

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini mengungkapkan tentang kepuasan konsumen di Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah promosi (*promotion*), persepsi harga (*price*), lokasi (*Place*), produk (*product*), proses (*process*), orang atau SDM (*people*), bukti fisik (*physical evidence*). Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah kepuasan konsumen pada Restoran Kambing Bakar Cairo.

#### **1.2 Subjek Penelitian**

Peneliti memilih Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung adalah karena berdasarkan survey pra penelitian, diperoleh data bahwa Restoran Kambing Bakar Cairo bermasalah dalam kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang tidak stabil dari bulan ke bulan. Pada penelitian ini, yang dijadikan sebagai subjek penelitian adalah para konsumen Restoran Kambing Bakar Cairo.

#### **3.3 Metode Penelitian**

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan kuantitatif. Metode deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran dari variabel penelitian (Sugiyono, 2003:11). Winarno (1991:140) mengemukakan ciri-ciri metode deskriptif, yaitu :

1. Merumuskan diri pada pemecahan masalah-masalah yang sedang diteliti pada masa sekarang, pada masalah-masalah yang actual.
2. Data yang terkumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisis (karena itu metoda ini disebut metoda analitik).

Sedangkan metode kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan hasil berupa angka atau jumlah dari hasil angket.

## **1.4 Populasi Dan Sampel**

### **1.4.1 Populasi**

Sugiyono (1997 : 57) memberikan pengertian bahwa : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Nazir (1983 : 372) mengatakan bahwa, “populasi adalah berkenaan dengan data, bukan orang atau bendanya.” Nawawi (1985 :141) menyebutkan bahwa, “populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif daripada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap.” Sedangkan ridwan dan tita lestari (1997:3) mengatakan bahwa “populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian.”

Dari beberapa pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa : “populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat- syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian.

Dari pengertian di atas, yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kambing Bakar Cairo Bandung. Berikut cabang-cabang yang sampai saat ini telah berdiri:

1. Jl. Gegerkalong – Bandung
2. Jl. Pelajar Pejuang – Bandung
3. Jl. Kopo Sayati – Bandung
4. Cimahi – Bandung
5. Jl. Cihampelas – Bandung

Alasan pengambilan populasi sebagai subjek penelitian adalah karena berdasarkan survey pra penelitian, konsumen Kambing Bakar Cairo Bandung merupakan konsumen yang relatif rutin melakukan pembelian, sehingga subjek mengetahui informasi- informasi relevan dan umum tentang permasalahan. Berikut adalah tabel populasi Kambing Bakar Cairo.

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Pengunjung Kambing Bakar Cairo Bandung**  
**Periode Januari 2013 – Desember 2014**

Bulan	Cb. Kopo Sayati	Cb. Pelajar Pejuang	Cb. Geger Kalong	Cb. Cimahi	Cb. Cihampelas	Total	Rata-rata perhari
Jan-13	4.680	4.689	4.500	-	-	13.869	462
Feb-13	2.560	3.767	4.100	-	-	10.427	347
Mar-13	2.000	4.354	4.125	4.416	-	14.895	496
Apr-13	2.400	4.567	3.985	3.968	-	14.920	497
Mei-13	1.600	4.878	4.212	4.128	-	14.818	493
Jun-13	1.920	4.127	4.773	3.712	-	14.532	484
Jul-13	1.760	5.001	5.012	3.424	4.448	19.645	654
Agust-13	960	4.327	4.830	3.744	4.576	18.437	614
Sep-13	1.440	4.234	4.225	4.064	4.384	18.347	611
Okt-13	2.040	4.560	4.640	3.698	4.577	19.515	650
Nop-13	1.280	4.000	4.800	2.020	4.012	16.112	537
Des-13	1.320	4.040	4.160	3.092	4.325	16.937	564
Jan-14	1.400	4.160	4.480	3.000	4.567	17.607	586
Feb-14	1.380	4.320	3.960	2.012	4.056	15.728	524
Mar-14	1.450	3.360	3.520	2.101	4.156	14.587	486
Apr-14	1.201	4.600	3.840	3.021	3.089	15.751	525
Mei-14	1.340	3.760	4.160	2.014	3.992	15.266	508
Jun-14	1.220	4.400	4.760	3.012	4.235	17.627	587
July 14	2.012	3.200	3.680	3.076	4.672	16.640	554
Agust-14	1.987	3.245	4.240	2.012	4.034	15.518	517
Sep-14	9.70	3.721	4.120	2.077	4.091	14.979	499
Okt-14	996	2.021	3.578	2.056	4.097	12.748	424
Nop-14	999	1.201	4.017	2.031	3.978	12.226	407
Des-14	1.002	987	3.921	2.011	3.567	11.488	382

Sumber: Pemilik Kambing Bakar Cairo (data diolah)

### 1.4.2 Sampel

Menurut sugiono (2008:62) menyatakan bahwa :”Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel”. Untuk menentukan sampel yang akan di gunakan dalam penelitian ada berbagai macam teknik sampling.

Pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* yang mana dalam teknik ini teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel, atau pengambilan sampel secara random atau acak. Sedangkan teknik

pengambilan sampelnya menggunakan teknik Sampling Acak Stratifikasi (*Proportoinate Stratified Random Sampling* ) adalah teknik yang digunakan apabila populasi memiliki anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah n. Teknik yang dipergunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel yang diteliti salah satunya adalah dengan menggunakan rumus Umar dalam Sugiyono (2012:74) yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dan ukuran populasi dengan presentase kelonggaran ketidakteelitian, karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih ditolelir atau diinginkan, maka taraf kesalahan yang ditetapkan adalah sebesar 10%.

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

Dengan :

N = Ukuran sampel minimum

N = Ukuran Populasi

e = Kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di tolerir. (e=0,1)

Untuk jaminan ada baiknya sampel ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik. Adapun perhitungan jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$N = 399669 \quad e = 10\% = 0,1$$

$$\begin{aligned} \text{Maka } n &= \frac{399669}{1 + 399669 (0,1)^2} \\ &= \frac{399669}{1 + 399669 (0,01)} \end{aligned}$$

$$= \frac{399669}{3996,7}$$

$$= 99,9 \sim 100$$

### 3.4.2.1 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling (penarikan sampel) yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah teknik *Probability Sampling* jenis *Proportionate Stratified Random Sampling*. *Proportionate Stratified Random Sampling* yaitu merupakan teknik pengambilan sampel anggota populasi yang dilakukan dengan memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Teknik sampling ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata secara proposional. Rumus *Proportionate Stratified Random Sampling* adalah : (Sugiyono, 2007:75)

$$N_i = \frac{N_i \times n}{N}$$

Keterangan :  $N_i$  = Ukuran tiap strata *sample*

$N_i$  = Ukuran tiap strata populasi

$n$  = Ukuran (total) *sample*

$N$  = Ukuran (total) populasi

Berikut ini adalah teknik penarikan sampel dengan *Proportionate Stratified Random Sampling*

Tabel 3.2  
*Proportionate Stratified Random Sampling*

No	Cabang Restoran Kambing Bakar Cairo	Sampel
1.	Kopo Sayati	$\frac{48850 \times 100}{399669} = 12,22 \rightarrow 12$
2.	Pelajar Pejuang	$\frac{100277 \times 100}{399669} = 25,09 \rightarrow 25$
3.	Geger Kalong	$\frac{110997 \times 100}{399669} = 27,77 \rightarrow 28$
4.	Cimahi	$\frac{64689 \times 100}{399669} = 16,1 \rightarrow 16$
5.	Cihampelas	$\frac{74856 \times 100}{399669} = 18,72 \rightarrow 19$
<b>JUMLAH</b>		<b>100</b>

Sumber : pengolahan data maret 2014

### 1.5 Operasionalisasi Variabel

Untuk menghindari kekeliruan dalam menafsirkan masalah, maka dalam penelitian ini penulis membatasi variabel yang akan diukur. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi promosi (*promotion*), persepsi harga (*price*), lokasi (*Place*), produk (*product*), proses (*process*), orang atau SDM (*people*), bukti fisik (*physical evidence*).

Variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari hubungannya antara satu variable dengan lainnya dan pengukurannya. Tanpa operasionalisasi variabel, peneliti akan mengalami kesulitan dalam menentukan pengukuran hubungan antar variable yang masih bersifat konseptual.

Menurut Indriantoro dan Supomo (2002:69) Definisi Operasional Variabel adalah penentuan construct sehingga menjadi variabel yang dapat diamati dan diukur dengan menentukan hal yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Sugiyono (2004:31), definisi operasional adalah penentuan construct sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan construct, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran construct yang lebih baik.

Variabel penelitian adalah sesuatu yang berbentuk apa saja ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, variabel yang diteliti dibagi menjadi dua kelompok Sugiyono (2006), yaitu:

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebasnya (X) adalah promosi (*promotion*), persepsi harga (*price*), lokasi (*Place*), produk (*product*), proses (*process*), orang atau SDM (*people*), bukti fisik (*physical evidence*)

2. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen.

**Tabel 3.3**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Dimensi	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
Bauran Pemasaran (X)		Bauran pemasaran adalah seperangkat variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam sasaran (Djaslim, Saladin 2006:5)	Jumlah skor skala perbedaan likert persepsi pelanggan terhadap bauran pemasaran yang diberikan oleh restoran, meliputi : - Product - Harga - Promosi - Tempat - Orang - Proses - Bukti Fisik	Data yang diperoleh dari pelanggan yang telah mengunjungi restoran, meliputi: - Product - Harga - Promosi - Tempat - Orang - Proses - Bukti Fisik	Interval
	Product (Product) (x1)	<i>A product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need. Product that are marketed include physical goods, services, experiences, events, persons, places, properties, organizations, information and ideas</i> (Kotler, 2000:394)	Jumlah skor skala perbedaan likert persepsi pelanggan terhadap product yang diberikan oleh restoran, meliputi : 1. <i>Performance</i> , yaitu merupakan tampilan dari produk yang menarik. 2. <i>Feature</i> , yaitu banyak macam menu yang bervariasi. 3. <i>Reliability</i> , yaitu tingkat kebersihan dari suatu produk. 4. <i>Conformance</i> , yaitu aroma dari produk yang menggugah selera makan. 5. Estetika, yaitu karakteristik produk yang	Data yang diperoleh dari pelanggan yang telah mengunjungi restoran, meliputi: a. Warna dan penampilan dari makanannya yang menarik. b. Menu yang disediakan banyak macamnya / bervariasi. c. Produk yang diberikan bersih dan sesuai kematangannya. d. Aroma makanan yang sedap menggugah selera makan. e. Temperatur makanan saat disajikan yang tepat. f. Porsi makanan dan	Interval



			subjektif. 6. <i>Perceived quality</i> , yaitu perasaan pelanggan saat mengkonsumsi produk tersebut.	minuman sesuai. g. Rasa makanan dan minuman enak.	
Harga ( <i>price</i> ) (x2)	Harga ( <i>price</i> ) adalah nilai yang dipergunakan dalam jual beli (Buchari Alma (2007:167)) tujuan penetapan harga adalah berorientasi pada harga, berorientasi pada volume, berorientasi pada citra, berorientasi pada stabilitas harga.(Tjiptono(1995: 118)).	Jumlah skor skala perbedaan likert persepsi pelanggan terhadap harga suatu produk atau pelayanan yang diberikan oleh restoran, meliputi : 1. Kesesuaian harga dengan rasa makanan. 2. Kesesuaian harga dengan porsi makanan yang diberikan. 3. Kesesuaian harga dengan pelayanan yang diberikan.	Data yang diperoleh dari pelanggan yang telah mengunjungi restoran, meliputi: a. Harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas produk (rasa makanan,penampilan dan volume). b. Harga yang dibayarkan sesuai dengan porsi makanan. c. Harga yang dibayarkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan.	Interval	
Promosi ( <i>promotion</i> ) (x3)	Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. (William J. Staton et, yang dikutip oleh Djaslim Saladin (2006:171))	Jumlah skor skala perbedaan likert persepsi pelanggan terhadap promosi yang diberikan oleh restoran, meliputi : 1. Daya tarik media promosi yang digunakan 2. Kemudahan pelanggan dalam memahami informasi pada media promosi	Data yang diperoleh dari pelanggan yang telah mengunjungi restoran, meliputi: a. Tingkat daya tarik konsumen terhadap media promosi b. Tingkat kemudahan konsumen memahami media promosi	Interval	

	Tempat (Place) (x4)	<i>Place</i> dalam <i>service</i> merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa konsumen dan dimana lokasi yang strategis (Lupiyoadi, 2001:61)	Jumlah skor skala perbedaan likert persepsi pelanggan terhadap tempat restoran, meliputi : 1. Kemudahan konsumen dalam mencapai lokasi perusahaan 2. Kemudahan konsumen untuk mendapatkan tempat parkir	Data yang diperoleh dari pelanggan yang telah mengunjungi restoran, meliputi: a. Tingkat kemudahan konsumen dalam mencapai restoran Kambing Bakar Cairo b. Tingkat kemudahan konsumen untuk mendapatkan tempat parkir	Interval
	Orang (people) (x5)	Partisipan atau orang ( <i>people</i> ) adalah semua pelaku yang memainkan sebagian penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli. (Yazid, 2001:20)	Jumlah skor skala perbedaan likert persepsi pelanggan terhadap kualitas suatu pelayanan yang diberikan oleh restoran, meliputi : 1. <i>Tangible</i> : yaitu penampilan yang rapi, bersih dan menarik. 2. <i>Reliability</i> : yaitu pelayanan dengan baik dan sesuai dengan pesanan. 3. <i>Responsiveness</i> : yaitu cepat tanggap, merespon langsung yang diminta atau dibutuhkan pelanggan. 4. <i>Assurance</i> : yaitu sikap yang ramah kepada pelanggan dan memiliki pengetahuan yang baik terhadap produk makanan dan minuman yang ditawarkan.	Data yang diperoleh dari pelanggan yang telah mengunjungi restoran, meliputi: a. Karyawan berpenampilan rapi, bersih dan menarik. b. Karyawan memberikan pelayanan dan hidangan dengan baik sesuai dengan pesanan. c. Karyawan merespon langsung yang diminta oleh pelanggan. d. karyawan memiliki sikap yang ramah kepada pelanggan dan memiliki pengetahuan yang baik terhadap produk yang ditawarkan oleh restoran. e. Karyawan memiliki sikap yang peka terhadap kebutuhan pelanggan.	Interval

			5. <i>Emphaty</i> : yaitu sifat yang peka terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan.		
	Proses ( <i>process</i> ) (x6)	Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktifitas dan hal-hal rutin, di mana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. (Lupiyoadi, 2001:63)	Jumlah skor skala perbedaan likert persepsi pelanggan terhadap proses suatu pelayanan yang diberikan oleh restoran, meliputi : 1. Kemudahan prosedur pemesanan makanan 2. Tingkat kecepatan dalam proses pelayanan	Data yang diperoleh dari pelanggan yang telah mengunjungi restoran, meliputi: a. Kemudahan konsumen saat memesan makanan b. Tingkat kecepatan dalam proses pelayanan	
	Bukti fisik ( <i>physical evidence</i> ) (x7)	Bukti fisik adalah suatu lingkungan dimana jasa tersebut disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi atau berhubungan serta seluruh komponen yang bersifat nyata yang memfasilitasi pelaksanaan atau komunikasi jasa. (Zeithmal and Beitner yang di kutip oleh Jacob Ganef, 2003:6)	Jumlah skor skala perbedaan likert persepsi pelanggan terhadap bukti fisik yang ada di restoran, meliputi : 1. Kenyamanan konsumen saat berada di restoran Kambing Bakar Cairo Bandung 2. Kelengkapan saran dan prasarana 3. Kebersihan lingkungan	Data yang diperoleh dari pelanggan yang telah mengunjungi restoran, meliputi: a. Tingkat kenyamanan konsumen saat berada di Restoran Kambing Bakar Cairo b. Tingkat kelengkapan Sarana dan Prasarana di restoran Kambing Bakar Cairo c. Tingkat kebersihan makanan serta lingkungan di restoran Kambing Bakar Cairo	interval
Kepuasan Konsumen (Y)		Kotler (2000) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah	Jumlah skor skala perbedaan likert persepsi pelanggan terhadap kepuasan konsumen di restoran, meliputi : 1. Kepuasan dengan Product (produk) di Kambing	Data yang diperoleh dari pelanggan yang telah mengunjungi restoran, meliputi: 1. Kepuasan dengan Product (produk) di Kambing	

		membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse dan Wilson dalam Nasution, 2004)	Bakar Cairo 2. Kepuasan dengan Price (Harga) di Kambing Bakar Cairo 3. kepuasan dengan Promotion (Promosi) di Kambing Bakar Cairo 4. Kepuasan dengan Place (Tempat) di Kambing Bakar Cairo 5. Kepuasan dengan People (orang/Karyawan) di Kambing Bakar Cairo 6. Kepuasan dengan Process (proses pemesanan) di Kambing Bakar Cairo 7. Kepuasan dengan Physical Evidence (Bukti Fisik/sarana prasarana) di Kambing Bakar Cairo	Bakar Cairo 2. Kepuasan dengan Price (Harga) di Kambing Bakar Cairo 3. kepuasan dengan Promotion (Promosi) di Kambing Bakar Cairo 4. Kepuasan dengan Place (Tempat) di Kambing Bakar Cairo 5. Kepuasan dengan People (orang/Karyawan) di Kambing Bakar Cairo 6. Kepuasan dengan Process (proses pemesanan) di Kambing Bakar Cairo 7. Kepuasan dengan Physical Evidence (Bukti Fisik/sarana prasarana) di Kambing Bakar Cairo	
--	--	--	--	--	--

## 1.6 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

### 1.6.1 Sumber Data

Sumber data yang dimaksud di dalam penelitian ini adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Sumber data penelitian ini adalah data- data yang diperlukan dalam penelitian ini. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah dan tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian dengan menggunakan metode berupa survey ataupun observasi.

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan di input sebelumnya oleh pihak lain. Data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Jenis dan Sumber Data**

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber data
1.	Data Jumlah konsumen Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung	Data Sekunder	Manajemen Restoran Kambing Bakar Cairo
2.	Data perkembangan restoran di Kota Bandung	Data Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung
3.	Gambaran mengenai promosi ( <i>promotion</i> ), persepsi harga ( <i>price</i> ), lokasi ( <i>Place</i> ), produk ( <i>product</i> ), proses ( <i>process</i> ), orang atau SDM ( <i>people</i> ), bukti fisik ( <i>physical evidence</i> )	Data Primer	Responden atau konsumen di Restoran Kambing Bakar Cairo
4.	Kepuasan Konsumen Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung	Data Primer	Responden atau konsumen di Restoran Kambing Bakar Cairo

### 3.6.2 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dapat diuji kebenarannya dan sesuai dengan masalah yang diteliti secara lengkap maka digunakan teknik sebagai berikut:

#### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian ini kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan tertutup dan terbuka. Pengukuran variabel menggunakan skala interval, yaitu alat pengukur yang dapat

menghasilkan data yang memiliki rentang nilai yang mempunyai makna dan mampu menghasilkan *measurement* yang memungkinkan perhitungan rata-rata, deviasi standar, uji statistik parameter, korelasi dan sebagainya (Ferdinand, 2006). Skala pengukuran menggunakan skala likert. Jawaban diberi nilai 1 sampai dengan nilai 5.

Tanggapan yang paling positif (maksimal) diberi nilai paling besar dan tanggapan yang paling negative (minimal) diberi nilai paling kecil. Berikut adalah contoh dari kategori *agree-disagree scale*:

1	2	3	4	5
Sangat tidak setuju			Sangat setuju	

## 2. Wawancara (*Interview*)

Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara langsung dengan responden secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian.

## 3. Observasi

Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti mengamati secara langsung objek penelitian, guna menambah data dan informasi yang diperlukan.

## 4. Studi Kepustakaan

Yaitu dengan membaca dan mempelajari berbagai buku dan literatur lainnya yang berkaitan dengan topik dalam penelitian ini.

## 5. Angket

Suatu cara pengumpulan data dengan menyebarkan angket atau kuesioner yang akan terlihat jumlah dari hasil yang diteliti.

## 6. Eksplorasi Dokumen

Suatu cara pengumpulan data dengan melihat langsung dokumen-dokumen yang bersangkutan dengan penelitian.

### 1.7. Teknik Pengolahan Data

Setelah di peroleh keterangan dan data yang lengkap dari objek penelitian, maka langkah- langkah yang perlu dilakukan adalah pengolahan data, yaitu meliputi:

- a. Menyeleksi data, yaitu melihat atau memeriksa kesempurnaan kejelasan mengenai benar dan tidaknya penulisan data.
- b. Mentabulasi data, yaitu Tabulasi data merupakan langkah memasukkan data berdasarkan hasil penggalian data di lapangan
- c. Analisis data, bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antar variabel penelitian dengan teknik analisis data
- d. Pengujian hipotesis
- e. Menarik kesimpulan dan data

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Supaya data yang telah dikumpulkan dapat bermanfaat, maka data harus diolah dan dianalisis sehingga dapat digunakan untuk menginterpretasikan, dan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa Deskriptif dan analisa Kuantitatif.

#### **1.8.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah suatu cara analisis yang berusaha mengubah kumpulan data mentah menjadi bentuk atau gambaran yang mudah dimengerti/dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas dan analisis deskriptif berusaha memberikan gambaran hasil yang mudah dipahami. Analisis perbandingan bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya perbedaan nilai antara dua kelompok yang diteliti, kelompok disini bisa berupa kelompok responden maupun kelompok jawaban (Istijanto : 107). Macam-macam analisis perbandingan diantaranya adalah : Uji-t dan analisis varians (ANOVA).

Analisis deskriptif tujuannya adalah menerangkan dan mengumpulkan fakta-fakta yang diteliti mengenai pengaruh koordinasi terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik, dengan kata lain penelitian ini menjelaskan pengaruh variabel yang diteliti melalui pengolahan data dari data mentah berupa hasil kuisioner menjadi suatu bentuk informasi/gambaran yang mudah dimengerti. Selain itu penelitian ini juga menggunakan pendekatan metode

penelitian perbandingan, diantaranya dengan melakukan analisis Uji-t yang bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh variabel koordinasi terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik secara parsial dan menggunakan analisis varians untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh variabel koordinasi terhadap kepuasan konsumen secara menyeluruh.

### 1.8.2 Analisis Kuantitatif

Analisa kuantitatif adalah metode analisa data dengan menggunakan perhitungan-perhitungan. Dalam analisis kuantitatif ini digunakan penentuan *score* / nilai dengan mengubah data yang bersifat kualitatif (dalam bentuk pemberian kuesioner kepada responden) ke dalam bentuk kuantitatif (Hadi, 1994:202). Kegiatan menganalisis data dalam penelitian ini meliputi beberapa tahap dasar (Santoso dan Tjiptono, 2001:52), tahap tersebut diantaranya :

#### 1. Proses *Editing*

Tahap awal analisis data adalah melakukan edit terhadap data yang telah dikumpulkan dari hasil survey lapangan. Pada prinsipnya proses *editing* data bertujuan agar data yang nanti di analisis telah akurat dan lengkap.

#### 2. Proses *Coding*

Proses pengubahan data kualitatif menjadi angka dengan mengklasifikasi jawaban yang ada menurut kategori-kategori yang penting (pemberian kode). Dalam penelitian ini adalah pemberian kode dengan angka pada data responden yaitu nama, alamat, jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan per bulan, frekuensi pembelian, dan melakukan pembelian dengan.

#### 3. Proses *Scoring*

Proses penentuan skor atas jawaban responden yang dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori yang cocok tergantung pada anggapan atau opini responden. Dalam penghitungan scoring digunakan skala *Likert* yang pengukurannya sebagai berikut ( Sugiyono, 2004 : 87 ) :

- a. Skor 5 untuk jawaban sangat setuju
- b. Skor 4 untuk jawaban setuju



- c. Skor 3 untuk jawaban netral
- d. Skor 2 untuk jawaban tidak setuju
- e. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju

Dalam penelitian ini, skala *Likert* digunakan untuk menjawab dan mengukur kesetujuan konsumen pada pertanyaan penelitian tertutup.

#### 4. Tabulasi

Menyajikan data-data yang diperoleh dalam tabel, sehingga diharapkan pembaca dapat melihat hasil penelitian dengan jelas. Setelah proses tabulasi selesai, kemudian data-data dalam tabel tersebut akan diolah dengan bantuan *software* statistik yaitu **SPSS 16.0**

### 3.9 Teknik Pengujian Instrumen

Agar data yang telah dikumpulkan dapat bermanfaat bagi penelitian maka data haruslah dianalisis sedemikian rupa sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Adapun metode analisis data yang akan digunakan adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan salah satu atau lebih variabel independent (variabel bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2006). Tahap-tahap dalam analisis ini yaitu ;

#### 3.9.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono, validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari nilai validitas disebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item – item tersebut. Jika koefisien korelasinya sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid. Tetapi apabila nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk kevalidan dari item kuisisioner 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:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$	= Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y
$n$	= jumlah responden
$\sum XY$	= jumlah hasil kali skor X dan Y setiap responden
$\sum X$	= jumlah skor X
$\sum Y$	= jumlah skor Y
$(\sum X)^2$	= Kuadrat jumlah skor X
$(\sum Y)^2$	= Kuadrat jumlah skor Y

Dilanjutkan dengan t-test dengan menggunakan rumus berikut ini:

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

keterangan:

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  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti **valid**, sebaliknya

$t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti **tidak valid**

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi, dapat dilihat pada table dibawah ini :

Keputusan pengujian validitas item instrument adalah sebagai berikut :

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

**Tabel 3.5**  
**Hasil Pengujian Validitas**

No	Item Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
<i>Product (x1)</i>				
1	Warna dan penampilan dari makanannya yang menarik	0,559868	0,196551	Valid
2	Menu yang disediakan banyak macamnya /bervariasi.	0,557805	0,196551	Valid
3	Produk yang diberikan bersih dan sesuai kematangannya	0,593926	0,196551	Valid
4	Aroma makanan yang sedap menggugah selera makan.	0,617859	0,196551	Valid
5	Temperatur makanan saat disajikan yang tepat.	0,591907	0,196551	Valid
6	Porsi makanan dan minuman sesuai.	0,569852	0,196551	Valid
7	Rasa makanan dan minuman enak.	0,55763	0,196551	Valid
<i>Price (x2)</i>				
9	Harga yang dipatok sesuai dengan kualitas produk (rasa, penampilan, volume)	0,797306292	0,196551	Valid
10	Porsi yang diberikan sesuai dengan harga	0,652799203	0,196551	Valid
11	Saya membayar kewajiban sesuai dengan layanan yang saya terima	0,786416771	0,196551	Valid
<i>Promotion (x3)</i>				
12	media promosi restoran kambing bakar cairo sangat menarik	0,875184	0,196551	Valid
13	promosi yang ada di restoran kambing bakar cairo sangat mudah dipahami	0,859768	0,196551	Valid
<i>Place (x4)</i>				
14	Restoran Kambing Bakar Cairo memiliki lokasi yang mudah dijangkau	0,819994	0,196551	Valid
15	Fasilitas parkir di Restoran Kambing Bakar Cairo memadai	0,791681	0,196551	Valid
<i>People (x5)</i>				

16	Karyawan berpenampilan rapi, bersih dan menarik	0,675442	0,196551	Valid
17	Karyawan memberikan pelayanan dan hidangan dengan baik sesuai dengan pesanan	0,660129	0,196551	Valid
18	Karyawan merespon langsung yang diminta oleh pelanggan	0,69914	0,196551	Valid
19	karyawan memiliki sikap yang ramah kepada pelanggan dan memiliki pengetahuan yang baik terhadap produk yang	0,788895	0,196551	Valid
<i>Process (x6)</i>				
20	Dalam pemesanan makanan <i>procedure</i> nya mudah	0,849373	0,196551	Valid
21	Waktu yang saya habiskan untuk menunggu sampai pesanan datang masih dalam batas toleransi	0,900466	0,196551	Valid
<i>Physical Evidence (x7)</i>				
22	Saat saya berada di Restoran Kambing Bakar Cairo, saya merasa nyaman	0,73263	0,196551	Valid
23	Restoran Kambing Bakar Cairo memiliki sarana dan prasarana yang lengkap	0,710176	0,196551	Valid
24	Lingkungan di restoran kambing bakar Cairo bersih	0,649594	0,196551	Valid
Kepuasan Konsumen (y)				
25	kepuasan pada Kualitas Produk ( <i>Product</i> )	0,604973	0,196551	Valid
26	kepuasan pada Harga ( <i>Price</i> )	0,534301	0,196551	Valid
27	kepuasan pada promosi ( <i>Promotion</i> )	0,547223	0,196551	Valid
28	kepuasan pada Lokasi ( <i>Place</i> )	0,508371	0,196551	Valid
29	kepuasan pada SDM ( <i>People</i> )	0,474479	0,196551	Valid
30	kepuasan pada proses ( <i>Process</i> )	0,487287	0,196551	Valid
31	kepuasan pada bukti fisik ( <i>Physical Evidence</i> )	0,578094	0,196551	Valid

Sumber : data diolah mei 2014

Hasil pengujian validitas untuk 31 pertanyaan diketahui bahwa 31 pertanyaan berada pada tingkat kepercayaan 90%. Pertanyaan yang lolos uji validitas adalah seluruhnya, maka pertanyaan sebanyak 31 akan digunakan dalam penelitian.

### 3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data tersebut telah menunjukkan tingkat keakuratan dan kestabilan suatu instrumen atau belum, artinya kapan pun alat ukur tersebut digunakan akan memberikan hasil yang sama atau tidak. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus alpha. Langkah-langkah yang dilakukan untuk mencari nilai reliabilitas dengan menggunakan rumus alpha adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung varians skor tiap-tiap item dengan rumus sebagai berikut:

$$S_i = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{N}}{N}$$

Keterangan:

- $S_i$  = varians skor tiap-tiap item  
 $\sum X_i^2$  = jumlah kuadrat item  $X_i$   
 $(\sum X_i)^2$  = jumlah item  $X_i$  dikuadratkan  
 $N$  = jumlah responden

- b. Menjumlahkan varians semua item dengan rumus berikut:

$$\sum S_i = S_1 + S_2 + S_3 + S_4 + S_5 + \dots + S_n$$

Keterangan:

- $\sum S_i$  = jumlah varians semua item  
 $S_1, S_2, S_3, \dots, S_n$  = varians item ke-1,2,3,4 .....n

- c. Menghitung varians total dengan rumus:

$$S_t = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{N}}{N}$$

Keterangan:

- $S_t$  = varians total  
 $\sum X_i^2$  = jumlah kuadrat X total  
 $(\sum X_i)^2$  = jumlah item X total dikuadratkan  
 $N$  = jumlah responden

- d. Memasukkan nilai alpha cronbach dengan rumus:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum Si}{St} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan atau butir soal

$\sum Si$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item

$St$  = Varians total

**Tabel 3.6**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**

No.	Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1.	Produk ( <i>Product</i> )	0,667	0,196551	Reliabel
2.	Harga ( <i>Price</i> )	0,602	0,196551	Reliabel
3.	promosi ( <i>Promotion</i> )	0,675	0,196551	Reliabel
4.	Lokasi ( <i>Place</i> )	0,464	0,196551	Reliabel
5.	SDM ( <i>People</i> )	0,666	0,196551	Reliabel
6.	Proses ( <i>Process</i> )	0,698	0,196551	Reliabel
7.	Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> )	0,47	0,196551	Reliabel

Sumber : data diolah Mei 2014

Rumus alpha digunakan untuk menghitung reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket. Kriteria pengujian reliabilitasnya adalah jika  $r_{hit} > r_{tab}$  dengan tingkat kepercayaan 90%, maka angket variabel dikatakan *reliable*. Adapun cara menginterpretasikan harga  $r_{11}$  adalah dengan menggunakan tabel di bawah ini.

**Tabel 3.7**  
**Interpretasi Derajat Reliabilitas**

Indeks Korelasi	Interpretasi
0.800 – 1.000	Reliabilitas Sangat Tinggi
0.600 – 0.799	Reliabilitas Tinggi
0.400 – 0.599	Reliabilitas Cukup
0.200 – 0.399	Reliabilitas Rendah
0.000 – 0.199	Reliabilitas Sangat Rendah

Sumber : data diolah Mei 2014

Berdasarkan hasil uji reliabilitas kuisisioner dengan menggunakan rumus *Alpha* diperoleh koefisien ( $r_{11}$ ) sebesar 0,739. Hasil tersebut kemudian dikonsultasikan dengan  $r_{\text{tabel}}$  pada tabel interpretasi derajat reliabilitas. Koefisien reliabilitas instrumen yang digunakan penelitian berada pada indeks 0.600 – 0.799 dengan interpretasi reliabilitas sangat tinggi, sehingga kuisisioner tergolong *reliable Tinggi*.

### 3.9.3 Uji Korelasi

#### 3.9.3.1. Korelasi Product Moment

Uji korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau raito, dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut adalah sama.

Berikut rumus yang dapat digunakan untuk menghitung koefisien korelasi, sekaligus akan menghitung persamaan regresi. Koefisien korelasi untuk populasi diberi simbol ( $\rho$ ) dan untuk sampel diberi simbol  $r$ , sedang untuk korelasi ganda diberi simbol  $R$ .

$$r_{xy} = \frac{\Sigma xy}{\sqrt{\Sigma x^2 y^2}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Korelasi antara

$x$  =  $(x_i - \bar{x})$

$y$  =  $(y_i - \bar{y})$

$$r_{xy} = \frac{n \Sigma x_i y_i - (\Sigma x_i)(\Sigma y_i)}{\sqrt{(n \Sigma x_i^2 - (x_i)^2)(n \Sigma y_i^2 - (y_i)^2)}}$$

Pengujian signifikansi koefisien korelasi, selain dapat menggunakan tabel, juga dapat dihitung dengan uji  $t$  yang rumusnya ditunjukkan pada rumus berikut.

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

Untuk memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel sebagai berikut.

**Tabel 3.8**  
**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

Pengujian signifikan terhadap koefisien korelasi ganda dapat menggunakan rumus dengan uji F.

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

Keterangan :

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel

n = Jumlah anggota sampel

### 3.9.3.2. Korelasi Parsial

Korelasi parsial digunakan untuk menganalisis bila peneliti bermaksud mengetahui pengaruh atau mengetahui hubungan antara variabel independen dan dependen, dimana salah satu variabel independennya dibuat tetap / dikendalikan.

Jadi korelasi parsial merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih, setelah satu variabel yang diduga dapat mempengaruhi hubungan variabel tersebut tetap / dikendalikan.

Rumus untuk korelasi parsial ditunjukkan pada rumus berikut.



$$R_{y.x_1x_2} = \frac{r_{yx_1} - r_{yx_2} \cdot r_{x_1x_2}}{\sqrt{1 - r_{x_1x_2}^2} \cdot \sqrt{1 - r_{xy_2}^2}}$$

Dapat dibaca : korelasi antara  $X_1$  dengan Y, bila variabel  $X_2$  dikendalikan atau korelasi antara  $X_1$  dan Y bila  $X_2$  tetap.

Bila  $X_1$  yang tetap, maka rumusnya adalah sebagai berikut.

$$R_{y.x_1x_2} = \frac{r_{yx_2} - r_{yx_1} \cdot r_{x_1x_2}}{\sqrt{1 - r_{x_1x_2}^2} \cdot \sqrt{1 - r_{xy_1}^2}}$$

Uji koefisien korelasi parsial dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut.

$$t = \frac{r_p \sqrt{n-3}}{\sqrt{1-r_p^2}}$$

Nilai t tabel dicari dengan  $dk = n - 1$ .

### 3.9.4. Uji Determinasi

Koefisien determinasi disesuaikan (adjustedR2) adalah koefisien determinasi yang mempertimbangkan (d disesuaikan dengan) derajat bebas. Derajat bebas besarnya tergantung dengan banyaknya variabel penjelas (variabel bebas). Koefisien determinasi disesuaikan (adjustedR2) digunakan untuk membandingkan 2 model estimasi apabila banyaknya variabel penjelas tidak sama, misal model estimasi 1 memiliki variabel penjelas sebanyak 4 buah dan model estimasi 2 memiliki variabel penjelas sebanyak 5 buah. Apabila kita membandingkan 2 model estimasi berdasarkan koefisien determinasi maupun koefisien determinasi disesuaikan harus hati-hati, hal ini karena tujuan menaksir model bukan semata-mata mencari besarnya nilai koefisien determinasi maupun koefisien determinasi disesuaikan namun yang lebih penting adalah untuk mendapatkan taksiran yang menyakinkan mengenai koefisien-koefisien regresi yang mencerminkan populasi yang sebenarnya dan menarik inferensi.

Apabila kita memperoleh nilai koefisien determinasi maupun koefisien determinasi disesuaikan yang tinggi itu baik sekali, namun jika diperoleh nilai

yang rendah bukan berarti model estimasi yang kita gunakan merupakan model estimasi yang jelek. Berkaitan dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) ada berbagai kemungkinan, yaitu:

- $R^2$  dan hanya beberapa koefisien yang regresi (beta) yang signifikan.
- $R^2$  mungkin signifikan tetapi tidak ada satupun koefisien regresi (beta) yang signifikan.
- Semua koefisien regresi (beta) mungkin signifikan tetapi  $R^2$  tidak signifikan atau
- Semua koefisien regresi (beta) dan  $R^2$  mungkin tidak signifikan.

Rumus ( $R^2$ ) dan (adjusted  $R^2$ ), sebagai berikut:

Model Estimasi:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$R^2 = \frac{b_1 \sum yx_1 + b_2 \sum yx_2 + b_3 \sum yx_3}{\sum y^2}$$

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

Keterangan:

n = Banyaknya observasi

K = Banyaknya variabel bebas

### 3.9.5. Regresi Ganda

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Dalam penelitian ini setiap pendapat responden dan pernyataan dalam kuisioner diberi nilai dengan skala *Semantik Differensial*. Skala *semantic differential* adalah skala untuk mengukur sikap, tetapi bentuknya bukan pilihan ganda maupun checklist,

tetapi tersusun dalam satugaris kontinum di mana jawaban yang sangat positif terletak dibagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negatif terletak dibagian kiri garis, atau sebaliknya.

Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan skala *semantic differential* adalah data interval. Skala bentuk ini biasanya digunakan untuk mengukursikap atau karakteristik tertentu yang dimiliki seseorang. Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Persamaan regresi untuk tiga prediktor adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Persamaan regresi untuk n prediktor adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

### 3.9.6. Uji Linearitas Regresi

Linearitas regresi dilakukan untuk mengetahui pola hubungan antara variabel X dan Y. linearitas regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linear sederhana karena hanya melibatkan satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y). Perhitungan menggunakan SPSS versi 17.0, dengan ketentuan:

Jika Signifikansi < 0,05, maka linear,

Signifikansi > 0,05, maka tidak linear.

### 3.9.7. Uji Signifikan

#### 3.9.7.1. Uji Signifikan Seluruhnya (Uji F)

Uji F Statistik digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent Makanan dan Minuman (X1), Tingkat Layanan (X2), Kebersihan (X3), Suasana (X4), dan Harga (X5) secara parsial berdampak terhadap variabel dependent Kepuasan Konsumen (Y). Rumus Uji F seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2003: 47) sebagai berikut:

$$F_{reg} = \frac{R^2(N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan:

N = banyak sampel

m = banyak prediktor

R = koefisien korelasi antara kriterium dengan prediktor.

Koefisien korelasi ganda dikatakan signifikan apabila  $F_{tabel} < F_{hitung}$  dengan derajat signifikansi 1%.

#### 3.9.7.2. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Analisis korelasi parsial (*Partial Correlation*) digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel dimana variabel lainnya yang dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap (sebagai variabel kontrol). Nilai korelasi (r) berkisar antara 1 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat, sebaliknya nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah (X naik maka Y naik) dan nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik (X naik maka Y turun). Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Digunakan rumus t dengan  $dk = n - 1$



$$t = \frac{n - k}{1 - r}$$

Secara perhitungan manual ada dua formula (rumus) uji T independen, yaitu uji T yang variannya sama dan uji T yang variannya tidak sama.

Untuk varian sama gunakan formulasi berikut :

$$t = \frac{X_a - X_b}{s_p \sqrt{\left(\frac{1}{n_a}\right) + \left(\frac{1}{n_b}\right)}}$$

Dimana  $S_p$

$$S_p^2 = \frac{(n_a - 1)S_a^2 - (n_b - 1)S_b^2}{n_a + n_b - 2}$$

Keterangan:

- $X_a$  = Rata-rata kelompok a
- $X_b$  = Rata-rata kelompok b
- $S_p$  = Standar Deviasi gabungan
- $S_a$  = Standar deviasi kelompok a
- $S_b$  = Standar deviasi kelompok b
- $n_a$  = Banyaknya sampel di kelompok a
- $n_b$  = Banyaknya sampel di kelompok b
- DF =  $n_a + n_b - 2$

Sedangkan untuk varian yang tidak sama gunakan formulasi berikut :

$$t = \frac{X_a - X_b}{\sqrt{\left(\frac{S_a^2}{n_a}\right) - \left(\frac{S_b^2}{n_b}\right)}}$$

### 3.9.8 Uji Hipotetsis

Pada taraf tingkat kesalahan 0,1 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta uji pada satu pihak, yaitu pihak kanan. Secara sistematis dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

- a.  $H_0 : \rho \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi (*promotion*), persepsi harga (*price*), lokasi (*Place*), produk (*product*), proses (*process*), orang atau SDM (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung.
- b.  $H_a : \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi (*promotion*), persepsi harga (*price*), lokasi (*Place*), produk (*product*), proses (*process*), orang atau SDM (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Kambing Bakar Cairo Bandung.