

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek adalah variabel bebas (*independent variable*) yang terdiri dari kualitas pelayanan (X) yang meliputi *Tangible* atau fisik (X1), *Empathy* atau empati (X2), *Responsiveness* atau daya tanggap (X3), *Reliability* atau keandalan (X4), dan *Assurance* atau jaminan (X5). Kemudian variabel *dependent variable* adalah kepuasan konsumen (Y). Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung Rumah Makan Taman Jaya Ujung Kulon Cilegon. Dari kedua variabel tersebut maka akan diteliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Taman Jaya Ujung Kulon Cilegon.

#### 3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara atau prosedur yang dipergunakan untuk melakukan penelitian sehingga mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2012:30) yang mengungkapkan bahwa metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah yang dilakukan untuk mendapatkan data yang *objektif*, *valid*, dan *reliable*. Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Sugiyono (2012:53), penelitian deskriptif adalah riset yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel baik satu atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya.

Sedangkan Mohammad Nasir (2003:54) mengemukakan bahwa :

Metode deskriptif adalah metode dalam meneliti status, sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskripsi adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan

akurat, mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Menurut Sugiyono (2012:54) mengemukakan bahwa, “Penelitian verifikatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda”. Penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Taman Jaya Ujung Kulon Cilegon.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009:14), mengemukakan bahwa “Metode penelitian kuantitatif adalah sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dan penulis ingin menganalisa dari kualitas pelayanan yang ditinjau dari kepuasan konsumen serta apa saja yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Taman Jaya Ujung Kulon Cilegon.

Penelitian ini dilakukan peneliti dalam jangka waktu kurang dari satu tahun, oleh karena itu metode yang digunakan adalah *cross sectional method*. Menurut Husein Umar (2009:42) “*cross sectional method* adalah metode penelitian dengan cara meneliti suatu fenomena tertentu dalam kurun waktu saja”.

### 3.3 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2013:32), mengemukakan bahwa “ Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

Variabel yang diteliti dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan sebagai variabel bebas / *independent variable* (X) yang memiliki lima sub variabel yaitu : *tangible*, *emphaty*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance*. Dan kepuasan

konsumen di Taman Jaya Ujung Kulon Cilegon sebagai variabel tak bebas / *dependent variable* (Y).

Secara lengkap operasional variable dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Konsep Teoritis	Dimensi	Ukuran	No. Item	Skala
Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan ialah keseluruhan sikap pelanggan terhadap perusahaan, yang terbentuk dari sejumlah pengalaman jasa yang berhasil maupun tidak berhasil. <b>Zeithaml, Berry dan Parasuraman (2010:10).</b>	<i>Tangible</i> (berwujud)	• Daya tarik fasilitas operasional restoran (ruang kasir, tempat parkir, musholah, wc, ruang makan, ruang <i>meeting</i> , taman)	1	Ordinal
			• Kelengkapan fasilitas operasional restoran (ruang kasir, tempat parkir, musholah, wc, ruang makan, ruang <i>meeting</i> , taman)	2	
			• Perlengkapan (gelas, sendok, garpu, aksesoris lainnya)	3	
			• Tampilan karyawan, bersih, sopan dan rapih	4	
			• Tampilan furniture dengan design menarik	5	
			• Kejelasan sarana informasi (pamflet) yang mudah dibaca	6	
			• Kemenarikan sarana informasi restoran (pamflet)	7	
		<i>Emphaty</i> (empati)	• Perhatian (perhatian karyawan dalam memahami keinginan pembeli)	8	Ordinal
			• Pemahaman (memahami setiap kebutuhan yang konsumen inginkan)	9	
			• Ketepatan (ketepatan karyawan yang sesuai dengan yang diperlukan oleh pelanggan)	10	

Variabel	Konsep Teoritis	Dimensi	Ukuran	No. Item	Skala
		<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesigapan menangani kebutuhan konsumen</li> <li>• Kesigapan merespon keluhan dan keinginan konsumen</li> <li>• Kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan</li> </ul>	11 12 13	Ordinal
		<i>Reliability</i> (keandalan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian pelayanan (karyawan memberikan pelayanan sesuai dengan ucapan)</li> <li>• Tingkat keakuratan pelayanan yang diberikan</li> <li>• Kecepatan dalam menyediakan pelayanan sesuai yang dijanjikan</li> <li>• Keandalan dalam menangani masalah konsumen</li> </ul>	14 15 16 17	Ordinal
		<i>Assurance</i> (jaminan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perilaku (keramahan, sopan santun dan etika karyawan dalam berkomunikasi)</li> <li>• Kepercayaan pelanggan terhadap restoran</li> <li>• Keamanan yang diberikan restoran kepada konsumen</li> <li>• Tingkat konsistensi perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas</li> <li>• Tingkat jaminan kemampuan dan pengetahuan karyawan</li> </ul>	18 19 20 21 22	Ordinal
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. <b>Kotler dan Keller (2009:164).</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perbandingan pelayanan yang diharapkan dan dirasakan oleh konsumen</li> </ul>	23	Ordinal

Sumber : *Hasil Pengolahan Data, 2015*

### 3.4 Sumber dan Jenis Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data penelitian ini adalah sumber data yang diperlukan secara langsung (data primer) maupun secara tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian. Menurut Sugiyono (2012:193) berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu :

1. Data Primer (*Primary Data Service*)

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target pasar sasaran perusahaan dan dianggap mewakili seluruh populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Taman Jaya Ujung Kulon.

2. Data Sekunder (*Secondary Data Source*)

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai internet, perpustakaan maupun lembaga pendidikan, membeli dari perusahaan-perusahaan yang memang mengkhususkan diri untuk menyajikan data sekunder.

### 3.5 Populasi, Sampel, Teknik Sampling

#### 3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:61) mengemukakan bahwa, “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Yang menjadi populasi adalah konsumen yang melakukan pembelian di Taman Jaya Ujung Kulon Cilegon pada tahun 2011 ampai dengan tahun 2014 sebanyak 18.960 orang.

### 3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012:116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu konsumen yang berkunjung ke Taman Jaya Ujung Kulon Cilegon.

Dalam menentukan jumlah sampel digunakan rumus pengambilan sampel dari Slovin dalam Husein Umar (2008:67), yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = presentase kelonggaran kelebihan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa di tolerir atau diinginkan (e = 10%)

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah populasi (N), yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{18960}{1 + 18960 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{18960}{190,6}$$

$$n = 99,5 \approx 100$$

Jadi, jumlah sampel minimal yang diteliti yaitu sebanyak 100 responden dari konsumen yang datang ke Rumah Makan Taman Jaya Ujung Kulon Cilegon.

### 3.5.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2014:62), teknik sampling merupakan tehnik yang dilakukan untuk menentukan beberapa jumlah sampel. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik yang digunakan.

Namun Sugiyono (2014:63) menyebutkan bahwa, teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random, sampling area (cluster) sampling (sampling menurut daerah)*. sedangkan *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik meliputi sampling sistematis, *sampling kuota*, *sampling aksidental/incidental*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, dan *snowball sampling*. Sugiyono (2014:62) menyebutkan teknik sampling dilakukan untuk mennetukan berapa jumlah sampel. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik yang digunakan.

Berdasarkan hal tersebut, maka teknik yang digunakan adalah *simple random sampling* yaitu suatu tipe sampling probabilitas, di mana peneliti dalam memilih sampel dengan memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi

untuk ditetapkan sebagai anggota sampel. Menurut Sugiyono (2009:121), *systematic random sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut.

Langkah-langkah teknik penarikan sampel dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah konsumen Rumah Makan Taman Jaya Ujung Kulon Cilegon.
2. Tentukan tempat. Dalam penelitian ini yang menjadi tempatnya adalah Rumah Makan Taman Jaya Ujung Kulon Cilegon jalan akses tol Cilegon Barat.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu konkrit yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 11.00 – 15.00, dan pukul 19.00 – 20.30 (waktu rentang kepadatan pengunjung).
4. Lakukan orientasi lapangan. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama.

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

Menurut Sugiyono (2010:224), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti, maka penulis melakukan pengumpulan data dengan cara :

1. Observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran yang lebih baik dan menyeluruh tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dan juga data-data serta informasi yang diteliti di Rumah Makan Taman Jaya Ujung Kulon Cilegon.
2. Wawancara, yaitu merupakan proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan data informasi dengan cara tanya jawab secara tatap muka

antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Wawancara ini dilakukan kepada *owner* di Rumah Makan Taman Jaya Ujung Kulon Cilegon.

3. Angket (kuesioner), yaitu dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden dimana respondennya adalah pelanggan di Rumah Makan Taman Jaya Ujung Kulon Cilegon.
4. Studi Literatur, yaitu penelitian kepustakaan yang digunakan untuk mendapatkan data atau informasi dengan mempelajari beberapa sumber tertulis yang diantaranya buku-buku, hasil penelitian, jurnal, skripsi maupun tesis yang relevan dan berkaitan dengan variabel yang akan diteliti dari kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen serta objek yang akan diteliti.

### 3.7 Rancangan Pengujian Uji Validitas dan Realibilitas

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010:348), uji validitas merupakan hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya dan terjadi pada objek yang akan diteliti. Oleh karena itu, sebuah instrument dikatakan valid apabila instrument ini mengukur apa yang hendak diukur oleh peneliti.

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk (*Construct Validity*), yaitu yang dilakukan dengan analisis faktor dengan cara mengkorelasikan antar skor item instrument yang diperoleh dari masing-masing item yang berupa pertanyaan dengan skor totalnya.

Untuk kevalidan dari item kuesioner digunakan metode koefisien korelasi *Product Moment Person* yaitu dengan mengkorelasikan skor total yang dihasilkan oleh masing-masing responden (Y) dengan skor masing-masing item, yaitu dengan rumus :

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

Keterangan :

- r = koefisien korelasi *product moment* (antara variabel X dan variabel Y)  
 n = jumlah sampel atau banyaknya responden  
 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  
 $\sum X^2$  = kuadrat jumlah faktor variabel X  
 $\sum Y^2$  = kuadrat jumlah faktor variabel Y

Untuk mencari  $r_{tabel}$  :

$$r_{tabel} = \frac{t_{tabel}}{\sqrt{df + t_{tabel}^2}}$$

Keterangan :  $df = n - 2$

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan tarif signifikan sebagai berikut :

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  berarti **valid**
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  berarti **tidak valid**

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program *Microsoft Office Excel 2007*. Keputusan pengujian validitas item instrument, adalah sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan harga  $r_{tabel}$  dengan  $dk = n - 2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 10\%$ .
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan ( $dk$ )  $n - 2$ , ( $30 - 2 = 28$ ), maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,306.

**Tabel 3.2**  
**Tabel Pengujian Validitas**

No	Item Pertanyaan	Yang Dirasakan			Yang Diharapkan		
		Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
<b>BUKTI FISIK (TANGIBLE)</b>							
1.	Daya tarik fasilitas operasional restoran (ruang kasir, tempat parkir, musholah, wc, ruang makan, ruang <i>meeting</i> , taman)	0,650	<b>0,306</b>	Valid	0,643	<b>0,306</b>	Valid
2.	Kelengkapan fasilitas operasional restoran (ruang kasir, tempat parkir, musholah, wc, ruang makan, ruang <i>meeting</i> , taman)	0,593		Valid	0,545		Valid
3.	Perlengkapan (gelas, sendok, garpu, aksesoris lainnya)	0,538		Valid	0,572		Valid
4.	Tampilan karyawan bersih, sopan, dan rapih	0,633		Valid	0,661		Valid
5.	Tampilan furniture dengan design yang menarik	0,706		Valid	0,765		Valid
6.	Kejelasan sarana informasi (pamflet) yang mudah dibaca	0,586		Valid	0,616		Valid
7.	Kemenaarikan sarana informasi restoran (pamflet)	0,640		Valid	0,750		Valid
<b>EMPATI (EMPHATY)</b>							
8.	Perhatian (perhatian karyawan dalam memahami keinginan pembeli)	0,506	<b>0,306</b>	Valid	0,559	<b>0,306</b>	Valid
9.	Pemahaman (memahami setiap kebutuhan yang konsumen inginkan)	0,406		Valid	0,420		Valid
10.	Ketepatan (ketepatan karyawan yang sesuai dengan yang diperlukan oleh pelanggan)	0,627		Valid	0,700		Valid
<b>DAYA TANGGAP (RESPONSIVENESS)</b>							
11.	Kesigapan menangani kebutuhan konsumen	0,383	<b>0,306</b>	Valid	0,431	<b>0,306</b>	Valid
12.	Kesigapan merespon keluhan dan keinginan konsumen	0,427		Valid	0,409		Valid
13.	Kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan	0,494		Valid	0,467		Valid
<b>KEANDALAN (RELIABILITY)</b>							
14.	Kesesuaian pelayanan (karyawan memberikan pelayanan sesuai dengan ucapan)	0,468	<b>0,306</b>	Valid	0,467	<b>0,306</b>	Valid
15.	Tingkat keakuratan pelayanan yang diberikan	0,627		Valid	0,643		Valid

No	Item Pertanyaan	Yang Dirasakan			Yang Diharapkan		
		Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
16.	Kecepatan dalam menyediakan pelayanan sesuai yang dijanjikan	0,461	0,306	Valid	0,545	0,306	Valid
17.	Keandalan dalam menangani masalah konsumen	0,538		Valid	0,572		Valid
<b>JAMINAN (ASSURANCE)</b>							
18.	Perilaku (keramahan, sopan santun dan etika karyawan dalam berkomunikasi)	0,497	0,306	Valid	0,661	0,306	Valid
19.	Kepercayaan pelanggan terhadap restoran	0,686		Valid	0,765		Valid
20.	Keamanan yang diberikan restoran kepada konsumen	0,586		Valid	0,616		Valid
21.	Tingkat konsistensi perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas	0,746		Valid	0,750		Valid
22.	Tingkat jaminan kemampuan dan pengetahuan karyawan	0,474		Valid	0,559		Valid

Sumber : Data diolah, 2015

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013:354), pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan tes-tes (*stability*, *equivalent*, dan gabungan keduanya). Sedangkan secara internal reliabilitas instrument dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan tehnik tertentu. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk melihat konsistensi dari instrument dalam mengungkapkan fenomena dari sekelompok individu meskipun dilakukan dalam waktu yang berbeda.

Menurut V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endarto dikutip dalam buku “Statistika Untuk Penelitian” (2012:186), reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha* yaitu :

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

Keterangan :

- $r^{11}$  : reliabilitas instrument  
 $k$  : banyaknya butir pertanyaan  
 $\sum \sigma_b^2$  : jumlah varian butir pertanyaan  
 $\sigma_t^2$  : varians total

Untuk mencari nilai varian tiap butir, jumlah varian butir dapat dicari seperti berikut :

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

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berikut tabel uji reliabilitas instrument penelitian sebagai berikut :

**Tabel 3.3**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**

No.	Indikator	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket
1	Yang dirasakan	0,891	0,306	Valid
2	Yang diharapkan	0,913		

Sumber : *Data diolah, 2015*

### 3.8 *Method of Succesive Interval (MSI)*

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasional variabel sebelumnya, maka data ordinal terlebih dahulu di konversi menjadi data interval dengan menggunakan *Method of Succesive Interval (MSI)*. Menurut Syarifudin Hidayat (2005:55), *Method of Succesive Interval (MSI)* adalah metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval. Langkah-langkah transformasi data ordinal ke data interval yaitu :

1. Perhatikan nilai jawaban dari setiap pertanyaan dalam kuesioner.
2. Untuk setiap pertanyaan tersebut, lakukan perhitungan ada berapa responden yang menjawab skor 1, 2, 3, 4, 5 = frekuensi ( f ).
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya n responden dan hasilnya = proporsi (p)
4. Kemudian hitung proporsi kumulatifnya (p<sub>k</sub>)
5. Dengan menggunakan tabel normal, dihitung nilai distribusi normal (Z) untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.

$$\delta(Z) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{\left(-\frac{Z^2}{2}\right)}, -\infty < Z < +\infty$$

6. Tentukan nilai densitas normal (fd) yang sesuai dengan nilai Z
7. Tentukan nilai interval (*scale value*) untuk setiap skor jawaban dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

Density at Lower Limit = kepadatan batas bawa

Density at Upper Limit = kepadatan batas atas

Area Below Upper Limit = daerah dibawah batas atas

Area Below Lower Limit = daerah dibawah batas bawah

8. Sesuaikan nilai skala ordinal ke interval, yaitu *Skala Value* (SV) yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan jawaban responden yang terkecil melalui transformasi berikut ini :

$$\textit{Transformed Scale Value} : SV = - \{ \text{Min data} - \text{Min SV} \}$$

### 3.9 Teknik Analisis Data

Dalam sebuah penelitian, data merupakan suatu hal yang sangat penting. Data merupakan satu gambaran dari suatu variabel yang diteliti, yang berfungsi untuk membentuk sebuah hipotesis penelitian. Sehingga benar atau tidaknya data akan sangat menentukan mutu dari sebuah penelitian.

#### 3.9.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Teknik analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis gambaran variabel, sementara teknik analisis inferensial digunakan sebagai alat untuk menarik kesimpulan ada tidaknya hubungan antar variabel yang diteliti. Secara khusus analisis data deskriptif yang digunakan adalah dengan menghitung ukuran pemusatan dan penyebaran data yang diperoleh, kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan grafik. Selanjutnya analisis data inferensial yang digunakan adalah analisis regresi. Analisis regresi ini digunakan karena tujuan penelitian hendak mengkaji ada tidaknya pengaruh antar variabel dan jenis data yang diperoleh berbentuk data ordinal.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian diantara lain :

1. Analisis deskriptif tentang tanggapan Kualitas Pelayanan di Rumah Makan Taman Jaya Ujung Kulon Cilegon yang terdiri dari 5 indikator, yaitu : *Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness and Assurance.*
2. Analisis deskriptif tentang Kepuasan Konsumen yaitu pelayanan yang diharapkan oleh konsumen dan pelayanan yang dirasakan oleh konsumen.

Data yang terkumpul dari kuesioner diolah agar dapat memperoleh makna yang berguna. Data yang dapat diperoleh sebagai berikut :

1. Setiap variabel yang dinilai yang diklasifikasikan ke dalam lima alternative jawaban, dimana setiap *option* terdiri dari lima kriteria skor.
2. Setiap jawaban menggunakan *skala* likert (Likert Scale) yang menggambarkan peringkat jawaban yang diberi skor antara 1 sampai 5.
3. Setiap jawaban mencerminkan tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

### 3.9.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Menurut Sugiyono (2013:36), penelitian verifikatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda atau pada waktu yang berbeda. Adapun langkah-langkah untuk menganalisis verifikatif adalah sebagai berikut :

#### 3.9.2.1 Uji Asumsi Statisik

##### a. Uji Asumsi Normalitas

Salah satu syarat untuk melakukan analisis regresi yaitu normalitas. Uji normalitas ini adalah untuk menentukan apakah sampel data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov*. Untuk itu, penulis melakukan uji normalitas kedua variabel tersebut dengan menggunakan bantuan *SPSS 20.0 for windows*. Uji *Kolmogrov-Smirnov* berdasar pada kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika nilai probabilitas  $< 0,10$  maka distribusi normal
2. Jika nilai probabilitas  $> 0,10$  maka distribusi tidak normal

Ho : data berasal dari populasi yang berdistribusi normal

Ha : data berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal

##### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya

heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi dengan residualnya. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan *Spearman Rank Correlation* dengan cara menyusun korelasi ranking antara variabel bebas dengan absolute residual pada taraf  $\alpha = 0,10$ . Jika masing-masing variabel bebas tidak berkorelasi secara signifikan dengan absolute residual, maka dalam model regresi tidak menjadi gejala heteroskedastisitas.

Ho : Korelasi tidak signifikan (tidak terjadi heteroskedastisitas)

Ha : Korelasi signifikan (terjadi heteroskedastisitas)

$\alpha$  : 10%

Kriteria Uji :

Terima Ho jika p-value (sig) > 0,10

Tolak Ho jika p-value (sig)  $\leq$  0,10

### c. Uji Linearitas

Uji Linearitas ini melalui hipotesis nol (Ho) bahwa regresi linear melawan hipotesis tandingan bahwa regresi linear tidak linear. Untuk itu penulis melakukan uji linearitas untuk kedua variabel tersebut dengan menggunakan *software SPSS 20.0 for Windows*. Selanjutnya membandingkan nilai *probably value* terhadap  $\alpha$  dengan derajat kebebasan (dk) = n-2 untuk tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 10%

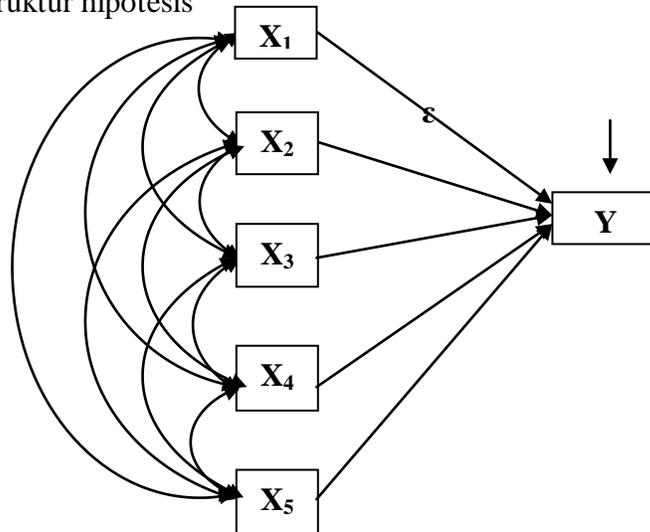
1. Jika nilai *probably value* >  $\alpha$  maka Ho ditolak dan Ha diterima
2. Jika nilai *probably value* <  $\alpha$  maka Ho ditolak dan Ha ditolak

### 3.9.2.2 Teknik Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan korelasi dalam penelitian ini yaitu teknik analisis jalur (*path analysis*). Analisis ini digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) dimensi kualitas pelayanan yang meliputi terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Pengujian hipotesis dengan menggunakan *path analysis* dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menggambar struktur hipotesis



**Gambar 3.1**  
**Struktur Hubungan Kausal Hipotesis**

Keterangan :

$X_1$  = *tangibles*

$X_2$  = *empathy*

$X_3$  = *responsiveness*

$X_4$  = *reliability*

$X_5$  = *assurance*

Y = kepuasan konsumen

$\epsilon$  = Epsilon

→ = Hubungan

Gambar 3.1 diatas menggambarkan bahwa  $X_1$  yang merupakan variabel independen (eksogen) mempunyai jalur hubungan langsung dengan  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ,  $X_5$  dan Y (endogen), tetapi juga mempunyai hubungan yang tidak langsung dengan Y (endogen) karena harus melewati variabel antara yaitu  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ,  $X_5$ .

Struktur hubungan diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari *Tangible* (bukti fisik), *Empathy* (empati), *Responsiveness* (daya tanggap), *Reliability* (reliabilitas), *Assurance* (jaminan) berpengaruh terhadap variabel dependent yaitu kepuasan (Y) yang terdiri dari *expected quality* (Y<sub>1</sub>), *perceived quality* (Y<sub>2</sub>) di Taman Jaya Ujung Kulon Cilegon. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari *Tangible* (bukti fisik), *Empathy* (empati), *Responsiveness* (daya tanggap), *Reliability* (reliabilitas), *Assurance* (jaminan) terhadap variabel dependent yaitu kepuasan konsumen (Y) dan variabel residu yang dilambangkan dengan  $\varepsilon$  (epsilon), namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhitungkan.

## 2. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{matrix} & X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ \begin{matrix} \Gamma_{x1x1} & \Gamma_{x1x2} & \Gamma_{x1x3} & \Gamma_{x1x4} & \Gamma_{x1x5} \\ & \Gamma_{x2x2} & \Gamma_{x2x3} & \Gamma_{x2x4} & \Gamma_{x2x5} \\ & & \Gamma_{x3x3} & \Gamma_{x3x4} & \Gamma_{x3x5} \\ & & & \Gamma_{x4x4} & \Gamma_{x4x5} \\ & & & & \Gamma_{x5x5} \end{matrix} \end{matrix}$$

## 3. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{matrix} & X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ \begin{matrix} \Gamma_{x1x1} & \Gamma_{x1x2} & \Gamma_{x1x3} & \Gamma_{x1x4} & \Gamma_{x1x5} \\ & \Gamma_{x2x2} & \Gamma_{x2x3} & \Gamma_{x2x4} & \Gamma_{x2x5} \\ & & \Gamma_{x3x3} & \Gamma_{x3x4} & \Gamma_{x3x5} \\ & & & \Gamma_{x4x4} & \Gamma_{x4x5} \\ & & & & \Gamma_{x5x5} \end{matrix} \end{matrix}$$

4. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{array}{c}
 X_1 \quad X_2 \quad X_3 \quad X_4 \quad X_5 \\
 \left[ \begin{array}{c} \rho_{YX1} \\ \rho_{YX2} \\ \rho_{YX3} \\ \rho_{YX4} \\ \rho_{YX5} \end{array} \right] = \left[ \begin{array}{ccccc} \Gamma_{x1x1} & \Gamma_{x1x2} & \Gamma_{x1x3} & \Gamma_{x1x4} & \Gamma_{x1x5} \\ & \Gamma_{x2x2} & \Gamma_{x2x3} & \Gamma_{x2x4} & \Gamma_{x2x5} \\ & & \Gamma_{x3x3} & \Gamma_{x3x4} & \Gamma_{x3x5} \\ & & & \Gamma_{x4x4} & \Gamma_{x4x5} \\ & & & & \Gamma_{x5x5} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{c} \Gamma_{yx1} \\ \Gamma_{yx2} \\ \Gamma_{yx3} \\ \Gamma_{yx4} \\ \Gamma_{yx5} \end{array} \right]
 \end{array}$$

5. Hitung  $R^2Y (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$  yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) = [\rho_{YX1}, \dots, \rho_{YX5}] \left[ \begin{array}{c} \Gamma_{yx1} \\ \Gamma_{yx2} \\ \Gamma_{yx3} \\ \Gamma_{yx4} \\ \Gamma_{yx5} \end{array} \right]$$

6. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung pada setiap variable

**a. Pengaruh ( $X_1$ ) terhadap Y**

$$\begin{array}{ll}
 \text{Pengaruh langsung} & = \rho_{YX1} \cdot \rho_{YX1} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) & = \rho_{YX1} \cdot \Gamma_{x1x2} \cdot \rho_{YX2} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) & = \rho_{YX1} \cdot \Gamma_{x1x3} \cdot \rho_{YX3} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) & = \rho_{YX1} \cdot \Gamma_{x1x4} \cdot \rho_{YX4}
 \end{array}$$

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_5) &= \rho_{YX1} \cdot r_{x1x5} \cdot \rho_{YX5} \\ \text{Pengaruh total } (X_1) \text{ terhadap } Y &= \frac{\quad}{\quad} + \dots \end{aligned}$$

**b. Pengaruh (X<sub>2</sub>) terhadap Y**

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX2} \cdot \rho_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= \rho_{YX2} \cdot r_{x2x1} \cdot \rho_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &= \rho_{YX2} \cdot r_{x2x3} \cdot \rho_{YX3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) &= \rho_{YX2} \cdot r_{x2x4} \cdot \rho_{YX4} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_5) &= \rho_{YX2} \cdot r_{x2x5} \cdot \rho_{YX5} \\ \text{Pengaruh total } (X_2) \text{ terhadap } Y &= \frac{\quad}{\quad} + \dots \end{aligned}$$

**c. Pengaruh (X<sub>3</sub>) terhadap Y**

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX3} \cdot \rho_{YX3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= \rho_{YX3} \cdot r_{x3x1} \cdot \rho_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &= \rho_{YX3} \cdot r_{x3x2} \cdot \rho_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) &= \rho_{YX3} \cdot r_{x3x4} \cdot \rho_{YX4} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_5) &= \rho_{YX3} \cdot r_{x3x5} \cdot \rho_{YX5} \\ \text{Pengaruh total } (X_3) \text{ terhadap } Y &= \frac{\quad}{\quad} + \dots \end{aligned}$$

**d. Pengaruh (X<sub>4</sub>) terhadap Y**

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX4} \cdot \rho_{YX4} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= \rho_{YX4} \cdot r_{x4x1} \cdot \rho_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &= \rho_{YX4} \cdot r_{x4x2} \cdot \rho_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) &= \rho_{YX4} \cdot r_{x4x3} \cdot \rho_{YX3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_5) &= \rho_{YX4} \cdot r_{x4x5} \cdot \rho_{YX5} \\ \text{Pengaruh total } (X_4) \text{ terhadap } Y &= \frac{\quad}{\quad} + \dots \end{aligned}$$

**e. Pengaruh (X<sub>5</sub>) terhadap Y**

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX5} \cdot \rho_{YX5} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= \rho_{YX5} \cdot r_{x5x1} \cdot \rho_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &= \rho_{YX5} \cdot r_{x5x2} \cdot \rho_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) &= \rho_{YX5} \cdot r_{x5x3} \cdot \rho_{YX3} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_5) &= \rho_{YX5} \cdot r_{x5x4} \cdot \rho_{YX4} + \\ \text{Pengaruh total } (X_5) \text{ terhadap } Y &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

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

$$\rho_{y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2 Y(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)}$$

8. Statistik uji simultan yang digunakan adalah

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_i^k = 1 \rho_{YX_i} \rho_{YX_i}}{(n - k - 1) \sum_i^k = 1 \rho_{YX_i} \rho_{YX_i}}$$

Hasil  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan tabel distribusi F Snecdor, apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, tetapi dapat dilanjutkan dengan pengujian secara parsial, dengan menggunakan rumus:

$$t = \frac{\rho_{YX_i} \rho_{YX_i}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2 Y(x_1, x_2, x_3)) (c_{ii} + c_{ii} + c_{ii})}{(n - k - 1)}}$$

t menghitung distribusi t student dengan derajat kebebasan n-k-1

Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2007:185) yaitu :

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak artinya X berpengaruh Y

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

### 3.9.3 Pengujian Hipotesis

Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel eksogen dengan variabel endogen, yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan. Menafsirkan sejauh mana pengaruh *tangibles*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability* dan *assurance* terhadap kepuasan konsumen digunakan pedoman interpretasi koefisien tertentu. Nilai koefisien penentu berada di antara 0-

100%. Jika nilai koefisien semakin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Sedangkan mendekati 0% berarti semakin lemah pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen, sehingga dibuat pedoman interpretasi koefisien dalam Tabel 3.8 sebagai berikut:

**Tabel 3.8**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat pengaruh
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 (2014, hlm. 184)

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

1. Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dengan derajat kebebasan ( $dk=n-k-1$ ) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini sebagai berikut:

**Hipotesis utama yaitu :**

$H_0: \rho \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari *tangibles*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability* dan *assurance* terhadap kepuasan konsumen.

$H_0: \rho < 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *tangibles*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability* dan *assurance* terhadap kepuasan konsumen.

**Sub hipotesis yaitu :**

$H_0: \rho \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari *tangibles* terhadap kepuasan konsumen.

$H_0: \rho \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari *empathy* terhadap kepuasan konsumen.

$H_0: \rho \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen.

$H_0: \rho \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari *reliability* terhadap kepuasan konsumen.

$H_0: \rho \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari *assurance* terhadap kepuasan konsumen.

$H_0: \rho < 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *tangibles* terhadap kepuasan konsumen.

$H_0: \rho < 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *empathy* terhadap kepuasan konsumen.

$H_0: \rho < 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen.

$H_0: \rho < 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *reliability* terhadap kepuasan konsumen.

$H_0: \rho < 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *assurance* terhadap kepuasan konsumen.