

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *dining experience* terhadap *customer satisfaction* konsumen Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli. Menurut Sugiyono (2014) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sekaran & Bougie (2016) variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang menjadi penyebab adanya atau timbulnya perubahan variabel terikat (*dependent variable*), disebut juga variabel yang mempengaruhi. Variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah *dining experience* yang terdiri dari *food quality* ( $X_1$ ), *service quality* ( $X_2$ ), *quality of environment* ( $X_3$ ), dan *price fairness* ( $X_4$ ). Variabel terikat (*dependent variable*) menurut Sekaran & Bougie (2016:73) adalah variabel minat utama peneliti yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan variabel dependen, atau untuk menjelaskan variabilitasnya, atau memprediksinya. Variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah *customer satisfaction* (Y).

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli. Unit analisis dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan makan dan minum di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli. Penelitian ini menggunakan *cross sectional study*, karena membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Menurut Sekaran & Bougie (2016:104) *cross sectional study* adalah sebuah studi yang dapat dilakukan dimana data dikumpulkan hanya sekali, dalam periode beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian.

## 3.2 Metode Penelitian

### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sekaran & Bougie (2016) penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu. Penelitian deskriptif dilakukan untuk mendapatkan deskripsi secara terperinci mengenai gambaran *dining experience* yang terdiri dari *food quality*, *service quality*, *quality of environment*, dan *price fairness*. Sedangkan penelitian verifikatif menurut Sekaran & Bougie (2016:44) adalah sebuah penelitian yang dilakukan untuk membangun hubungan sebab akibat antar variabel. Penelitian verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis di lapangan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh *dining experience* dan gambaran mengenai *customer satisfaction* konsumen Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Sekaran & Bougie (2016) mendefinisikan metode penelitian sebagai suatu pendekatan umum untuk mengumpulkan data yang menentukan apakah kesimpulan kausal dapat ditarik. Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Menurut Malhotra & David (2013:250) *explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut, berupa pertanyaan seperti kuesioner atau wawancara yang akan diajukan pada responden dari sebagian populasi yang diteliti.

### 3.2.2 Overasional Variabel

Overasional variabel adalah proses perubahan atau penguraian konsep atau konstruk menjadi variabel terukur yang sesuai untuk pengujian (Cooper & Schindler, 2014). Penelitian ini terdapat variabel yang diteliti diantaranya *dining experience* sebagai variabel bebas (X) dengan sub variabel *food quality*

( $X_1$ ), *service quality* ( $X_2$ ), *quality of environment* ( $X_3$ ), dan *price fairness* ( $X_4$ ) serta *customer satisfaction* ( $Y$ ). Secara lengkap dalam penelitian ini, disajikan pada Tabel 3.1 di bawah ini

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel	Dimensi	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
<i>Dining Experience</i> ( $X$ )	<i>Dining experience</i> merupakan penilaian pelanggan terhadap keseluruhan pengalaman mereka, dimulai dengan kualitas makanan dan layanan hingga lingkungan restoran (Canny, 2014)					
	<i>Food Quality</i> ( $X_1$ )	Sesuatu yang layak dan tepat untuk dikonsumsi yang mencakup factor kualitas seperti suhu makanan, kesegaran makanan, dan persiapan makanan (Muskat et al., 2019)	<i>Food presentation</i>	Tingkat kemenarikan penyajian dari makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	1
			<i>Food taste</i>	Tingkat kesegaran makanan yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	2
			<i>drink taste</i>	Tingkat kesegaran minuman yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	3
			<i>Food freshness</i>	Tingkat kesegaran makanan yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	4
			<i>Appropriate food temperature</i>	Tingkat kesesuaian dari makanan yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	5
	<i>Service Quality</i> ( $X_2$ )	kualitas layanan berasal dari interaksi antara karyawan dan pelanggan melalui kemampuan restoran untuk melayani layanan yang akurat, kepedulian dan perhatian karyawan kepada setiap pelanggan, pengetahuan karyawan dan kesopanan (Muskat et al., 2019)	<i>Friendly and courteous employees</i>	Tingkat kesopanan karyawan dalam melayani konsumen	<i>Ordinal scale</i>	6
			<i>Prompt service</i>	Tingkat kecepatan karyawan dalam melayani konsumen	<i>Ordinal scale</i>	7
			<i>Helpful service</i>	Tingkat kesigapan karyawan dalam melayani dan membantu konsumen	<i>Ordinal scale</i>	8
			<i>Employees have knowledge of the products offered</i>	Tingkat pengetahuan karyawan tentang produk yang ditawarkan	<i>Ordinal scale</i>	9
			<i>Food served as ordered</i>	Tingkat kesesuaian menu yang dipesan dengan menu yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	10
<i>Quality of Environment</i> ( $X_3$ )	segala sesuatu yang membantu pengalaman yang	<i>Interior design and decor</i>	Tingkat kesesuaian <i>desain interior</i> dan dekorasi	<i>Ordinal scale</i>	11	

	dirasakan konsumen didalam suatu restoran yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Muskat et al., 2019)	<i>Appropriate room temperature</i>	Tingkat kesesuaian suhu ruangan resto	<i>Ordinal scale</i>	12
		<i>Noise level</i>	Tingkat kenyamanan suara di area resto	<i>Ordinal scale</i>	13
		<i>Restaurant cleanliness</i>	Tingkat kebersihan resto	<i>Ordinal scale</i>	14
		<i>Neat and well-dressed employees</i>	Tingkat kerapihan penampilan karyawan	<i>Ordinal scale</i>	15
	<b>Price Fairness (X<sub>4</sub>)</b>	<i>Reasonable price of food</i>	Tingkat kesesuaian harga makanan dengan makanan yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	16
	persepsi konsumen dimana perbedaan antara harga yang diterima layak dibandingkan dengan yang lain, dapat dipertimbangkan atau harga yang bisa diterima (Muskat et al., 2019)	<i>Reasonable price of drink</i>	Tingkat kesesuaian harga minuman dengan minuman yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	17
<b>Customer Satisfaction (Y)</b>	<b>Customer satisfaction</b> adalah perasaan senang atau tidak puas seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan suatu produk atau layanan dengan harapan (Kotler & Keller, 2016a)				
	Perbandingan antara kenyataan dan harapan atas <i>food quality</i>		Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	18
			Tingkat kepuasan terhadap rasa makanan yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	19
			Tingkat kepuasan terhadap rasa minuman yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	20
			Tingkat kepuasan terhadap kesegaran makanan yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	21
			Tingkat kepuasan terhadap <i>temperature</i> makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	22
		Perbandingan antara kenyataan dan harapan atas <i>service quality</i>		Tingkat kepuasan terhadap kesopanan karyawan dalam melayani konsumen	<i>Ordinal scale</i>
			Tingkat kepuasan terhadap kecepatan	<i>Ordinal scale</i>	24

	karyawan dalam melayani konsumen			
	Tingkat kepuasan terhadap kesigapan karyawan dalam melayani dan membantu konsumen	<i>Ordinal scale</i>		25
	Tingkat kepuasan terhadap pengetahuan karyawan tentang produk yang ditawarkan	<i>Ordinal scale</i>		26
	Tingkat kepuasan terhadap kesesuaian menu yang dipesan dengan menu yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>		27
Perbandingan antara kenyataan dan harapan atas <i>quality of environment</i>	Tingkat kepuasan terhadap <i>desain interior</i> dan dekor restoran	<i>Ordinal scale</i>		28
	Tingkat kepuasan terhadap kesesuaian suhu ruangan restoran	<i>Ordinal scale</i>		29
	Tingkat kepuasan terhadap kenyamanan suara di area restoran	<i>Ordinal scale</i>		30
	Tingkat kepuasan terhadap kebersihan restoran	<i>Ordinal scale</i>		31
	Tingkat kepuasan terhadap kerapihan karyawan	<i>Ordinal scale</i>		32
Perbandingan antara kenyataan dan harapan atas <i>Price fairness</i>	Tingkat kepuasan terhadap harga makanan yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>		33
	Tingkat kepuasan terhadap harga minuman yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>		34

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2021

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data yang diperlukan dikelompokkan ke dalam 2 golongan yaitu:

#### 1. Data Primer

Nadia Sapiti, 2021

**PENGARUH DINING EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION**

*(Survei terhadap Konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli Pada Masa Pandemic Covid-19)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Menurut McDaniel & Roger (2015) menyatakan bahwa data primer adalah data baru yang dikumpulkan untuk membantu memecahkan masalah dalam penyelidikan/penelitian. Sedangkan menurut Sekaran & Bougie (2016) mendefinisikan data primer sebagai data yang dikumpulkan langsung untuk analisis selanjutnya untuk mencari solusi terhadap masalah yang diteliti. Dari penelitian ini data yang akan diambil yaitu data berupa tanggapan dari peserta mengenai pengaruh *food quality*, *service quality*, *quality of environment*, *price fairness*, dan *customer satisfaction*.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan berupa variabel, symbol, atau konsep yang bias mengasumsikan salah satu dari seperangkat nilai (McDaniel & Roger, 2015). Sedangkan menurut Sekaran & Bougie (2016) data sekunder adalah data yang sudah ada dan tidak dikumpulkan oleh peneliti secara langsung. Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam bentuk Tabel 3.2 berikut.

**TABEL 3. 2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

NO.	JENIS DATA	SUMBER DATA	JENIS DATA
1.	Data jumlah usaha kuliner di beberapa daerah di Tangerang Selatan	Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Selatan	Sekunder
2.	Data jumlah konsumen Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli	Manager Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli	Sekunder
3.	Data complain konsumen Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli	Manajer Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli	Sekunder
4.	Hal-hal yang berhubungan dengan <i>dining experience</i> dan <i>customer satisfaction</i>	Ebook dan Jurnal	Sekunder
5.	Tanggapan konsumen mengenai <i>dining experience</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli	Responden	Primer
6.	Tanggapan konsumen mengenai <i>customer satisfaction</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli	Responden	Primer

Sumber: Hasil pengolahan data, 2021

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Menurut Sekaran & Bougie (2016) populasi mengacu pada seluruh

kelompok orang, peristiwa atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang

Nadia Sapiti, 2021

**PENGARUH DINING EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION**

*(Survei terhadap Konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli Pada Masa Pandemic Covid-19)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

peneliti. Data populasi digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan untuk pengujian hipotesis. Dalam pengumpulan data akan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia, dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi. Berdasarkan pengertian populasi di atas, maka populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli pada saat pandemic Covid-19. Berdasarkan penjelasan diatas, maka yang menjadi populasi pada penelitian pengaruh *dining experience* terhadap Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli pada tahun 2020 sebanyak 17.841 orang.

#### 3.2.4.2 Sampel

Masalah pokok dari sampel adalah menjawab pertanyaan, apakah sampel yang diambil benar-benar mewakili populasi. Indikator penting dalam pengujian desain sampel adalah seberapa baik sampel tersebut mewakili karakteristik populasi. Sampel adalah sebagian dari populasi (Sekaran & Bougie, 2016). Sedangkan menurut McDaniel & Roger (2015) sampel dapat didefinisikan sebagai bagian dari semua anggota populasi yang diminati. Menurut Donald dan Pamela (2014) sampel adalah sekelompok kasus, peserta, peristiwa, atau catatan yang terdiri dari populasi sasaran, dipilih dengan cermat untuk mewakili populasi tersebut.

Melihat pengertian sampel di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian. Untuk menentukan sampel dari populasi perlu melakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah. Menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan pengukurjian sampel dari Slovin, yaitu sebagai berikut:

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

Husein Umar (2008)

Keterangan:

epsilon = *margin of error*

N = Jumlah Populasi

n = Sampel yang diteliti

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

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

$$n = \frac{17.841}{(1 + (17.841 \times 0,10^2))}$$

$$n = \frac{17.841}{(1 + (17.841 \times 0,01))}$$

$$n = \frac{17.841}{(1 + 178,41)}$$

$$n = \frac{17.841}{179,41}$$

$$n = 99,44$$

Berdasarkan perhitungan di atas menggunakan rumus Slovin, maka diperoleh sample sebesar 99,44 tetapi untuk jaminan keakuratan, sebaiknya sampel ditambah sedikit lebih banyak dari jumlah matematikanya. Berdasarkan ukuran sampel (n) minimal, maka dalam penelitian ini ditetapkan ukuran sampel (n) sebanyak 120 responden agar lebih representative

#### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Menurut Sekaran & Bougie (2016:240) sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bari kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi. Terdapat tipe Teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

*Probability sampling* merupakan Teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang atau kemungkinan yang diketahui untuk dipilih sebagai sampel. *Probability sampling* terdiri dari *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*. Sedangkan *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota dalam populasi tidak

memiliki peluang yang diketahui atau telah ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai sampel. *Nonprobability sampling* terdiri dari *convenience sampling*, *purposive sampling*, *judgement sampling* dan *quota sampling* (Sekaran & Bougie, 2016:240).

Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling* dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sample. Lebih spesifiknya teknik yang digunakan adalah *systematic random sampling*, dikarenakan populasinya sejenis (homogen) dan dapat dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Alasan penggunaan *systematic random sampling* pada Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli karena lebih mudah dan menghemat waktu mengingat sekarang sedang dalam masa pandemic Covid-19, secara intuisi penarikan sampel ini dianggap lebih teliti dibandingkan teknik yang lain, populasinya sejenis dan dapat dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut, serta agar peneliti dapat dengan mudah menentukan objek untuk dijadikan sampel dengan tetap menerapkan aturan yang mana pada setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Menurut Sekaran & Bougie (2016:24) teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian ini adalah:

1. Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, jurnal, maupun *home page/website* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian atau variabel yang diteliti yaitu *dining experience* dan *customer satisfaction*.
2. Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian yaitu Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli.

3. Wawancara adalah kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara melakukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian. Teknik wawancara dilakukan dengan maksud mendapatkan informasi dengan mengenai implementasi *dining experience* kepada Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli.
4. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis mengenai karakteristik responden melalui, pengalaman responden setelah berkunjung dan melaksanakan implementasi *dining experience* serta *customer satisfaction*. Cara melakukan teknik kuesioner yaitu, membuat daftar pertanyaan yang akan diajukan, sebarkan kuesioner secara *online* menggunakan *google form* untuk menghindari penyebaran *Covid-19* dengan mengikuti arahan pemerintah yaitu *social distancing*, belajar dari rumah dan bekerja dari rumah saat pandemic *Covid-19*, terakhir akan lakukan pengodingan dari hasil kuesioner yang didapatkan.

Untuk mengetahui lebih jelas bagaimana teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.3 berikut:

**TABEL 3. 3**  
**TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Wawancara	Konsumen Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli
2.	Observasi	Pelaksanaan implementasi <i>dining experience</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli
3.	Kuesioner	Konsumen Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli
4.	Studi Literatur	Teori <i>dining experience</i> dan <i>customer satisfaction</i>

Sumber: Hasil Pengolahan Data Sekunder dan Primer, 2021

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Realibilitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *dining experience* (X) ada

pengaruhnya atau tidak terhadap variabel *customer satisfaction* (Y). Sebelum melakukan analisis data, dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Realibilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Sekaran & Bougie (2016:220) menjelaskan bahwa validitas adalah tes tentang seberapa baik instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep yang dimaksud. Validitas internal (*internal validity*) atau rasional yaitu bila kriteria yang ada dalam instrument secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sedangkan validitas eksternal (*external validity*), bila kriteria di dalam instrument disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

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

Sumber: Malhotra & David (2013:575)

Keterangan:

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi *product moment*

$\sum$  : Kuadrat factor variabel X

$\sum X^2$  : Kuadrat factor variabel X

$\sum Y^2$  : Kuadrat factor variabel Y

$\sum XY$  : Jumlah perkalian factor korelasi variabel X dan Y

Dimana  $r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y,

dua variabel yang dikorelasikan

Keputusan pengujian validitas item instrument, menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$
2. Item yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$

4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan  $dk=n-2$ ,  $dk=30-2=28$ , maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361.

Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 23 for windows diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang diajukan peneliti kepada 30 responden dapat dilihat pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

**TABEL 3. 4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS DINING EXPERIENCE DAN**  
**CUSTOMER SATISFACTION**

No.	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimpulan
<i>Dining Experience (X)</i>				
<i>Food Quality (X<sub>1</sub>)</i>				
1.	Tingkat kemenarikan penyajian dari makanan dan minuman yang disajikan	0,885	0,361	Valid
2.	Tingkat rasa makanan yang disajikan	0,744	0,361	Valid
3.	Tingkat rasa minuman yang disajikan	0,748	0,361	Valid
4.	Tingkat kesgaran makanan yang disajikan	0,805	0,361	Valid
5.	Tingkat kesesuaian temperature makanan dan minuman yang disajikan	0,780	0,361	Valid
<i>Service Quality (X<sub>2</sub>)</i>				
6.	Tingkat kesopanan karyawan dalam melayani konsumen	0,840	0,361	Valid
7.	Tingkat kecepatan karyawan dalam melayani konsumen	0,884	0,361	Valid
8.	Tingkat kesigapan karyawan dalam melayani dan membantu konsumen	0,867	0,361	Valid
9.	Tingkat pengetahuan karyawan tentang produk yang ditawarkan	0,772	0,361	Valid
10.	Tingkat kesesuaian menu yang dipesan dengan menu yang disajikan	0,814	0,361	Valid
<i>Quality of Environment (X<sub>3</sub>)</i>				
11.	Tingkat daya Tarik desain interior dan dekorasi restoran	0,844	0,361	Valid
12.	Tingkat kesesuaian suhu ruangan restoran	0,884	0,361	Valid
13.	Tingkat kenyamanan suara di area restoran	0,867	0,361	Valid
14.	Tingkat kebersihan restoran	0,768	0,361	Valid
15.	Tingkat kerapihan penampilan karyawan	0,846	0,361	Valid
<i>Price Fairness (X<sub>4</sub>)</i>				

16.	Tingkat kesesuaian harga makanan yang disajikan	0,950	0,361	Valid
17.	Tingkat kesesuaian harga minuman yang disajikan	0,952	0,361	Valid
<b>Customer Satisfaction (Y)</b>				
18.	Kepuasan terhadap <i>food quality</i>	0,926	0,361	Valid
19.	Kepuasan terhadap <i>service quality</i>	0,967	0,361	Valid
20.	Kepuasan terhadap <i>quality of environment</i>	0,933	0,361	Valid
21.	Kepuasan terhadap <i>price fairness</i>	0,905	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas dapat diketahui bahwa setiap butir pertanyaan mengenai *dining experience* (X) dan *customer satisfaction* (Y) valid karena memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) sehingga pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur konsep yang seharusnya diukur. Variabel *dining experience* (X) memiliki 17 (tujuh belas) item pertanyaan dan dapat dinyatakan valid, nilai tertinggi terdapat pada *item pertanyaan 17* (tujuh belas) dengan nilai sebesar 0,952, dan pada *item pertanyaan 2* (dua) memiliki nilai terendah yaitu sebesar 0,744. Sedangkan pada variabel *customer satisfaction* (Y), item pertanyaan 19 (sembilan belas) memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar 0,967 dan *item pertanyaan 21* (dua puluh satu) memiliki nilai terendah yaitu sebesar 0,905.

### 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Malhotra & David (2013) menjelaskan bahwa reliabilitas menguji sejauh mana skala tersebut menghasilkan hasil yang konsisten apabila pengukuran berulang dilakukan pada variabel yang sama. Sedangkan Sekaran & Bougie (2016:220) menyebutkan reliabilitas adalah tes tentang seberapa konsisten konsep alat ukur tersebut.

Penelitian ini menguji reliabilitas dengan menggunakan rumus *alpha* atau *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan instrument pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5. Menurut Sekaran & Bougie (2016:289) *cronbach alpha* adalah koefisien kehandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep.

Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

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

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

Sumber : Sekaran & Bougie (2016:289)

Keterangan:

$r_{11}$  : Reliabilitas instrumen

$k$  : Banyak butir pertanyaan

$\sigma t^2$  : Varians total

$\sum \sigma b^2$  : Jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai  $\sum \sigma^2$  varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ( $\sum \sigma^2$ ) sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \sqrt{\frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n-1}}$$

Sumber : (Malhotra & David, 2013:435)

Keterangan:

$n$  : Jumlah sampel

$\sigma^2$  : Nilai varians

$\sum x^2$  : Jumlah skor

Keputusan pengujian reliabilitas item instrument adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan *reliable* jika nilai *cornbach's alpha* ( $\alpha$ )  $\geq 0,700$ .
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak *reliable* jika nilai *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ )  $\leq 0,700$

Apabila angka *Cronbach alpha* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya. Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS (*statistical Product fot Service Solution*) 20 for windows.

**TABEL 3. 5**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS *DINING EXPERIENCE* DAN**  
***CUSTOMER SATISFACTION***

No.	Variabel	$C\alpha_{hitung}$	$C\alpha_{minimal}$	Kesimpulan
1.	<i>Dining Experience (X)</i>	0,956	0,700	Reliabel
2.	<i>Customer Satisfaction (Y)</i>	0,924	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas diketahui bahwa setiap butir pertanyaan dapat dikatakan reliabel karena nilai hitung *Cronbach Alpha* lebih besardibandingkan dengan nilai hitung *Cronbach Alpha* yang bernilai 0,700. Variabel tertinggi adalah *dining experience* dengan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,956, sedangkan variabel *customer satisfaction* memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,924.

### 3.2.7 Analisis Data

#### 3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data menjadi informasi yang mudah dipahami. Analisis data deskriptif dilakukan dengan menggolongkan, mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data-data yang didapat lalu dianalisis, sehingga diperoleh gambaran umum tentang variabel berdasarkan beberapa analisis sebagai berikut:

1. Analisis Frekuensi adalah distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkap jumlah dalam persentase (Malhotra & David, 2013:502)
2. Analisis *cross tabulation* adalah teknik statistic yang menggambarkan dua atau lebih variabel yang memiliki sejumlah kategori atau nilai yang berbeda (Malhotra & David, 2013:502)
3. Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel yang terdapat di obejek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal

Nilai Indeks Maksimum = Skor tertinggi  $\times$  Jumlah Item  $\times$  Jumlah Responden

Nilai Indeks Minimum = Skor terendah  $\times$  Jumlah Item  $\times$  Jumlah Responden

Jenjang variabel = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

Jarak Interval = Jenjang : Banyaknya interval

Analisis deskriptif tersebut digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif tentang *dining experience* Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli yang terdiri dari *food quality*, *service quality*, *quality of environment*, dan *price fairness*.
2. Analisis deskriptif tentang *customer satisfaction* konsumen Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli.

Setelah dilakukannya analisis deskriptif, analisis berikutnya dilakukan setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut ini:

1. Menyusun data; penyusunan data dilakukan dengan memeriksa kelengkapan data mulai dari identitas responden hingga pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul
3. Tabulasi data;
  - a. Memberikan skor pada setiap item,
  - b. Menjumlahkan skor pada setiap item,
  - c. Mengubah jenis data, dan
  - d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrument yang berupa pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

Nadia Sapiti, 2021

**PENGARUH DINING EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION**

*(Survei terhadap Konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli Pada Masa Pandemi Covid-19)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**TABEL 3. 6**  
**ALTERNATIF JAWABAN MENURUT SKALA LIKERT**

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat Setuju/Sangat Positif/Sangat Tinggi	5
Setuju/Sering/Tinggi	4
Ragu-ragu/Kadang-kadang/Netral/Cukup	3
Tidak Setuju/Hampir Tidak Pernah/Negatif/Rendah	2
Sangat Tidak Setuju/ Tidak Pernah/Sangat Negatif/Sangat Rendah	1

Sumber: (Malhotra & David, 2013:398)

#### 4. Menganalisis data;

Kegiatan ini dilakukan dimulai dari pengolahan data-data yang diperoleh untuk kemudian dianalisis dengan menginterpretasi data berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus-rumus statistic.

#### 3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Proses untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari teknik regresi berganda yang memungkinkan untuk memeriksa hubungan antar variabel independen (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam hal ini, analisis jalur (*path analysis*) adalah analisis multivariat untuk mempelajari pengaruh langsung dan tidak langsung dari sejumlah variabel yang dihipotesiskan, sebagai variabel terikat (Y) *customer satisfaction* terhadap variabel lainnya yang disebut variabel bebas (X) *dining experience* yang terdiri dari *food quality*, *service quality*, *quality of environment*, dan *price fairness*. Proses analisis jalur (*path analysis*) akan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

##### 1. Method of Succesive Interval (MSI)

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi/penilaian. Skala ordinal merupakan skala yang tidak hanya mengkategorikan perbedaan kualitatif dalam variabel, namun juga memungkinkan untuk menentukan peringkat kategori ini dengan carayang berarti (Sekaran & Bougie, 2016). Pada penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu diinformasi

menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI).

Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi menjadi skala interval dengan menggunakan *method successive interval*. Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data *variable independent* dengan *variable dependent* serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Untuk menetapkan variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang lima variabel tersebut. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*Path Analysis*).

## 2. Pengujian Asumsi Klasik

Larangan asumsi-asumsi dalam analisis jalur perlu dideteksi. Adapun cara untuk mendeteksi agar larangan-larangan dalam analisis jalur tidak terjadi yaitu dengan cara uji asumsi klasik yang secara statistic harus dipahami. Asumsi klasik yang sering digunakan adalah asumsi normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, autokorelasi dan linearitas.

### a. Uji Asumsi Normalitas

Pengujian asumsi normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Jika distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametrik. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas berarti berdistribusi normal. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan rumus Kolmogorov-Smirnov. Kolmogorov-Smirnov (K-S) adalah salah satu tes kesesuaian. Uji K-S adalah uji non-parametrik satu-sampel yang membandingkan fungsi distribusi kumulatif untuk variabel dengan distribusi tertentu (Malhotra & David, 2013:533). Rumus untuk menguji normalitas menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnov, sebagai berikut:

Nadia Sapiti, 2021

**PENGARUH DINING EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION**

(Survei terhadap Konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli Pada Masa Pandemic Covid-19)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$K = |F_s(x) - F_t(x)|_{max}$$

Sumber: (Malhotra & David, 2013:533)

Keterangan:

$F_s$  : distribusi frekuensi kumpulan sampel

$F_t$  : distribusi frekuensi kumpulan teoritis

#### b. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Dan jika variansnya tidak sama disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas, jika nilai t hitung lebih kecil dari t table dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dikatakan heteroskedastisitas, jika t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Nilai t dibandingkan dengan nilai t table dengan df (derajat kebebasan) = n (jumlah variabel) dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ , maka  $df = 88 - 5 = 83$ . Dilihat dari titik persentase distribusi t, dengan  $df = 83$  dan nilai signifikansi 0,05 maka nilai t table sebesar 1.66342.

#### c. Uji Asumsi Mulyikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah melihat ada atau tidaknya korelasi koefisien (r) yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model pengaruh. Dua parameter yang paling sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai toleransi dan nilai VIF (*variance inflation factor*). Melihat nilai toleransi, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* lebih besar 0,10. Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil 10,00. Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

Untuk mengukur multi kolinearitas dapat diketahui dari besaran VIF. Rumus untuk menghitung VIF untuk koefisien dari variabel independent menggunakan rumus:

$$VIF = \frac{1}{(1 - R^2)}$$

#### d. Uji Asumsi Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode  $t$  dengan periode sebelumnya ( $t-1$ ), uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat bersamaan. Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Gejala autokorelasi dideteksi dengan melakukan uji *Durbin-Watson (DW)*. Hasil perhitungan *Durbin-Watson (DW)* dibandingkan dengan nilai-nilai tabel pada  $\alpha = 0,05$

#### e. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah jika nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linear.

### 3. Analisis Korelasi (R)

Analisis korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain. Sekaran & Bougie (2016:287) mengungkapkan bahwa korelasi positif atau searah (*direct*) sempurna (*perfect positive correlation*) antara dua variabel diwakili oleh koefisien korelasi sama dengan atau mendekati  $+1$ , ini mengindikasikan satu yang didalamnya perubahan skor tinggi dalam satu variabel disertai oleh perubahannya ekuivalen dalam arah yang sama (*same direction*) dalam variabel lain, tanpa kecuali.

Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah Korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

Nadia Sapiti, 2021

**PENGARUH DINING EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION**

(Survei terhadap Konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli Pada Masa Pandemi Covid-19)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

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

Sumber: (Malhotra & David, 2013:575)

Keterangan:

$r_{xy}$  : koefisien korelasi *product moment*

$n$  : Jumlah sampel

$\sum$  : Kuadrat factor variabel X

$\sum X^2$  : Kuadrat factor Variabel X

$\sum Y^2$  : Kuadrat factor variabel Y

$\sum XY$  : Jumlah perkalian factor korelasi variabel X dan Y

Dimana  $r_{xy}$ : Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 3.7 berikut:

**TABEL 3. 7**  
**INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Interpretasi
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: (Malhotra & David, 2013)

#### 4. Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam jalur digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independent ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) secara serentak terhadap variabel dependent (Y). Sekaran & Bougie (2016:626) mengungkapkan koefisien ini dimaksud untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi perubahan dalam satu variabel (dependent) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independent).  $R_2 = 0$ , maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependen, atau variabel independent yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

Sumber : (Malhotra & David, 2013:594)

Keterangan :

$R^2$  : Koefisien korelasi ganda

$k$  : Jumlah Prediktor

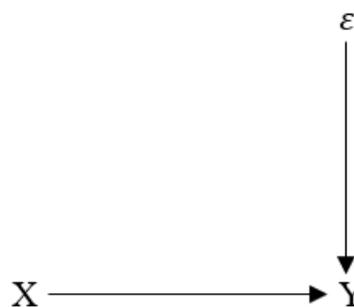
$n$  : Jumlah Anggota Sampel

### 5. Pengujian Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Teknik Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Alasan menggunakan analisis jalur adalah karena dengan diagram jalur, hipotesis diterjemahkan sehingga tampak variabel apa yang merupakan variabel penyebab (*eksogenous*) dan variabel akibat (*endogenous*). Di samping itu, analisis jalur bertujuan untuk menerangkan akibat langsung dan tidak langsung dari satu atau lebih variabel sebagai variabel penyebab terhadap satu atau lebih variabel lainnya sebagai variabel akibat.

Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independent X yaitu *dining experience* yang terdiri dari *food quality* ( $X_1$ ), *service quality* ( $X_2$ ), *quality of environment* ( $X_3$ ), dan *price fairness* ( $X_4$ ) terhadap variabel dependen Y yaitu *customer satisfaction*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menggambarkan struktur hipotesis, seperti pada gambar 3.1.



**GAMBAR 3. 1**  
**DIAGRAM JALUR HIPOTESIS**

Keterangan :

X : *Dining Experience*

Y : *Customer Satisfaction*

$\varepsilon$  : Epsilon (Variabel lain yang tidak diteliti)

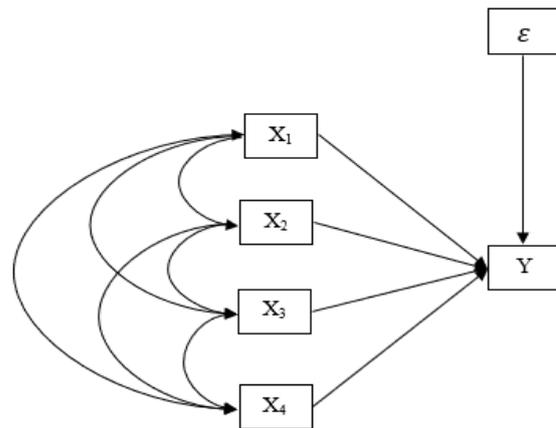
Diagram hipotesis di atas diterjemahkan kedalam beberapa sub-hipotesis yang menyatakan pengaruh sub-variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, seperti dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut:

Nadia Sapiti, 2021

**PENGARUH DINING EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION**

*(Survei terhadap Konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli Pada Masa Pandemic Covid-19)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



**GAMBAR 3. 2**  
**DIAGRAM STRUKTUR SUB HIPOTESIS**

Keterangan:

- $X_1$  : *food quality*  
 $X_2$  : *service quality*  
 $X_3$  : *quality of environment*  
 $X_4$  : *price fairness*  
 $Y$  : *customer satisfaction*  
 $\varepsilon$  : *epsilon* (variabel tidak diteliti)

2. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas (*independent variable*)

$$R = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ 1 & r_{X_1X_2} & r_{X_1X_3} & r_{X_1X_4} \\ & 1 & r_{X_2X_3} & r_{X_2X_4} \\ & & 1 & r_{X_3X_4} \\ & & & 1 \end{bmatrix}$$

3. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis.

Menghitung matriks invers korelasi.

$$R^{-2} = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} \\ & & & C_{4.4} \end{bmatrix}$$

4. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{pmatrix} \rho_{YX_1} \\ \rho_{YX_2} \\ \rho_{YX_3} \\ \rho_{YX_4} \end{pmatrix} = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} \\ & & & C_{4.4} \end{bmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX1.1} \\ r_{YX1.2} \\ r_{YX1.3} \\ r_{YX1.4} \end{pmatrix}$$

5. Hitung  $R^2Y(X_1, X_2, X_3, X_4)$  yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total  $X_1, X_2, X_3, X_4$  terhadap  $Y$  dengan menggunakan rumus.

$$R^2Y(X_1, X_2, X_3, X_4) = (\rho_{YX1}\rho_{YX2}\rho_{YX3}\rho_{YX4}) = \begin{pmatrix} r_{YX1.1} \\ r_{YX1.2} \\ r_{YX1.3} \\ r_{YX1.4} \end{pmatrix}$$

Selanjutnya menghitung pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel.

#### **Pengaruh $X_1$ terhadap $Y$**

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX1} \cdot \rho_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_2 &= \rho_{YX1} \cdot r_{X_1X_2} \cdot \rho_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_3 &= \rho_{YX1} \cdot r_{X_1X_3} \cdot \rho_{YX3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_4 &= \rho_{YX1} \cdot r_{X_1X_4} \cdot \rho_{YX4} + \\ \text{Pengaruh total } X_1 \text{ terhadap } Y &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

#### **Pengaruh $X_2$ terhadap $Y$**

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX2} \cdot \rho_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_1 &= \rho_{YX2} \cdot r_{X_2X_1} \cdot \rho_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_3 &= \rho_{YX2} \cdot r_{X_2X_3} \cdot \rho_{YX3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_4 &= \rho_{YX2} \cdot r_{X_2X_4} \cdot \rho_{YX4} + \\ \text{Pengaruh total } X_2 \text{ terhadap } Y &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

#### **Pengaruh $X_3$ terhadap $Y$**

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX3} \cdot \rho_{YX3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_1 &= \rho_{YX3} \cdot r_{X_3X_1} \cdot \rho_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_2 &= \rho_{YX3} \cdot r_{X_3X_2} \cdot \rho_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_4 &= \rho_{YX3} \cdot r_{X_3X_4} \cdot \rho_{YX4} + \\ \text{Pengaruh total } X_3 \text{ terhadap } Y &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

#### **Pengaruh $X_4$ terhadap $Y$**

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX4} \cdot \rho_{YX4} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_1 &= \rho_{YX4} \cdot r_{X_4X_1} \cdot \rho_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_2 &= \rho_{YX4} \cdot r_{X_4X_2} \cdot \rho_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_3 &= \rho_{YX4} \cdot r_{X_4X_3} \cdot \rho_{YX3} + \\ \text{Pengaruh total } X_4 \text{ terhadap } Y &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

Menghitung pengaruh variabel lain ( $\varepsilon$ ) dengan rumus sebagai berikut :

$$\rho_{y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2 y(X_1, X_2, X_3, X_4)}$$

1. Keputusan penerimaan atau penolakah  $H_0$ .

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**a. Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)**

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus:

$H_0 : PYX = 0$  artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *dining experience* yang terdiri dari *food quality*, *service quality*, *quality of environment*, dan *price fairness* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli.

$H_1 : PYX \neq 0$  artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *dining experience* yang terdiri dari *food quality*, *service quality*, *quality of environment*, dan *price fairness* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli.

Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus:

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

Sumber: (Malhotra & David, 2013:595)

Keterangan:

R : Koefisien korelasi ganda

k : Jumlah predictor

n : Jumlah anggota sampel

Kriteria *customer satisfaction* untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$ , diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

**b. Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)**

1.  $H_0 : PYX_1 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *food quality* terhadap *customer satisfaction*.

$H_1 : PYX_1 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *food quality* terhadap *customer satisfaction*.

2.  $H_0 : PYX_2 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *service quality* terhadap *customer satisfaction*.

$H_1 : PYX_2 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *service quality* terhadap *customer satisfaction*.

3.  $H_0 : PYX_3 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *quality of environment* terhadap *customer satisfaction*.

$H_1 : PYX_3 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *quality of environment* terhadap *customer satisfaction*.

4.  $H_0 : PYX_4 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *price fairness* terhadap *customer satisfaction*.

$H_1 : PYX_4 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *price fairness* terhadap *customer satisfaction*.

Pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus

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

Sumber: (Malhotra & David, 2013:578)

Keterangan:

t : Distribusi normal

r : Koefisiensi korelasi

n : Banyaknya data

kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} \geq t_{(mendekati 100\%)(n-k-1)}$

Terima  $H_0$  jika  $t_{hitung} < t_{(mendekati 100\%)(n-k-1)}$