

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah konsumen Celdi Katering. Katering ini berlokasi di Jl. Srigadis No. 19, Moch Ramdhan Bandung 40253. Adapun penelitian yang dilakukan adalah melakukan pengukuran terhadap persepsi konsumen mengenai kualitas produk yang diberikan Celdi Katering kepada konsumen, di mana nantinya akan dilihat pengaruh terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel bebas (*Independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel *Independent* adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan variabel *dependent* adalah variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono (2012, hlm. 59).

Adapun variabel *independen* dalam penelitian ini yaitu kualitas produk (variabel X) dengan dimensi *flavor* (rasa/bau), porsi, penampilan, warna, *temperature* (panas/suhu), *aromatic appel* (daya penarik lewat bau harum), dan *texture/form/shape* (susunan/bentuk/potongan) dan variabel *dependennya* adalah kepuasan konsumen (variabel Y), di mana dalam penelitian ini akan dilakukan perbandingan antara kinerja atau hasil yang diberikan oleh pihak perusahaan dengan harapan konsumen melalui kualitas produk.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis penelitian, yaitu deskriptif dan verifikatif. Dalam penelitian ini akan diuji apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa Celdi Katering. Menurut Sugiyono (2011, hlm. 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 lain”.

Menurut Arikunto (2009, hlm. 8) mengungkapkan bahwa “penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan dimana pengujian hipotesis tersebut menggambarkan perhitungan statistik”. Dalam penelitian ini, penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk yang disajikan oleh Celdi Katering terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif survey* dan *metode explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2010, hlm. 54), “metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara suatu variabel dengan variabel lain.

Menurut Ker Linger (dalam Sugiyono, 2010, hlm. 17) mengungkapkan bahwa:

Penelitian survey adalah penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara struktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti eksperimen).

Karena penelitian dilakukan kurang dari satu tahun maka metode yang digunakan adalah *cross section method*. Menurut Uma (2011, hlm. 177) “*cross section method* adalah sebuah metode penelitian yang dapat dilakukan dengan hanya sekali dikumpulkan, mungkin selama periode harian, mingguan, atau bulanan, dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian”.

Penelitian yang menggunakan metode ini, melakukan kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) dengan tujuan mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang diteliti..

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Silalahi (2009, hlm. 201) mengungkapkan bahwa “Operasional variabel merupakan kegiatan mengurai variabel menjadi sejumlah variabel

operasiona atau variabel empiris (indikator, item) yang menunjukkan langsung pada hal-hal yang dapat diamati atau diukur”. Secara lengkap operasionalisasi variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<p align="center">Kualitas Produk (X)</p> <p>Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2012, hlm. 230) <i>Product quality "the characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs"</i>. Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.</p>	<p align="center">Flavor (rasa/bau)</p> <p>Harus diperhatikan bahwa rasanya harus enak dan baunya pun harus sedap. Marsum (2005, hlm. 159)</p>	Kelezatan rasa dari hidangan yang disajikan.	Tingkat kelezatan rasa dari hidangan yang disajikan.	Ordinal	1
		Perpaduan rasa dari makanan yang disajikan.	Tingkat perpaduan rasa dari makanan yang disajikan.	Ordinal	2
	<p align="center">Porsi</p> <p>Dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut <i>standard portion size</i>. Menurut West, Wood dan Harger, et all (dalam Fiani,2012, hlm. 1)</p>	Kesesuaian porsi yang disajikan.	Tingkat kesesuaian porsi yang disajikan.	Ordinal	3
		Kesesuaian porsi dengan harga yang disetujui.	Tingkat kesesuaian porsi dengan harga yang disetujui.	Ordinal	4
	<p align="center">Penampilan</p> <p>Makanan harus baik dilihat saat berada di piring, dimana hal tersebut adalah suatu faktor yang penting. Kesehatan dan kebersihan dari makanan yang disajikan adalah contoh penting yang akan mempengaruhi penampilan makanan baik atau tidak untuk dinikmati. Menurut West, Wood dan Harger, et all (dalam Fiani,2012, hlm. 1)</p>	Kebersihan dari hidangan yang disajikan	Tingkat kebersihan dari hidangan yang disajikan.	Ordinal	5
		Penataan dari hidangan yang disajikan	Tingkat penataan hidangan yang disajikan.	Ordinal	6
	<p align="center">Warna</p> <p>Warna dari bahan-bahan makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa supaya tidak terlalu pucat/warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen. Menurut West, Wood dan Harger, et all (dalam Fiani,2012, hlm. 1)</p>	Warna dari perpaduan makanan yang disajikan.	Tingkat perpaduan warna makanan yang disajikan.	Ordinal	9
		Kesegaran warna makanan yang disajikan.	Tingkat kesegaran warna makanan yang disajikan.	Ordinal	10
	<p align="center">Temperature (panas/suhu)</p> <p>Menyajikan makanan harus diperhatikan suhunya. Makanan panas harus disajikan dalam keadaan benar-benar pans, dengan</p>	Suhu makanan saat disajikan	Tingkat kesesuaian suhu dilihat dari panas/dinginnya makanan yang disajikan.	Ordinal	11

Cita Urwah Hasanah, 2015

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Celdi Katering (Survei pada Konsumen Cel di Katering Bandung)

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

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	piring yang panas. Untuk makanan dingin harus disajikan dalam keadaan dingin dengan piring atau tempat dingin pula. Marsum (2005, hlm. 159)	Kesesuaian suhu dilihat dari panas/dinginya makanan yang disajikan..	Tingkat suhu makanan saat disajikan	Ordinal	12
	Aromatic Appeal (daya penarik lewat bau harum), Makanan yang disajikan harus sedap/harum aromanya sehingga lebih membangkitkan selera makan tamu. Marsum (2005, hlm. 159)	Aroma hidangan yang disajikan	Tingkat aroma hidangan yang disajikan.	Ordinal	7
		Kesegaran bahan dari aroma makanan yang disajikan.	Tingkat kesegaran bahan dari aroma makanan yang disajikan.	Ordinal	8
	Texture/Form/Shape (susunan/bentuk/potongan) <i>Texture</i> /susunan dapat pula diartikan sebagai upaya menyusun suatu hidangan yang lengkap yang memperhatikan adanya proses pengunyahan saat makan. Yang dimaksud dengan <i>Form/Shapes</i> adalah irisan/potongan dari makanan yang disajikan. Marsum (2005, hlm. 159)	Variasi bentuk/potongan makanan yang disajikan.	Tingkat variasi bentuk/potongan makanan yang disajikan.	Ordinal	13
Kesesuaian texture makanan dengan menu yang dihidangkan.		Tingkat kesesuaian texture makanan dengan menu yang dihidangkan.	Ordinal	14	
Perbandingan Kenyataan (<i>Perceived</i>) Dan Harapan (<i>Expected</i>)					
Kepuasan Konsumen (Y) Kotrel dan Keller (2013, hlm. 150) “ <i>satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product’s perceived performance (or outcome) to expectation</i> ”. Artinya kepuasan (<i>Satisfaction</i>) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”.	Flavor (rasa/bau) Harus diperhatikan bahwa rasanya harus enak dan baunya pun harus sedap. Marsum (2005, hlm. 159)	Kelezatan rasa dari hidangan yang disajikan.	Tingkat kelezatan rasa dari hidangan yang disajikan.	Ordinal	15
		Perpaduan rasa dari makanan yang disajikan.	Tingkat perpaduan rasa dari makanan yang disajikan.	Ordinal	16
	Porsi Dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut <i>standard portion size</i> . Menurut West, Wood dan Harger, et all (dalam Fiani,2012, hlm. 1)	Kesesuaian porsi yang disajikan.	Tingkat kesesuaian porsi yang disajikan.	Ordinal	17
		Kesesuaian porsi dengan harga yang disetujui.	Tingkat kesesuaian porsi dengan harga yang disetujui.	Ordinal	18
	Penampilan Makanan harus baik dilihat saat berada di piring, dimana hal tersebut adalah suatu faktor yang penting. Kesehatan dan kebersihan dari makanan yang disajikan adalah contoh penting yang	Kebersihan dari hidangan yang disajikan	Tingkat kebersihan dari hidangan yang disajikan.	Ordinal	19
		Penataan dari hidangan yang disajikan	Tingkat penataan hidangan yang disajikan.	Ordinal	20

Cita Urwah Hasanah, 2015

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Celdi Katering (Survei pada Konsumen Cel di Katering Bandung)

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

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	akan mempengaruhi penampilan makanan baik atau tidak untuk dinikmati. Menurut West, Wood dan Harger, et all (dalam Fiani,2012, hlm. 1)				
	Warna Warna dari bahan-bahan makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa supaya tidak terlalu pucat/warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen. Menurut West, Wood dan Harger, et all (dalam Fiani,2012, hlm. 1)	Warna dari perpaduan makanan yang disajikan.	Tingkat perpaduan warna makanan yang disajikan.	Ordinal	21
		Kesegaran warna makanan yang disajikan.	Tingkat kesegaran warna makanan yang disajikan.	Ordinal	22
	Temperature (panas/suhu) Menyajikan makanan harus diperhatikan suhunya. Makanan panas harus disajikan dalam keadaan benar-benar pans, dengan piring yang panas. Untuk makanan dingin harus disajikan dalam keadaan dingin dengan piring atau tempat dingin pula. Marsum (2005, hlm. 159)	Suhu makanan saat disajikan	Tingkat kesesuaian suhu dilihat dari panas/dinginya makanan yang disajikan.	Ordinal	23
		Kesesuaian suhu dilihat dari panas/dinginya makanan yang disajikan..	Tingkat suhu makanan saat disajikan	Ordinal	24
	Aromatic Appeal (daya penarik lewat bau harum), Makanan yang disajikan harus sedap/harum aromanya sehingga lebih membangkitkan selera makan tamu. Marsum (2005, hlm. 159)	Aroma hidangan yang disajikan	Tingkat aroma hidangan yang disajikan.	Ordinal	25
		Kesegaran bahan dari aroma makanan yang disajikan.	Tingkat kesegaran bahan dari aroma makanan yang disajikan.	Ordinal	26
	Texture/Form/Shape (susunan/bentuk/potongan) <i>Texture</i> /susunan dapat pula diartikan sebagai upaya menyusun suatu hidangan yang lengkap yang memperhatikan adanya proses pengunyahan saat makan. Yang dimaksud dengan <i>Form/Shapes</i> adalah irisan/potongan dari makanan yang disajikan. Marsum (2005, hlm. 159)	Variasi bentuk/potongan makanan yang disajikan.	Tingkat variasi bentuk/potongan makanan yang disajikan.	Ordinal	27
		Kesesuaian texture makanan dengan menu yang dihidangkan.	Tingkat kesesuaian texture makanan dengan menu yang dihidangkan.	Ordinal	28

Sumber: Lampiran A, 2015.

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sugiyono (2012, hlm. 193) mengungkapkan bahwa “terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian. Yaitu kualitas instrumen penelitian, dan kualitas pengumpulan data”. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara.

Berdasarkan sumbernya data dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, antara lain:

- a. Sumber primer, yaitu sumber data langsung yang memberikan data kepada pengumpul data.
- b. Sumber sekunder, yaitu sumber yang tidak langsung memberi data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.

Untuk lebih jelasnya mengenai jenis data dan sumbernya data yang digunakan akan dijelaskan dalam bentuk Tabel sebagai berikut :

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data Perkembangan Usaha Jasa Boga di Indonesia	Sekunder	(http://www.pikiran.rakyat.com/node/307909)10/12/2014-13:36)
2.	Data APJI (Asosiasi Pengusaha Jasa Boga Indonesia).	Sekunder	(http://life.viva.co.id/news/read/.../rabu10/12/2014-15:43WIB)
3.	Data mengenai perusahaan makan dan minum di Jawa Barat.	Sekunder	Katalog BPS:1305059, Hasil Sensus Ekonomi 2006
4.	Klasifikasi <i>catering</i>	Primer	Sekretaris Eksekutif DPC APJI Kota Bandung
5.	Data <i>Profit</i> Celdi Katering Tahun 2012-2014.	Primer	Celdi Katering
6.	Gambaran responden mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk.	Primer	Survey yang dilakukan penulis dengan menyebarkan angket kepada konsumen Celdi Katering.

Sumber: Lampiran B, 2014.

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

Cita Urwah Hasanah, 2015

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Celdi Katering (Survei pada Konsumen Cel di Katering Bandung)

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

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda–benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek yang diteliti. (Sugiyono 2012, hlm. 115). Adapun dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen yang telah menggunakan dan merasakan produk dari Celdi Katering pada tahun 2014, dengan jumlah 42 orang.

Tabel 3.3
Populasi Konsumen Celdi Katering

Pesanan	Jumlah (Orang)
Acara syukuran, <i>coffe break</i> , <i>lunch</i>	19
Acara <i>Wedding</i>	18
Harian	5
Total	42

Sumber: Celdi Katering, 2015.

3.2.4.2 Sampel

Sugiyono (2012, hlm. 116) mengungkapkan, “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sedangkan menurut Suharsimi (2009, hlm. 131) “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 42 orang sehingga sampel yang digunakan adalah sampel jenuh.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling dilakukan untuk menentukan berapa jumlah sampel yang diambil dari jumlah populasi. Hal ini dilakukan agar peneliti mengetahui berapa banyak responden yang harus dihubungi untuk menjadi sampel penelitian. Suharsimi (2009, hlm. 111) menyatakan bahwa teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang benar-benar

dapat berfungsi sebagai contoh atau menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 117) menyebutkan, teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi: sampling sistematis, kouta, aksidental, purposive, jenuh, dan snowball.

Adapun penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 68) sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30 orang, atau peneliti yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun dalam memperoleh data yang dibutuhkan penulis untuk penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Celdi Katering, menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Studi Kepustakaan. Teknik ini dilakukan dengan mencari data dari sumber buku mengenai pemasaran, permasalahan jasa, internet dan jurnal maupun hasil penelitian sejenis yang berkaitan dengan masalah yang diangkat dan diteliti untuk kemudian dijadikan sebagai landasan teori. Adapun teori yang dibutuhkan tersebut adalah mengenai pariwisata, pengertian jasa boga atau catering, pengertian pemasaran jasa, bauran pemasaran, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.
- b. Studi lapangan teknik ini dilakukan dengan maksud untuk memperoleh data primer yang dibutuhkan, berkenaan dengan variabel yang diteliti. Yaitu mengenai kualitas produk dan kepuasan konsumen. Adapun cara yang dilakukan yaitu :

Cita Urwah Hasanah, 2015
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Celdi Katering (Survei pada Konsumen Cel di Katering Bandung)

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

- 1) Metode observasi berperan serta (*participant observation*). Observasi ini dilakukan dengan cara berperan aktif di lapangan, yaitu dengan adanya interaksi antara penulis dengan pihak katering dalam pengolahan produk.
- 2) Metode wawancara, yaitu memberikan rangkaian pertanyaan kepada subjek penelitian. Hal ini dilakukan secara langsung dengan pemilik dan pegawai yang ada di dapur. Mengenai garis besar permasalahan yang ada di subjek penelitian, tanpa metode terstruktur melainkan langsung dan terbuka.
- 3) Metode angket atau metode yang dikenal dengan metode kuesioner. Teknik ini dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada konsumen Cedi Katering. Angket tersebut adalah mengenai variabel yang akan diteliti berkenaan dengan kualitas produk dan kepuasan konsumen di Celdi Katering.

3.2.6 Pengujian Validasi dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validasi

Dalam sebuah penelitian tentu akan ditemukan hasil sebuah penelitian, dimana kesimpulannya adalah hasil penelitian tersebut mempunyai mutu baik atau tidak. Mutu dari hasil penelitian sangat dipengaruhi oleh data yang terkumpul, dimana data tersebut nantinya akan dianalisis tingkat validitasnya. Validasi adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrument yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang, memiliki validitas rendah (Arikunto, 2009, hlm. 145). Sugiyono (2012, hlm. 348) menyebutkan bahwa, “hasil penelitian yang valid yaitu bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti”. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Sehingga bisa disimpulkan, uji validitas adalah cara untuk menyatakan sejauh mana tingkat kevalidan sudah

instrument penelitian yang dalam hal ini adalah kuesioner, yang disebarakan kepada responden.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pernyataan dengan skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang diasumsikan 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 instrument adalah rumus Korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Person sebagai berikut:

$$r_i = \frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[(n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2) [(n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]]}}$$

Sumber: Sugiyono, 2012, hlm. 356)

Keterangan:

r = Koefisien validitas item yang dicari

$\sum X^2$ = Jumlah kuadran dalam skor distribusi X

n = Jumlah Responden

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadran dalam skor distribusi Y

X = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

Adapun keputusan pengujian validitas *item instrument*, dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan menggunakan uji dua pihak dengan taraf kesalahan 5% sehingga $(dk) = n-2$, $30-2 = 28$, maka berdasarkan tabel r didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374.

Cita Urwah Hasanah, 2015

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Celdi Katering (Survei pada Konsumen Cel di Katering Bandung)

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

- a. Jika item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana *level of significant* yang digunakan adalah 5% (0,05).
- b. Jika item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, dimana *level of significant* yang digunakan adalah 5% (0,05).

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 19 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 19 *for windows*, diperoleh pengujian validitas sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas *Perceived* dan *Expected* Instrumen Penelitian

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Level of signifikan	Keterangan
<i>Perceived (Kenyataan)</i>					
Flavor (rasa/bau)					
1.	Kelezatan rasa dari hidangan yang disajikan	0,457	0,374	0,05	Valid
2.	Perpaduan rasa dari makanan yang disajikan.	0,383	0,374	0,05	Valid
Porsi					
3.	Kesesuaian porsi yang disajikan.	0,504	0,374	0,05	Valid
4.	Kesesuaian porsi dengan harga yang ditawarkan.	0,706	0,374	0,05	Valid
Penampilan					
5.	Penataan dari hidangan yang disajikan.	0,588	0,374	0,05	Valid
6.	kebersihan dari hidangan yang disajikan.	0,383	0,374	0,05	Valid
Warna					
7.	Warna dari perpaduan makanan yang disajikan.	0,432	0,374	0,05	Valid
8.	Kesegaran warna makanan yang disajikan.	0,461	0,374	0,05	Valid
Temperature (panas/suhu)					
9.	suhu makanan yang disajikan.	0,489	0,374	0,05	Valid
10.	Kesesuaian suhu dilihat dari panas/dinginya makanan yang disajikan	0,390	0,374	0,05	Valid
Aromatic Appel (daya penarik lewat bau harum)					
11.	Aroma hidangan yang disajikan.	0,536	0,374	0,05	Valid
12.	kesegaran bahan dari aroma makanan yang disajikan.	0,634	0,374	0,05	Valid
<i>Expectations (harapan)</i>					
Flavor (rasa/bau)					
13.	Kelezatan rasa dari	0,923	0,374	0,05	Valid

No.	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Level of signifikan	Keterangan
	hidangan yang disajikan				
14.	Perpaduan rasa dari makanan yang disajikan.	0.849	0,374	0,05	Valid
Porsi					
15.	Kesesuaian porsi yang disajikan.	0.877	0,374	0,05	Valid
16.	Kesesuaian porsi dengan harga yang ditawarkan.	0.881	0,374	0,05	Valid
Penampilan					
17.	Penataan dari hidangan yang disajikan.	0.939	0,374	0,05	Valid
18.	kebersihan dari hidangan yang disajikan.	0.871	0,374	0,05	Valid
Warna					
19.	Warna dari perpaduan makanan yang disajikan.	0.869	0,374	0,05	Valid
20.	Kesegaran warna makanan yang disajikan.	0.917	0,374	0,05	Valid
Temperature (panas/suhu)					
21.	suhu makanan yang disajikan	0.939	0,374	0,05	Valid
22.	Kesesuaian suhu dilihat dari panas/dinginnya makanan yang disajikan.	0.905	0,374	0,05	Valid
Aromatic Appel (daya penarik lewat bau harum)					
23.	Aroma hidangan yang disajikan.	0.901	0,374	0,05	Valid
24.	kesegaran bahan dari aroma makanan yang disajikan.	0.901	0,374	0,05	Valid
Teture/Form/Shape (susunan/bentuk/potongan)					
25.	Variasi Bentuk/potongan makanan yang disajikan	0.940	0,374	0,05	Valid
26.	Kesesuaian teture makanan dengan menu yang dihidangkan	0.932	0,374	0,05	Valid

Sumber: Lampiran E, 2015.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas menyatakan bahwa hasil dari tanggapan kuesioner yang disebar kepada responden dinyatakan valid. Hal tersebut dibuktikan bahwa hasil perhitungan setiap item pertanyaan mempunyai lebih dari 0,374.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketetapan alat pengumpulan data yang digunakan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat

Cita Urwah Hasanah, 2015

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Celdi Katering (Survei pada Konsumen Cel di Katering Bandung)

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

pengumpulan data, karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang dapat dipercaya dan reliabel akan menghasilkan data yang dipercaya juga.

Sugiyono (2012, hlm. 183) bahwa “reliabilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan hasil yang sama atau konsisten”. Sedangkan menurut Arikunto (2009, hlm. 178) menyatakan bahwa reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik.

Jika instrument dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrument tersebut dapat dipercaya. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas ini adalah menggunakan *Cronbach alpha* sebagai berikut:

$$r_i = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Sumber: (Husen Umar, 2009, hlm. 170)

Keterangan:

r_I = Reliabilitas Instrumen

K = Banyaknya butiran pertanyaan

σ_t^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah variable total

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

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Sumber: (Husein, 2009, hlm.)

Dimana: n = jumlah responden

X = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butiran pertanyaan)

Adapun keputusan pengujian *item instrument* adalah dengan *alpha cronbach*. Menurut Nunnally and Bernstein dalam Uyanto (2009, hlm. 274) mengemukakan bahwa “*Alpha Cronbach* yang merupakan salah satu koefisien reliabilitas yang paling sering digunakan dengan skala pengukuran yang reliable

dengan nilai minimal 0,70". Berikut adalah hasil yang di dapat dalam mengukur reliabilitas terhadap angket yang akan disebarakan kepada responden:

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Reliabilitas	Alpha Cronbach's	Skala pengukur	Keterangan
1.	Harapan	0,982	0,70	Reliabel
2.	Kenyataan	0,750	0,70	Reliabel

Sumber: Lampiran E, 2015.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas menyatakan bahwa hasil dari tanggapan kuesioner yang disebar kepada responden reliabel. Hal tersebut dibuktikan bahwa hasil perhitungan setiap item pertanyaan mempunyai nilai *Alpha Cronbach* lebih dari 0,70.

3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan ke dalam tiga langkah yaitu: persiapan, tabulasi, dan data pendekatan penelitian.
2. Persiapan, yaitu mengumpulkan data memeriksa kelengkapan lembar kuesioner serta memeriksa kebenaran cara pengisian.
3. Melakukan tabulasi kuesioner dan memberikan nilai sesuai dengan sistem penilaian yang telah ditetapkan, menjumlahkan skor pada setiap item, serta menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian. Nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel bebas dan variabel terikat yang diasumsikan berhubungan linear.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Cita Urwah Hasanah, 2015

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Celdi Katering (Survei pada Konsumen Cel di Katering Bandung)

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

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif serta untuk melihat factor penyebab. Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu:

1. Analisis deskriptif tentang kualitas produk di Celdi Katering yang terdiri dari warna, penampilan, porsi, bentuk, temperature, tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa
2. Analisis deskriptif tentang kepuasan konsumen yang menikmati jasa Celdi Katering.

Data ini menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan diatas dalam operasional variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditrasformasikan menjadi skala interval.

3.2.7.2 Rancangan Analisis Verifikatif

Alat penelitian yang dilakukan dalam uji asumsi statistik penelitian ini adalah angket kuesioner. Angket disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, oleh karena itu metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kualitas produk (X) dengan dimensi *flavor* (rasa/bau), porsi, penampilan, warna, *temperature* (panas/suhu), *aromatic appel* (daya penarik lewat bau harum), dan *texture/form/shape* (susunan/bentuk/potongan). Sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan konsumen (Y). Sehingga dalam penelitian ini dapat diketahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Adapun langkah-langkah dalam teknik analisis data verifikatif adalah sebagai berikut:

1. *Method of Successive Interval* (MSI)

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data ordinal, maka semua data yang terkumpul terlebih dahulu akan di transformasi menjadi skala

interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Al Rasyid, 1994:131). Adapun langkah-langkah untuk melakukan data tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan dengan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap puluhan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Means of interval} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Bellow Upper Limit}) - (\text{Area Bellow Lower Limit})}$$

Dimana:

Means of interval	: rata-rata interval
<i>Density at lower limit</i>	: kepadatan batas bawah
<i>Density at upper limit</i>	: kepadatan batas atas
<i>Area bellow upper limit</i>	: daerah dibawah batas atas
<i>Area bellow lower limit</i>	: daerah dibawah batas bawah

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan dan dat variabel *independend* dengan variabel *dependen* serta ditentukan dengan persamaan yang berlaku untuk pasangan tersebut.

2. Uji Asumsi Statistik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011, hlm. 160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residu memiliki distribusi normal, bila asumsi ini dilanggar maka uji statistik

menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Untuk melakukan uji, penulis mendasarkan pada uji grafik dan uji statistik.

b. Uji Linearitas Regresi

Salah satu asumsi dari analisis regresi adalah linearitas. Maksudnya apakah garis regresi antara X dan Y membentuk garis linear atau tidak. Kalau tidak linear maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan. Menurut sugiyono (2012, hlm. 265) Rumus-rumus yang digunakan dalam uji linearitas:

$$JK(T) = \Sigma Y^2$$

$$JK(A) = \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$$

$$JK(bla) = b \left\{ \Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n} \right\} = \frac{[n \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)^2]}{n[n \Sigma]}$$

Dimana:

$$JK(S) = JK(T) - JK(a) - JK(bla)$$

$$JK(TC) = \frac{\Sigma}{x^1} \left\{ \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n_1} \right\}$$

$$K(G) = JK(S) - JK(TC)$$

JK(T) = Jumlah Kuadran Total

JK(a) = Jumlah Kuadran Koefisien a

JK(bla) = Jumlah Kuadran Regresi (bla)

JK(S) = Jumlah Kuadran Sisa

JK(TC) = Jumlah Kuadran Tuna Cocok

JK(G) = Jumlah Kuadran Galat

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 261), regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam analisis regresi linier sederhana ini terdapat satu variabel yang diramalkan (*dependent variabel*) yaitu kepuasan konsumen dan (*independent variabel*) yang mempengaruhi yaitu kualitas produk. Maka Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Sumber: Sugiyono, 2012, hlm. 261

Dimana:

Y = Subjek dalam variabel dependen yang di perediksi

a = Harga X=0 (harga konstan)

Cita Urwah Hasanah, 2015

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Celdi Katering (Survei pada Konsumen Cel di Katering Bandung)

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

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

X = subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu. Selain itu harga a dan b dapat dicari dengan rumus berikut:

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \qquad b = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

(Sugiyono, 2012, hlm. 262)

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan proporsi atau presentase dari total variansi Y yang dijelaskan oleh garis regresi. Koefisien regresi merupakan angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan atau distribusi variabel bebas dalam menjalankan atau menerangkan variabel terkaitnya di dalam fungsi yang bersangkutan. Koefisien determinasi adalah koefisien kuadrat korelasi. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 231) dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisien determinasi, yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi (r^2).

$$\text{Koefisien Determinasi} = r^2 \times 100\%$$

Sugiyono (2010, hlm. 275)

Koefisien ini disebut koefisien penentu karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen. Untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.6
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
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

Sugiyono (2012, hlm. 231)

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah mengenai ada atau tidak adanya pengaruh antara variabel yang diteliti, yaitu variabel yang diangkat antara variabel bebas tentang kualitas produk (X) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y). Sehingga hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

$H_0 = 0$, tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

$H_a \neq 0$, terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Dimana, jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.