

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3. Metode Penelitian

##### 3.1 Objek dan Subjek dalam Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil objek kualitas produk, trend produk dan kepuasan konsumen dengan mengambil subjek penelitiannya adalah konsumen restoran dimana mereka pernah berkunjung ke restoran- restoran Jepang yang ada di Kota Bandung. Berdasarkan survei pra penelitian, dari data yang didapatkan 647 potensi restoran dan rumah makan berijin yang ada di Kota Bandung. Peneliti akan melakukan survey terhadap konsumen yang berasal dari dalam maupun luar kota bandung agar memperoleh puas tidaknya konsumen terhadap sebuah restoran berdasarkan kualitas produk dan trend produknya.

##### 3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif dimana metode ini berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum Sugiyono (2013, hlm. 29).

##### 3.3 Oprasional Variabel

Tabel 3.1

Tabel Oprasionalisasi Variabel

Variabel / sub Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala Pengukuran
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	Kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa	Kualitas produk merupakan kualitas yang dinapakkan	Data yang diperoleh menggunakan skala semantik dari pengunjung Restoran Jepang di Kota Bandung.	Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )

	, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi haraoran (Goetch & David) 1994 dalam Tjptono (2007, hlm. 110)	suatu produk (makanan dan minuman) dengan proses pengolahan dan bahan baku yang sesuai standar. Yang meliputi: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flavour</li> <li>• Consistency</li> <li>• Texture/ Form/Shape</li> <li>• Nutritional Content</li> <li>• Visual Appeal</li> <li>• Aromatic Appeal</li> <li>• Temperatur</li> </ul>	<p>Flavour</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kesesuaian rasa dari masakan Jepang dengan cita rasa orang Indonesia</li> </ul> <p>Consistency</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kestabilan rasa dari produk masakan jepang</li> </ul> <p>Texture/ Form/Shape</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tekstur masakan makanan yang disajikan di Restoran Jepang</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bentuk masakan yang ada di Restoran Jepang</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Potongan masakan yang ada di Restoran Jepeang</li> </ul> <p>Nutritional Content</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kandungan gizi yang dimiliki oleh produk masakan restoran Jepang</li> </ul> <p>Visual Appeal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penyusunan artistik pada masakan yang disajikan di Restoran Jepang</li> </ul> <p>Aromatic Appeal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aroma pada makanan yang ada di Restoran Jepang</li> </ul> <p>Temperature</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Suhu makanan yang disajikan di Restoran Jepang</li> </ul>	Interval
Tren ( $X_t$ )	Perkembangan sosial atau ekonomi yang bersifat otonom dan berlangsung dalam waktu yang relatif lama dimana uatu	Suatu fenomena yang terjadi pada dunia dimana adanya permintaan dan penawaran <i>f&amp;b</i> yang mulai berinovasi	Data yang diperoleh menggunakan skala likert dari konsumen restoran Jepang Kota Bandung.	Likert
			<p><i>Convenience</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemudahan .untuk di sajikan</li> <li>- Kecepatan penyajian</li> </ul>	

	perkembangan yang pada waktu lampau sudah dapat dimonitor,dianalisis dan dapat diperkirakan akan terus berlangsung diwaktu yang akan datang baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut Rio Budi Prasadja (2010:105)	mengembangkan produk- produk baru. Serta bermanifestasi terhadap bisnis restoran guna menarik minat pelanggan. Yang meliputi: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Convenience</i></li> <li>• <i>Health and Wellness</i></li> <li>• <i>Pleasure</i></li> <li>• <i>Value</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penempatan <i>live cooking</i></li> <li>- Ketersediaan memilih bahan pelengkap yang berbeda</li> </ul>	Likert
			<p><i>Health and Wellness</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Masakan jepang dengan bahan dan teknik memasak rendah lemak</li> <li>- Tingkat keamanan yang digunakan dalam bahan masakan Jepang</li> <li>- Kandungan organik yang terdapat dalam bahan masakan Jepang</li> </ul>	Likert
			<p><i>Pleasure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cita rasa khas tradisional jepang</li> <li>- Keunikan, kualitas yang sebanding dengan harga</li> </ul>	Likert
			<p><i>Value</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kesegaran dari masakan Jepang</li> <li>- Masakan Jepang sebagai penghilang stress</li> <li>- Pemilihan restoran Jepang berdasarkan Brand Image</li> </ul>	Likert

Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah evaluasi yang memberikan hasil dimana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya (sesuai yang dirasakan) menurut Fandy Tjiptono dkk (2008:47)	Kepuasan konsumen merupakan hasil dari pencitraan suatu produk (makanan dan minuman) baik yang akan, telah maupun sudah dikonsumsi sesuai dengan persepsi masing-masing. Yang meliputi <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perbandingan antara kenyataan (<i>precived</i>) dan harapan (<i>expected</i>) kualiat produk mengenai Kualitas Produk</li> </ul>	Data yang diperoleh menggunakan skala semantik dari konsumen restoran Jepang di Kota Bandung. Flavour <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai kesesuaian rasa dari masakan Jepang dengan cita rasa orang Indonesia</li> </ul>	Ordinal
			Consistency <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai kestabilan rasa dari produk masakan jepang</li> </ul>	Ordinal
			Texture/ Form/Shape <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai tekstur masakan makanan yang disajikan di Restoran Jepang</li> <li>- Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai bentuk masakan yang ada di Restoran Jepang</li> <li>- Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai potongan masakan yang ada di Restoran Jepang</li> </ul>	Ordinal
			Nutritional Content <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai Kandungan gizi yang dimiliki oleh produk masakan restoran Jepang</li> </ul>	Ordinal
			Visual Appeal <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai</li> </ul>	

			Penyusunan artistik pada masakan yang disajikan di Restoran Jepang	Ordinal
			Aromatic Appeal - Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai Aroma pada makanan yang ada di Restoran Jepang	Ordinal
			Temperature - Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai Suhu makanan yang disajikan di Restoran Jepang	Ordinal
		• Perbandingan antara kenyataan ( <i>precived</i> ) dan harapan ( <i>expected</i> ) kualiat produk mengenai Trend Produk	<i>Convenience</i> - Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai Kemudahan untuk di sajikan - Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai Kecepatan penyajian - Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai Penempatan <i>live cooking</i> - Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai Ketersediaan memilih bahan pelengkap yang berbeda	Ordinal
			<i>Health and Wellness</i> - Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai masakan jepang dengan bahan dan teknik memasak rendah lemak - Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai Tingkat keamanan yang	Ordinal

			<p>digunakan dalam bahan masakan Jepang</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai Kandungan organik yang terdapat dalam bahan masakan Jepang</li> </ul>	
			<p><i>Pleasure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai Cita rasa khas tradisional jepang</li> <li>- Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai Keunikan, kualitas yang sebanding dengan harga</li> </ul>	
			<p><i>Value</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai Kesegaran dari masakan Jepang</li> <li>- Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai Masakan Jepang sebagai penghilang stress</li> <li>- Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai Pemilihan restoran Jepang berdasarkan Brand Image</li> </ul>	Ordinal

Hasil Pengolahan Data, 2015

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta menurut Riduan (2010:106). Dalam penelitian ini peneliti mencari sumber data dengan melakukan penelusuran pustaka dimaksudkan untuk mempertajam metodologi, memperdalam kajian teoritis dan memperoleh informasi mengenai

Yeyen Nurhasanah, 2015

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN TREND PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

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

penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh para peneliti lain. Moh Nazier (Sudarwan, 2004:75) mengemukakan bahwa dengan mengadakan survei terhadap data yang telah ada, si peneliti bertugas memencari teori- teori yang telah berkembang dalam ilmu yang berkepentingan, mencari metode- metode serta teknik teknik penelitian, memperoleh orientasi yang lebih luas dalam permasalahan yang dipilih, serta menghindarkan terjadinya duplikasi- duplikasi yang tidak diinginkan.

**Tabel 3.2**

**Jenis Dan Sumjber Data**

NO	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Perkembangan perjalanan wisatawan nusantara 2009- 2013	Sekunder	Pusdatin Kementrian ekonomi kreatif & Badan Pusat Satatistik.2014
2	Rata- rata perbandingan wisatawan luar negeri dan nusantara yang datang ke Kota Bandung melalui pintu kedatangan 2008-2013	Sekunder	Dishub dan Disbudpar Kota bandung, dinas imigrasi, PT. Jasa marga, PT. KAI, PT. Angkasa Pura II.2014
3	Perkembangan usaha restoran/ RM berskala menengah dan besar 2007-2011	Sekunder	Parekraf.go.id ©copyright 2014
4	Data klasifikasi retoran jepang di Kota bandung	Primer	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2014
5	Data nama restoran jepang kota Bandung	Sekunder	<a href="http://www.streetdirectory.com">http://www.streetdirectory.com</a> ©2014

*Hasil pengolahan data 2014*

### 3.5. Populasi dan Sampel

#### 3.5.1 Populasi penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemungkinan ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2012 hlm.

Yeyen Nurhasanah, 2015

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN TREND PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

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

61). Dalam penelitian ini diambil dari keseluruhan jumlah penduduk kota Bandung yang pernah mengkonsumsi makanan di restoran yang telah ditentukan maupun wisatawan yang pernah merasakan pengalaman makan di restoran Jepang yang ada di Kota Bandung.

### 3.5.2 Sampel Penelitian

Sampel yang merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sugiyono (2012, hlm.62). Untuk memperoleh sampel yang representatif, apabila peneliti dihadapkan pada jumlah populasi yang besar maka tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu.

Dengan menggunakan teknik sampling yakni *simple random sampling* atau teknik sederhana karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu dan dilakukan bila anggota populasi dianggap Homogen.

**Tabel 3.3**

#### Sample Yang digunakan Dalam Penelitian

No	Nama Restoran	Jumlah Pengunjung			Total
		September	Oktober	November	
1	Hoka-Hoka Bento	7543	7590	6980	22113
2	Mikawa	453	478	566	1497
3	Take Ichi	567	675	684	1916
4	Zenbu	6789	7634	6345	20765
Total populasi					46291

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2015.

Selanjutnya, penentuan jumlah sampel yang dianggap representatif, yaitu menggunakan rumus jumlah sampel minimum. Dengan menggunakan rumus Slovin yakni:



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

Keterangan:

$n$  : Jumlah sampel minimal

$N$  : Ukuran populasi

$d$  : Tingkat kesalahan

dengan menganbil tingkat kesalahan sebesar 10% (0.10), maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{46291}{1 + 46291 (0.10^2)}$$

$$n = \frac{46291}{46391}$$

$n = 99,782$  dibulatkan menjadi 100

Ukuran sampel yang didapatkan adalah sebagai berikut:

$$\text{Hoka- Hoka Bento} \quad : n = \frac{22113}{46291} \times 100 = 48$$

$$\text{Mikawa} \quad : n = \frac{1497}{46291} \times 100 = 3$$

$$\text{Take Ichi} \quad n = \frac{1916}{46291} \times 100 = 4$$

$$\text{Zenbu} \quad n = \frac{20765}{46291} \times 100 = 45$$

Jadi, jumlah sampel yang didapatkan berjumlah 100 orang.

### **3.6 Teknik dan Alat Pengumpulan Data**

Dalam teknik dan alat pengumpulan data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- A. Studi Kepustakaan, yakni mengumpulkan data dengan cara mempelajari buku- buku sumber, data dari situs/ website resmi pemerintah dan sumber- sumber terkait penelitian. Yang mana bertujuan untuk memperkuat landasan teori serta konsep yang ada dalam penelitian yaitu adanya tren dan kualitas produk.
- B. Kuesioner, ialah dengan cara mengumpulkan data-data yang terkait tentang objek penelitian yang berupa pertanyaan tertulis guna memperoleh informasi dari responden berdasarkan pengalamannya makan di restoran Jepang yang ada di kota bandung.
- C. Wawancara, dilakukan kepada instansi- instansi terkait guna penguatan data pada paenelitian selain itu, hal ini bertujuan agar reponden lebih mengerti tentang pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner. Dalam penelitian ini mewawancarai manajer pihak restoran terkait.

### **3.7 Teknik dan Analisis Data**

#### **3.7.1. Uji Kelayakan Instrumen**

Instrumen dinyatakan layak atau tidaknya adalah pada saat pengujian, instrumen itu dinyatakan valid yang menegaskan bahwa alat ukur pada instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Pada setiap

instrumen baik test maupun non test terdapat butir- butir atau item pertanyaan atau pernyataan.

### 3.7.2 Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis asosiatif dimana terdapat tiga macam bentuk hubungan antar variabel yaitu hubungan *simetris, sebab akibat (kalusal)* dan hubungan *interaktif* (saling mempengaruhi). Sugiyono (2013, hlm.224).

Dalam engemukakan pengujian validitas mengenai variabel *independent* (X) yaitu kualitas produk dan trend produk, serta variabel *dependent* (Y) yaitu kepuasan konsumen Restoran Jepang di Kota Bandung. Adapun keputusan pengujian validitas *item instrument*, adalah sebagai berikut:

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

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang penulis lakukan terhadap 30 orang responden, yang bertujuan untuk menguji sejauh mana tingkat kelayakan kuesioner penelitian:

Maka menggunakan korelasi Product Moment dengan rumus yang paling sederhana seperti dibawah ini:

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

Dimana :

$r_{xy}$ = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

$N$  = banyaknya responden penelitian

$x_y$ = jumlah perkalian antara skor x dan skor y

$x$ =jumlah skor tiap item dari seluruh responden penelitian

$y$ =jumlah skor total seluruh item dari keseluruhan responden penelitian

Dikarenakan skala yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data interval dimana *product moment* menjadi teknik korelasi yang digunakan. Tabel dibawah ini merupakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi dalam Sugiono (2012, hlm. 245):

**Tabel 3.5**

**Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
Antara 0.800 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Cukup
Antara 0.200 sampai dengan 0.400	Rendah
Antara 0,199 sampai dengan 0.000	Sangat Rendah

*Sumber* : Sugiono (2012, hlm.245)

Selanjutnya dengan menggunakan metode *product moment* dengan jumlah angket yang diujisebanyak 30 responden dengan taraf signifikansi 10% dan derajat kebebasan (dk)  $n-2$ ,  $(30-2=28)$  maka didapat nilai  $r_{tabel}$  0.632. jika koefisien yang diperoleh lebih besar dari koefisien *product moment*, maka instrumen dinyatakan valid. Berikut adalah hasil yang dapat dalam mengukur validitas terhadap angket yang akan disebarakan kepada responden.

Tabel 3.6

## Hasil Uji Validitas Instrumen Pra Penelitian

No	Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Probabilitas statistik	Level of Significant	Keterangan
<b>HARAPAN</b>						
<b>Kualitas produk</b>						
1	Rasa masakan Jepang yang disajikan	0.484	0.361	0.00	0.05	Valid
2	Mutu / konsistensi rasa masakan Jepang yang disajikan	0.451		0.00		Valid
3	Tekstur masakan Jepang yang disajikan	0.599		0.00		Valid
4	Bentuk masakan Jepang yang disajikan	0.435		0.00		Valid
5	Potongan/ irisan yang disajikan di masakan Jepang	0.640		0.00		Valid
6	Kandungan gizi yang di dapatkan pada masakan Jepang	0.599		0.00		Valid
7	Penampakan penampilan masakan Jepang yang disajikan	0.484		0.00		Valid
8	Aroma masakan Jepang	0.435		0.00		Valid
9	Suhu/ temperatur masakan yang disajikan	0.486		0.00		Valid
	<b>Trend Produk</b>	0.543	0.361		0.05	
1	Kemudahan penyajian	0.710		0.00		Valid
2	Kecepatan penyajian	0.675		0.00		Valid
3	Pertunjukan memasak didepan meja makan	0.784		0.00		Valid
4	Ikut serta dalam memilih dan menentukan hidangan pelengkap	0.718		0.00		Valid
5	Bahan makanan yang disajikan cenderung rendah lemak	0.511		0.00		Valid
6	Tingkat keamanan	0.470	0.00	Valid		

Yeyen Nurhasanah, 2015

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN TREND PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

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

	pangan yang disajikan					
7	Penggunaan bahan organik	0.685	0.361	0.00	0.05	Valid
8	Bercitarasa khas tradisional daerah Jepang	0.455		0.00		Valid
9	Kualitas bahan sesuai dengan rasa yang ditawarkan	0.680		0.00		Valid
10	Kesegaran menu yang disajikan	0.746		0.00		Valid
11	Kemampuan menghilangkan rasa stress jika mengkonsumsi masakan Jepang	0.484		0.00		Valid
12	Mengunjungi restoran yang sudah memiliki <i>brand image</i> mengenai kualitas mutunya	0.484		0.00		Valid
<b>KENYATAAN</b>						
<b>Kualitas produk</b>						
1	Rasa masakan Jepang yang disajikan	0.435		0.00		Valid
2	Mutu / konsistensi rasa masakan Jepang yang disajikan	0.640		0.00		Valid
3	Tekstur masakan Jepang yang disajikan	0.599		0.00		Valid
4	Bentuk masakan Jepang yang disajikan	0.484		0.00		Valid
5	Potongan/ irisan yang disajikan di masakan Jepang	0.435		0.00		Valid
6	Kandungan gizi yang di dapatkan pada masakan Jepang	0.486		0.00		Valid
7	Penampakan penampilan masakan Jepang yang disajikan	0.543		0.00		Valid
8	Aroma masakan Jepang	0.710		0.00		Valid
9	Suhu/ temperatur masakan yang	0.675		0.00		Valid

Yeyen Nurhasanah, 2015

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN TREND PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

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

	disajikan					
	<b>Trend Produk</b>	0.617				
<b>1</b>	Kemudahan penyajian	0.646		0.00		Valid
<b>2</b>	Kecepatan penyajian	0.599		0.00		Valid
<b>3</b>	Pertunjukan memasak didepan meja makan	0.718		0.00		Valid
<b>4</b>	Ikut serta dalam memilih dan menentukan hidangan pelengkap	0.721	0.361	0.00	0.05	Valid
<b>5</b>	Bahan makanan yang disajikan cenderung rendah lemak	0.553		0.00		Valid
<b>6</b>	Tingkat keamanan pangan yang disajikan	0.553		0.00		Valid
<b>7</b>	Penggunaan bahan organik	0.517		0.00		Valid
<b>8</b>	Bercitarasa khas tradisional daerah Jepang	0.350		0.00		Valid
<b>9</b>	Kualitas bahan sesuai dengan rasa yang ditawarkan	0.460		0.00		Valid
<b>10</b>	Kesegaran menu yang disajikan	0.710		0.00		Valid
<b>11</b>	Kemampuan menghilangkan rasa stress jika mengkonsumsi masakan Jepang	0.599	0.361	0.00	0.05	Valid
<b>12</b>	Mengunjungi restoran yang sudah memiliki <i>brand image</i> mengenai kualitas mutunya	0.767		0.00		Valid
<b>KEPUASAN KONSUMEN</b>						
Kualitas produk						
<b>1</b>	Rasa masakan Jepang yang disajikan	0.831		0.00		Valid
<b>2</b>	Mutu / konsistensi rasa masakan Jepang yang disajikan	0.598		0.00		Valid
<b>3</b>	Tekstur masakan Jepang yang disajikan	0.457	0.361	0.00	0.05	Valid

4	Bentuk masakan Jepang yang disajikan	0.574	0.361	0.00	0,05	Valid
5	Potongan/ irisan yang disajikan di masakan Jepang	0.598		0.00		Valid
6	Kandungan gizi yang di dapatkan pada masakan Jepang	0.780		0.00		Valid
7	Penampakan penampilan masakan Jepang yang disajikan	0.585		0.00		Valid
8	Aroma masakan Jepang	0.521		0.00		Valid
9	Suhu/ temperatur masakan yang disajikan	0.604		0.00		Valid
	<b>Trend Produk</b>	0.411		0.00		
1	Kemudahan penyajian	0.540		0.00		Valid
2	Kecepatan penyajian	0.522		0.00		Valid
3	Pertunjukan memasak didepan meja makan	0.844	0.00	Valid		
4	Ikut serta dalam memilih dan menentukan hidangan pelengkap	0.541	0.00	Valid		
5	Bahan makanan yang disajikan cenderung rendah lemak	0.474	0.361	0.00	0.05	Valid
6	Tingkat keamanan pangan yang disajikan	0.630		0.00		Valid
7	Penggunaan bahan organik	0.473		0.00		Valid
8	Bercitarasa khas tradisional daerah Jepang	0.585		0.00		Valid
9	Kualitas bahan sesuai dengan rasa yang ditawarkan	0.489		0.00		Valid
10	Kesegaran menu yang disajikan	0.771		0.00		Valid
11	Kemampuan menghilangkan rasa stress jika mengkonsumsi	0.489		0.00		Valid



	masakan Jepang					
12	Mengunjungi restoran yang sudah memiliki <i>brand image</i> mengenai kualitas mutunya	0.831	0.361	0.00	0.05	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2015

Hasil perhitungan pengujian validitas diatas, menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden melebihi nilai 0,361 dari setiap item pertanyaan yang merupakan batas valid tidaknya sebuah instrumen penelitian.

### 3.7.3 Uji Reliabilitas

Menurut Nazir (2003, hlm. 134) Reliabilitas merupakan ketepatan atau tingkat presisi suatu ukuran atau alat pengukur. Pengujian instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test-retest (*stability*), *equivalent* dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu.

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera terhadap koefisien korelasi Sugiyono (2013, hlm. 231).

Dengan menggunakan rumus *alfa cronbach* pengujian untuk data interval:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left( 1 - \frac{1 - \sum s_i^2}{s^2} \right)$$

dimana :

K = mean kuadrat antara subjek

$\sum s_i^2$  = mean kuadrat kesalahan

$s^2$  = varians total

Untuk rumus varians total dan varians item adalah:

$$S_t^2 = \frac{\sum X_t^2}{n} - \frac{(\sum X_t)^2}{n}$$

$$S_i^2 = \frac{JK_i}{n} - \frac{JK_s}{n}$$

dimana :

$JK_i$  = jumlah kuadrat seluruh skor item

$JK_s$  = jumlah kuadrat subjek

Pengujian reabilitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan (dk)  $n-2$  ( $30-2=28$ ) dengan menggunakan software komputer *SPSS 17.0*. jika hasilnya lebih besar dibandingkan koefisien *alpha cronbach* maka instrumen dinyatakan reliabel.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 30 responden restoran Jepang di Kota Bandung, untuk menguji sejauh mana tingkat kelayakan kuesioner penelitian. Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas:

Tabel 3.7

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Pra Penelitian

No	Reliabilitas	Alpha Cronbach	Keterangan
1	Harapan	0,922	Tingkat reliabilitas tinggi, dikarenakan melebihi nilai Alpha Cronbach >0.70. dan hampir mendekati angka 1(satu).
2	Kenyataan	0,925	Tingkat reliabilitas tinggi, dikarenakan melebihi nilai Alpha Cronbach >0.70. dan hampir mendekati angka

			1(satu).
3	Kepuasan Konsumen	0.906	Tingkat reliabilitas tinggi, dikarenakan melebihi nilai Alpha Cronbach >0.70. dan hampir mendekati angka 1(satu).

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2015

Hasil perhitungan pengujian reliabilitas diatas, menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden melebihi nilai 0,71 dari setiap item pertanyaan yang merupakan batas reliabel tidaknya sebuah instrumen penelitian.

### 3.7.4 Rancangan Analisis Data

Setiap peneliti harus dapat menyajikan data yang telah diperoleh baik yang diperoleh melalui observasi, wawancara, *kuesioner* (angket) maupun dokumentasi. Prinsip dasar penyajian data adalah komunikatif dan lengkap, dalam arti data yang disajikan dapat menarik perhatian pihak lain untuk membacanya dan mudah memahami isinya. Penyajian data yang komunikatif dapat dilakukan dengan : penyajian data yang dibuat berwarna, dan bila data yang disajikan cukup banyak maka perlu bervariasi penyajiannya Sugiyono (2013, hlm, 29).

### 3.7.5 Analisis Linear Berganda

Dengan terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Dalam Sugiyono (2012:231) menyatakan bahwa, korelasi ganda (*multiple correlation*) merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel *independent* secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel *dependent*. Adapun persamaan yang akan digunakan adalah melalui analisis korelasi berganda, dimana nantinya akan dilihat dari:

- a. Korelasi antara variabel  $X_1$  dengan  $X_2$  secara bersama-sama dengan variabel Y

- b. Korelasi Produk Moment antara  $X_1$  dengan Y
- c. Korelasi Produk Moment antara  $X_2$  dengan Y
- d. Korelasi Produk Moment antara  $X_1$  dengan  $X_2$

Sementara untuk mengetahui ukuran besar kecilnya koefisien korelasi yang ditemukan, dapat berpedoman pada tabel berikut:

Tabel 3.5  
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

Sumber: Sugiyono (2012:231).

Namun untuk dapat mengitung korelasi ganda, maka penulis harus menghitung terlebih dahulu korelasi sederhananya. Sedangkan untuk meramalkan tingkat pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, maka dilakukan analisis regresi berganda dengan menggunakan persamaan:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Sumber: Sugiyono (2012:275)

Keterangan :

- Y : kepuasan konsumen
- $b_1b_2$  : koefisien regresi
- $X_1$  : kualitas produk
- $X_2$  : trend produk
- a : konstanta

### 3.8 Uji Hipotesis

#### 3.8.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Hipotesis penelitian dinyatakan dengan hipotesis statistik, dengan rumus yaitu:

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

(Riduwan dan Kuncoro, 2011:117)

Dimana:

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel eksogen

$R^2 y_{xxk}$  = R- square

Dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 0.5, yang artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk ( $X_1$ ) dan trend produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) Jika:

$F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan artinya signifikan

$F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan artinya tidak signifikan

#### 3.8.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Melalui uji statistik yang dirancang menggunakan kaidah uji t yang dihitung dengan rumus:

$$t_{xk} = \frac{\bar{y}_{xk}}{se \bar{y}_{xk}} = \frac{\bar{y}_{iKk}}{\sqrt{\frac{(1-R^2 y_{1, Xk}) C_{kk}}{n-k-1}}}$$

(Kusnendi, 2011:155)

Dimana:

$t_{xk}$  = nilai t hitung untuk setiap koefisien jalur variabel  $X_k$

$p_{Xk}$  = koefisien jalur antara variabel eksogen dan endogen yang terdapat dalam model yang dianalisis

$se_{p_{Xk}}$  = standar error koefisien jalur yang bersesuaian

$n$  = ukuran sampel

$k$  = banyaknya variabel penyebab dalam model yang dianalisis

$C_{kk}$  = elemen matrix korelasi variabel penyebab model yang dianalisis

Untuk mengetahui signifikansi jalur, dibandingkan dengan nilai probabilitas 0.05 dengan nilai probabilitas *sig*, sebagai dasar pengambilan sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas  $0.05 < \text{probabilitas } sig$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak signifikan.
2. Jika nilai probabilitas  $0.05 > \text{probabilitas } sig$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikan.

$H_0 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Restoran Jepang yang ada di Kota Bandung.

$H_a \neq 0$ , Terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Restoran Jepang yang ada di Kota Bandung.

$H_0 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari trend produk terhadap kepuasan konsumen Restoran Jepang yang ada di Kota Bandung.

$H_a \neq 0$ , Terdapat pengaruh yang signifikan dari trend produk terhadap kepuasan konsumen Restoran Jepang yang ada di Kota Bandung.

Dengan kriteria pengambilan keputusan:

$T_{hitung} \geq T_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan artinya signifikan

$T_{hitung} \leq T_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan artinya tidak signifikan

### 3.8.3 Uji Normalitas Data

Langkah terakhir dari pengambilan keputusan ini adalah mengambil hipotesis dengan menggunakan rumus T-test berikut ini sebagai pengujian normalitas data

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

Dimana:

$t$  = nilai  $t_{hitung}$

$r$  = koefisien korelasi hasil  $r_{hitung}$

$n$  = jumlah responden

uji validitas dilakukan dengan menggunakan tabel distribusi t, untuk taraf nyata  $\alpha = 0.05$  dan derajat kebebasan ( $dk = n-2$ ) dan menggunakan kaidah keputusan,

jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka,  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak

juka  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

hasil dari pengolahan data tersebut dikonsultasikan dengan harga distribusi  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikasi  $\alpha = 0.05$ , dan jika dengan galat pendugaan

atau tingkat kesalahan sebesar 5% setiap item akan terbukti bila harga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan taraf kepercayaan 95% serta derajat kebebasannya  $(dk) = n - 2$ . Maka hipotesisnya:

1.  $H_a : \mu = 0$ : korelasi tidak berarti, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Trend terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Jepang di Kota Bandung.
2.  $H_o : \mu \neq 0$ : korelasi berarti, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Trend terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Jepang di Kota Bandung.