan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial digunakan uji t, dengan rumus sebagai berikut:

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

(Sumber: Sudjana, 1996:380)

**Keterangan:**



$t$  = Distribusi student

$r$  = Koefisien korelasi *Product Moment*

$n$  = Banyaknya data

Berarti:

- $H_0 : \alpha \leq 0$ , Artinya kualitas pelayanan dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- $H_a : \alpha > 0$ , Artinya kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kriteria:

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ .
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$ .

Di dalam pengujian hipotesis ini tingkat kesalahan yang digunakan adalah 5% atau 0,05.