

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti penggunaan menu tablet restoran serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan di Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran restoran atau *foodservice*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua variabel. Sekaran dan Bougie (2010) mendefinisikan variabel sebagai segala sesuatu yang dapat berbeda atau bervariasi nilai. Variabel pada penelitian ini terbagi menjadi *independent variabel* dan *dependent variable*. Menurut Malhotra (2010) *independent variable* adalah variabel yang nilainya mempengaruhi nilai-nilai variabel lain. Sedangkan *dependent variable* menurut Sekaran dan Bougie (2010) adalah variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Pada penelitian ini yang menjadi *independent variable* adalah menu tablet restoran (X) yang terdiri dari *order information quality*, *menu usability*, dan *ordering experience*. Sedangkan *dependent variable* yang digunakan adalah kepuasan pelanggan (Y) yang terdiri dari *expected quality* dan *perceived quality*.

Responden pada penelitian ini adalah pelanggan di Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung. Dalam melakukan penelitian, terdapat dua jenis metode penelitian berdasarkan periode waktu yang ditempuh, yaitu *cross-sectional* dan *longitudinal studies*. Penelitian akan berlangsung selama periode waktu tertentu yaitu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*.

Penelitian dapat dilakukan di mana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian. Studi seperti ini disebut *one-shot* atau metode *cross-sectional* (Sekaran dan Bougie, 2010). Penelitian yang menggunakan metode ini mengumpulkan informasi dari sebagian populasi langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang diteliti.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama untuk mendeskripsikan sesuatu yang biasanya penjelasan mengenai karakteristik pasar atau fungsi (Sekaran dan Bougie, 2010, hlm. 105). Tujuan dari penelitian deskriptif, oleh karena itu, adalah untuk menawarkan kepada peneliti profil atau untuk menggambarkan aspek-aspek yang relevan dari fenomena yang menarik dari seorang individu, organisasi, industri berorientasi atau perspektif lain (Sekaran dan Bougie, 2010, hlm. 10). Penelitian deskriptif yang menyajikan data dalam bentuk yang berarti sehingga membantu untuk memahami karakteristik kelompok dalam situasi tertentu, berpikir secara sistematis tentang aspek-aspek dalam situasi tertentu, menawarkan ide untuk penyelidikan lebih lanjut dan penelitian, dan membantu membuat keputusan sederhana tertentu. Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi mengenai gambaran persepsi pelanggan mengenai menu tablet restoran, dan gambaran tingkat kepuasan pelanggan.

Sedangkan penelitian verifikatif menurut Hasan (2009, hlm. 11) adalah penelitian yang menguji kebenaran sesuatu (pengetahuan) dalam bidang yang telah ada dan digunakan untuk menguji hipotesis yang menggunakan perhitungan statistik. Dalam hal ini penelitian ini akan menguji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data survei terhadap pelanggan Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung untuk mengetahui pengaruh menu tablet restoran terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif, maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode *explanatory survey*. *Explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut (Maholtra, 2010, hlm. 96). Dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Pengertian variabel penelitian menurut Sugiyono (2007, hlm. 31) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sekaran dan Bougie (2010, hlm. 127), pengurangan konsep abstrak untuk membuat mereka dapat diukur dengan cara yang nyata disebut operasionalisasi konsep.

Operasionalisasi dilakukan dengan melihat perilaku dimensi, aspek, atau properti dilambangkan dengan konsep. Hal ini kemudian diterjemahkan ke dalam unsur-unsur yang dapat diamati dan terukur sehingga dapat mengembangkan indeks pengukuran konsep. Operasionalisasi konsep melibatkan serangkaian langkah. Langkah pertama mendefinisikan konstruk yang ingin diukur. Kemudian perlu untuk dipikirkan mengenai isi pengukuran, yaitu, instrumen (satu atau lebih item atau pertanyaan) yang benar-benar mengukur konsep yang ingin diukur telah dikembangkan. Selanjutnya format respon (misalnya skala rating dalam bentuk “sangat tidak setuju” dan “sangat setuju”), dan akhirnya pengujian validitas dan realibilitas dari skala pengukuran harus dinilai (Sekaran dan Bougie, 2010, hlm. 127)

Variabel yang dikaji dan dianalisis dalam penelitian ini meliputi *independent variable* yaitu menu tablet restoran (X) dengan memiliki tiga dimensi yaitu *order information quality*, *menu usability* dan *ordering experience*. Sedangkan kepuasan pelanggan (Y) sebagai *dependent variabel*. Secara lebih rinci dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel dan Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
Menu tablet restoran (X)	<p><i>Electronic menu is touch-screen devices such as e-tablets that gaining prominence in both remote online and on-premise ordering of food and drink. Put differently, e-tablet menus have the potential to enhance informational satisfaction of what a customer seeks to order by reducing customer uncertainty in the decision making process.</i></p> <p>Menu elektronik adalah perangkat layar sentuh seperti tablet elektronik yang memperoleh kegunaan pemesanan makanan dan minuman baik jarak jauh secara online atau terpasang di tempat. Dengan kata lain, tablet menu elektronik</p>				

Dhyta Yuni Lestari, 2016

PENGARUH MENU TABLET RESTORAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

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

		memiliki potensi untuk menambah kepuasan informasi dari apa yang dicari pelanggan dalam pemesanan dengan mengurangi ketidakpastian pelanggan dalam proses pembuatan keputusan (Beldona, Buchanan dan Miller, 2014).				
Order Information Quality (X1)	Sebuah persepsi pelanggan mengenai informasi yang disediakan dalam sebuah menu, yang dapat membuat seseorang lebih memahami pesanannya. (Beldona, Buchanan dan Miller, 2013, hlm. 367)	Pemahaman <i>menu ingredients</i>	<i>menu ingredients</i>	Tingkat pemahaman <i>menu ingredients</i>	<i>Ordinal</i>	III.A.1
		Pemahaman <i>cara penyajian (cooking method)</i>	<i>cooking method</i>	Tingkat pemahaman <i>cara penyajian (cooking method)</i>	<i>Ordinal</i>	III.A.2
		Pemahaman mengenai produk	<i>rasa</i>	Tingkat pemahaman mengenai produk	<i>Ordinal</i>	III.A.3
		Pemahaman mengenai penampilan produk yang dipesan		Tingkat pemahaman mengenai penampilan produk yang dipesan	<i>Ordinal</i>	III.A.4
Menu Usability (X2)	Kemudahan menggunakan dan mempelajari yang dapat mendatangkan kepuasan (Beldona, Buchanan dan Miller, 2013, hlm. 367)	Kemudahan mendapatkan informasi mengenai menu	<i>item</i>	Tingkat kemudahan mendapatkan informasi mengenai menu	<i>Ordinal</i>	III.B.1
		Kemudahan mengoperasikan menu restoran	<i>tablet</i>	Tingkat kemudahan mengoperasikan menu restoran	<i>Ordinal</i>	III.B.2
		Keteraturan struktur pada menu	<i>informasi</i>	Tingkat keteraturan struktur informasi pada menu	<i>Ordinal</i>	III.B.3
		Kemenarikan warna yang digunakan pada menu	<i>yang pada</i>	Tingkat kemenarikan warna yang digunakan pada menu	<i>Ordinal</i>	III.B.4
		Kemudahan membaca dengan kontras tulisan dan <i>background</i> pada menu		Tingkat kemudahan membaca dengan kontras tulisan dan <i>background</i> pada menu	<i>Ordinal</i>	III.B.5
		Kemudahan membaca dengan		Tingkat kemudahan	<i>Ordinal</i>	III.B.6

		ukuran huruf yang ada pada menu	membaca dengan ukuran huruf yang ada pada menu		
		Kemenarikan penampilan menu yang mempengaruhi pemilihan produk	Tingkat kemenarikan penampilan menu yang mempengaruhi pemilihan produk	<i>Ordinal</i>	III.B.7
Ordering Experience (X3)	Pengalaman melihat-lihat beberapa macam penawaran sehingga akhirnya membuat pilihan (Beldona, Buchanan dan Miller, 2013, hlm. 367)	Keragaman menu yang ditawarkan	Tingkat keragaman menu yang ditawarkan	<i>Ordinal</i>	III.C.1
		Keyakinan dalam memilih menu	Tingkat keyakinan dalam memilih menu	<i>Ordinal</i>	III.C.2
		Kecepatan proses pemesanan	Tingkat kecepatan proses pemesanan	<i>Ordinal</i>	III.C.3
		Kesesuaian pemesanan	Tingkat kesesuaian pemesanan	<i>Ordinal</i>	III.C.4
Kepuasan Pelanggan (Y)	<p><i>Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service's perceived performance (or outcome) to expectations.</i></p> <p>Kepuasan adalah perasaan seseorang mengenai rasa puas atau kekecewaan yang merupakan hasil dari membandingkan kinerja produk atau jasa yang dipersepsikan (atau hasil) dengan ekspektasi atau harapan. Kotler dan Keller (2016, hlm. 153)</p>				
Order Information Quality		Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai <i>menu ingredients</i>	Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai <i>menu ingredients</i>	<i>Interval</i>	-
		Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai cara penyajian produk	Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai cara penyajian produk	<i>Interval</i>	-
		Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai rasa produk	Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai rasa	<i>Interval</i>	-

	Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai penampilan produk (P/E)	Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai penampilan produk (P/E)	<i>Interval</i> -
	Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai kemudahan mendapatkan informasi menu item (P/E)	Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai kemudahan mendapatkan informasi item menu (P/E)	<i>Interval</i> -
	Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai kemudahan mengoperasikan menu tablet restoran (P/E)	Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai (P/E)	<i>Interval</i> -
<i>Menu Usability</i>	Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai kerapian struktur informasi pada menu (P/E)	Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai kerapian struktur informasi pada menu (P/E)	<i>Interval</i> -
	Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai kemenarikan warna pada menu (P/E)	Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai kemenarikan warna pada menu (P/E)	<i>Interval</i> -
	Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai kemudahan membaca dengan kontras tulisan dan <i>background</i> pada menu (P/E)	Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan mengenai kemudahan membaca dengan kontras tulisan dan <i>background</i> pada menu (P/E)	<i>Interval</i> -

<i>Ordering Experience</i>	Perbandingan harapan dan kenyataan (P/E) mengenai kemudahan membaca dengan ukuran huruf yang ada pada menu	Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan (P/E) mengenai kemudahan membaca dengan ukuran huruf yang ada pada menu	<i>Interval -</i>
	Perbandingan harapan dan kenyataan (P/E) mengenai kemenarikan tampilan menu	Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan (P/E) mengenai kemenarikan tampilan menu	<i>Interval -</i>
	Perbandingan harapan dan kenyataan (P/E) mengenai keragaman menu yang ditawarkan	Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan (P/E) mengenai keragaman menu yang ditawarkan	<i>Interval -</i>
	Perbandingan harapan dan kenyataan (P/E) mengenai keyakinan dalam memilih menu	Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan (P/E) mengenai keyakinan dalam memilih menu	<i>Interval -</i>
	Perbandingan harapan dan kenyataan (P/E) mengenai kecepatan proses pemesanan	Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan (P/E) mengenai kecepatan proses pemesanan	<i>Interval -</i>
	Perbandingan harapan dan kenyataan (P/E) mengenai kesesuaian pemesanan menu	Tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan (P/E) mengenai kesesuaian pemesanan menu	<i>Interval -</i>

Sumber: Pengolahan data, 2016

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data dalam penelitian dapat diperoleh dari data primer atau sekunder. Menurut Sekaran dan Bougie (2010), data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti pada variabel minat untuk tujuan khusus penelitian. Sedangkan data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada.

Beberapa contoh sumber data primer adalah individual, kelompok fokus, responden khusus yang ditetapkan oleh peneliti dan dari siapa opini dapat dicari apada isu-isu dari waktu ke waktu. Internet dapat juga berfungsi sebagai sumber data primer ketika kuesioner yang diberikan melalui internet (Sekaran dan Bougie, 2010: 180). Data primer diperoleh melalui penyebaran kuisisioner yaitu berupa list item pertanyaan dalam bentuk pernyataan yang diajukan kepada sampel berdasarkan penguraian masing- masing variabel yang digunakan dalam model penelitian. Sedangkan data sekunder contohnya dokumen atau arsip perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, website, internet dan lain-lain (Sekaran dan Bougie, 2010: 180).

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA PENELITIAN

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data Persentase Jumlah Restoran di Indonesia Menurut Jenis Masakan Utama yang Disajikan	Sekunder	Restoran Statistik oleh Publikasi Badan Pusat Statistik
2.	Data Persentase Kenaikan Jumlah Pengunjung di Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung	Sekunder	Manajemen Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung
3.	Data kepuasan pra-survey pelanggan yang berkunjung ke Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung.	Primer	Hasil pra-survey terhadap pelanggan yang berkunjung ke Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung.
4.	Tanggapan pelanggan mengenai menu tablet restoran di Mujigae Resto	Primer	Penyebaran kuesioner pada pelanggan yang berkunjung ke Mujigae Resto

Dhyta Yuni Lestari, 2016

PENGARUH MENU TABLET RESTORAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

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

	Cihampelas Walk Bandung.		Cihampelas Walk Bandung.
5.	Tanggapan pelanggan mengenai kepuasan di Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung	Primer	Penyebaran kuesioner pada pelanggan yang berkunjung ke Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung.

Sumber: Hasil pengolahan data, 2016

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2010) populasi mengacu pada seluruh kelompok masyarakat, peristiwa atau hal yang menarik untuk diteliti oleh peneliti. Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Berdasarkan pengertian tersebut, yang menjadi populasi penelitian ini adalah pelanggan Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung yang berjumlah 4.500 orang yang merupakan rata-rata pengunjung perbulan yang didapat berdasarkan wawancara dengan manager restoran.

3.2.4.2 Sampel

Sampel menurut Sekaran dan Bougie (2010) sampel adalah bagian dari populasi. Ini terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, beberapa, tapi tidak semua, elemen populasi dari sampel. Untuk menentukan besarnya sampel tersebut bisa dilakukan secara statistik maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus *representative* artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian dari pelanggan Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung.

Penentuan sampel dari populasi yang telah ditetapkan memerlukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah. Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, terdapat rumus yang ditemukan oleh beberapa ahli yang dapat digunakan untuk menentukan sampel dari populasi.

Tabachnick dan Fidell (2012), mengemukakan pengukuran dengan menggunakan jumlah variabel, yaitu dengan rumus:

$$N \geq 50 + 8m$$

atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan:

m = jumlah variabel

N = jumlah sampel

Rumus pertama digunakan untuk menguji korelasi berganda (Green dalam Voorhis dan Morgan, 2007: 48), maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$N \geq 50 + 8m$$

$$N \geq 50 + 8.4$$

$$N \geq 82$$

Ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 82 orang responden dan dibulatkan menjadi 100 responden dengan kriteria bahwa responden tersebut merupakan pelanggan yang melakukan *repeat purchase*. Pembulatan ukuran sampel minimal didasari dengan pernyataan Whitley dan Ball (2002) yang menyatakan bahwa pengukuran sampel dimaksudkan sebagai panduan perkiraan daripada angka pastinya. Dengan kata lain, ukuran sampel minimum 82 dapat dibulatkan hingga 100.

3.2.4.3 Teknik Sampel

Sampling adalah proses pemilihan elemen dalam jumlah yang memadai dan tepat dari populasi, sehingga penelitian sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik seperti pada elemen populasi. Ada dua jenis utama dari desain sampel: *probability* dan *non-probability sampling*. Dalam *probability sampling* elemen dalam populasi memiliki kesempatan nol atau probabilitas untuk terpilih sebagai subjek sampel. Teknik sampling ini meliputi *simple random sampling*, *stratified random sampling*, *systematic sampling* dan teknik sampling lainnya. *Non-probability sampling* adalah dimana elemen telah ditentukan kesempatan untuk terpilih sebagai subjek (Sekaran dan Bougie, 2010).

Populasi dalam penelitian ini adalah populasi bergerak (mobile population). Menurut Harun Al- Rasyid dalam Tarmedi dan Asri (2009, hlm. 41), cara systematic memiliki kelebihan yaitu bisa dilakukan sekalipun tidak ada kerangka sampling. Langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah pelanggan Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung
2. Tentukan tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan *sampling*. Dalam penelitian ini waktu yang digunakan peneliti adalah pukul 11.00-15.00 WIB hari Senin sampai dengan Minggu.
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *checkpoint*. Orientasi ini akan dijadikan dasar menentukan interval pemilihan pertama atau dasar kepadatan pelanggan. Berdasarkan keterangan yang didapat, diketahui rata-rata perminggu pelanggan adalah 2.450 orang.
5. Tentukan ukuran sampel. Dalam penelitian ini berdasarkan rumus Tabachnick dan Fidell maka ukuran sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang mendukung penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan data yang akurat dan lebih spesifik, adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Wawancara

Menurut Sekaran dan Bougie (2010, hlm. 186), wawancara adalah metode pengumpulan data yang berguna, terutama ketika dalam tahap eksplorasi penelitian. Penulis melakukan tanya jawab secara lisan dengan manajer Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung. Dari wawancara ini diperoleh data persentase tingkat kenaikan jumlah pengunjung Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung. Selain itu didapat juga mengenai informasi lainnya yang berhubungan dengan konsumen Mujigae dan operasional restoran.

2. Observasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2010, hlm. 211), peneliti dapat melakukan salah satu dari dua peran dalam pengumpulan data observasi di lapangan, yaitu *nonparticipant-observer* dan *participant-observer*. Penulis melakukan observasi dengan peran *nonparticipant-observer*, yaitu menurut Sekaran dan Bougie (2010, hlm. 211) dengan mengumpulkan data yang dibutuhkan tanpa menjadi bagian integral dari sistem organisasi. Observasi ini dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti, khususnya aktivitas pelaksanaan penggunaan menu tablet restoran di Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung untuk membantu dalam analisis deskriptif.

3. Kuesioner (Angket)

Menurut Sekaran dan Bougie (2010) kuesioner adalah merumuskan set pertanyaan tertulis pada responden untuk mendapatkan jawaban. Peneliti memberikan kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden mengenai penggunaan teknologi, menu tablet restoran dan kepuasan pelanggan Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung. Setelah responden mengisi pertanyaan yang ada di dalam kuesioner, jawaban tersebut dikumpulkan dan setelah itu dikaji untuk dijadikan sebagai data.

4. Studi Literatur

Metode pengumpulan data dengan mengadakan tinjauan terhadap beberapa literatur baik buku maupun jurnal ilmiah yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Maksud dari studi kepustakaan ini adalah agar penulis mempunyai konsep yang jelas sebagai pegangan teori dalam pemecahan masalah, yang dapat menunjang pengolahan data dan mendukung data-data primer dengan cara mencari dan menghimpun serta mempelajari buku-buku maupun jurnal ilmiah yang berkaitan dengan elektronik menu dan kepuasan pelanggan.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Menurut Malhotra (2010) validitas adalah sejauh mana pengukuran mewakili karakteristik yang ada di fenomena yang diteliti. Uji validitas dilakukan

untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Sedangkan menurut Sekaran dan Bougie (2010, hlm. 157), validitas adalah suatu pengujian mengenai seberapa baik sebuah instrumen yang dikembangkan dalam mengukur konsep tertentu yang memang ditujukan untuk mengukur. Dengan kata lain, validitas berkaitan dengan apakah kita mengukur konsep yang tepat..

Pengolahan data untuk pengujian validitas yang diproses oleh program IBM SPSS Statistics 20 menggunakan koefisien korelasi *product moment* oleh Pearson (dalam Suyono, 2015, hlm. 93) sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas dengan menggunakan SPSS 20.0 for Windows adalah sebagai berikut:

1. Distribusi data pada excel salin ke SPSS *data view*
2. Pada mode *variable view*, beri nama item di tiap pernyataan beserta nomornya misalnya X1 dan seterusnya di kolom *name*, kemudian tentukan skala di kolom *measure* menjadi *nominal* kecuali untuk total diubah menjadi *scale*
3. Kemudian klik *analyze*, pilih *correlate bivariate*
4. Pindahkan item per dimensi bersama jumlahnya ke kolom *items*
5. Kemudian klik *continue* dan oke

Keputusan pengujian validitas instrumen terhadap 100 responden memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan nilai r tabel dengan $dk = n - 2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
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 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r tabel sebesar 0,3610.

Dalam penelitian ini, yang diuji adalah validitas dari variabel menu tablet restoran sebagai instrumen variabel X dan kepuasan pelanggan sebagai instrumen variabel Y. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 20. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti:

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No Item	Pernyataan	r_{hitung}	Keterangan
<i>Expectation/ Ekspektasi</i>			
A. Order Information Quality			
1	Tingkat pemahaman <i>menu ingredients</i>	0,772	Valid
2	Tingkat pemahaman cara penyajian (<i>cooking method</i>)	0,833	Valid
3	Tingkat pemahaman mengenai rasa produk	0,760	Valid
4	Tingkat pemahaman mengenai penampilan produk yang dipesan	0,842	Valid
B. Usability			
5	Tingkat kemudahan mendapatkan informasi mengenai item menu	0,794	Valid
6	Tingkat kemudahan mengoperasikan menu tablet restoran	0,837	Valid
7	Tingkat keteraturan struktur informasi pada menu	0,723	Valid
8	Tingkat kemenarikan warna yang digunakan pada menu	0,794	Valid
9	Tingkat kemudahan membaca dengan kontras tulisan dan <i>background</i> pada menu	0,938	Valid
10	Tingkat kemudahan membaca dengan ukuran huruf yang ada pada menu	0,882	Valid
11	Tingkat kemenarikan penampilan menu yang mempengaruhi pemilihan produk	0,755	Valid

C. Ordering Experience			
12	Tingkat keragaman menu yang ditawarkan	0,774	Valid
13	Tingkat keyakinan dalam memilih menu	0,790	Valid
14	Tingkat kecepatan proses pemesanan	0,882	Valid
15	Tingkat kesesuaian pemesanan	0,696	Valid
Perception/ Persepsi			
A. Order Information Quality			
1	Tingkat pemahaman <i>menu ingredients</i>	0,655	Valid
2	Tingkat pemahaman cara penyajian (<i>cooking method</i>)	0,763	Valid
3	Tingkat pemahaman mengenai rasa produk	0,547	Valid
4	Tingkat pemahaman mengenai penampilan produk yang dipesan	0,722	Valid
B. Usability			
5	Tingkat kemudahan mendapatkan informasi mengenai item menu	0,789	Valid
6	Tingkat kemudahan mengoperasikan menu tablet restoran	0,645	Valid
7	Tingkat keteraturan struktur informasi pada menu	0,759	Valid
8	Tingkat kemenarikan warna yang digunakan pada menu	0,801	Valid
9	Tingkat kemudahan membaca dengan kontras tulisan dan <i>background</i> pada menu	0,852	Valid
10	Tingkat kemudahan membaca dengan ukuran huruf yang ada pada menu	0,920	Valid
11	Tingkat kemenarikan penampilan menu yang mempengaruhi pemilihan produk	0,504	Valid
C. Ordering Experience			
12	Tingkat keragaman menu yang ditawarkan	0,595	Valid
13	Tingkat keyakinan dalam memilih menu	0,749	Valid
14	Tingkat kecepatan proses pemesanan	0,871	Valid
15	Tingkat kesesuaian pemesanan	0,841	Valid

Sumber :Pengolahan Data, 2016 (Menggunakan SPSS 20 *for windows*)

Berdasarkan kuesioner yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas (df) $n-2$ ($30-2=28$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,3610. Berdasarkan tabel 3.3 diketahui bahwa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden seluruhnya dinyatakan valid karena memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dengan nilai r_{tabel} sehingga pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2010) pengujian reliabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran itu tanpa prasangka (bebas dari kesalahan) dan

karenanya memastikan pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dan di berbagai item dalam instrumen. Dengan kata lain, pengukuran reliabilitas mengindikasikan stabilitas dan konsistensi dengan mana instrumen mengukur konsep dan membantu untuk menilai "kebaikan" dari ukuran. Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data tersebut menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan dan konsistensinya di dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada saat yang berbeda. Jadi dapat dikatakan bahwa realibilitas merupakan tingkat ketepatan (keterandalan) alat pengumpulan data (instrumen) yang digunakan.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan alat bantu *software* IBM SPSS Statistics 20 dengan menggunakan *cronbach alpha* (Husein Umar (2009, hlm. 170) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian total
- σ_1^2 = Varian total

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji reliabilitas dengan menggunakan *SPSS 20.0 for Windows* adalah sebagai berikut:

1. Gunakan data yang sama dengan data yang sebelumnya dipakai untuk varliditas pada SPSS
2. Kemudian klik *analyze*, pilih *scale* dan pilih *reliability analysis*
3. Pindahkan semua pernyataan 1-15 tanpa jumlah ke kolom items
4. Klik *statistics* kemudian pada kolom *descriptive for*, klik *scale if item deleted*
5. Kemudian klik *continue* dan oke

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sbagai berikut:

1. Jika *cronbach alpha* > 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
2. Jika *cronbach alpha* < 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program *SPSS 20 for windows* diketahui bahwa semua variabel *reliable*, hal ini disebabkan nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,70. Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 3.4 berikut:

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	$C\sigma_{hitung}$	$C\sigma$	Keterangan
1.	Menu Tablet Restoran	0,907	0,70	Reliabel
2.	Kepuasan Pelanggan	0,958	0,70	Reliabel

Sumber :Pengolahan Data, 2016 (Menggunakan *SPSS 20 for windows*)

3.2.7 Rancangan Analisis Data

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif. Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yang dibantu dengan *software* IBM *SPSS Statistics 20* untuk mengolah data.

Berikut ini adalah rancangan analisis data deskriptif:

1. Analisis data deskriptif tentang menu tablet restoran yang terdiri dari dimensi *order information quality* (X1), *usability* (X2), dan *ordering experience* (X3).
2. Analisis deskriptif mengenai kepuasan pelanggan Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung.

Tingkat tanggapan responden mengenai menu tablet restoran dapat ditunjukkan dalam garis kontinum. Daerah kontinum dapat diketahui melalui perbandingan antara nilai tanggapan responden dengan kriteria skor standar yang didapat melalui perhitungan skor ideal atau *criterium* dan skor terkecil, sehingga melalui skor standar tersebut dapat diketahui daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal. Berikut ini adalah cara perhitungan untuk mengetahui daerah kontinum tingkat tanggapan responden mengenai menu tablet restoran:

Nilai Indeks Maksimum = Skor tertinggi \times jumlah pertanyaan \times jumlah responden

Nilai Indeks Minimum = Skor terendah \times jumlah pertanyaan \times jumlah responden

Jenjang Variabel = Nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum

Jarak Interval = Jenjang variabel : banyak kelas interval

Persentase Skor = (Total skor : Nilai maksimum) x 100%

Tingkat tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan menggunakan persamaan berikut ini:

$$S = (P/E)$$

$$\%S = (P/E) \times 100$$

Keterangan :

S = *Satisfaction* (kepuasan pelanggan)

P = *Perceived Performance* (kinerja yang diterima)

E = *Expectation* (ekspektasi)

Pengukuran kepuasan dilakukan dengan analisis CSI (*Customer Satisfaction Index*) untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan. Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Aritonang, 2005):

a. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS)

Nilai ini berasal dari rata-rata tingkat harapan pelanggan tiap indikator yang dapat dihitung dengan menggunakan persamaan berikut:

$$MIS_i = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Keterangan:

n = Jumlah Responden

Y_i = Nilai harapan atribut Y ke-i

b. Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kenyataan pelanggan tiap indikator yang dapat dihitung dengan menggunakan persamaan berikut:

$$MSS_i = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan:

n = Jumlah Responden

X_i = Nilai harapan atribut X ke-i

c. Membuat *Weight Factors* (WF)

Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per indikator terhadap total MIS seluruh indikator. WF ini dapat dicari dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$MF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Keterangan: p = indikator harapan ke-p

d. Membuat *Weight Score* (WS)

Bobot ini merupakan perkalian WF dengan rata-rata tingkat kenyataan MSS (*Mean Satisfaction Score*)

$$WS_i = WFi \times MSs$$

e. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan persamaan sebagai berikut:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\%$$

Keterangan: HS = (*Highest Scale*) Skala maksimum yang digunakan

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis berikutnya adalah analisis verifikatif. Analisis data verifikatif dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap.

1. *Method of Successive Interval* (MSI)

Sebagian skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* yang termasuk ke dalam kategori *ordinal scale*, yaitu skala yang sudah memiliki tingkatan namun jarak antar tingkatan belum pasti (Suliyanto dalam Suliyanto, 2011). Skala pengukuran yang dipilih oleh peneliti berkaitan erat dengan teknik analisis data yang digunakan. Oleh karena itu setiap skala pengukuran yang tidak memenuhi syarat dilakukan suatu teknik analisis tertentu, harus diubah atau dikonversi ke dalam skala pengukuran yang sesuai dengan teknik analisis yang digunakan. Beberapa peneliti berpandangan bahwa skala *likert* termasuk kategori skala ordinal berusaha menaikkan skala ini menjadi skala interval dengan menggunakan Metode Succesive Interval (MSI), agar data dapat dianalisis dengan

menggunakan analisis parametrik. Untuk melakukan transformasi data tersebut dibantu dengan menggunakan alat bantu Microsoft Excel dengan cara adalah sebagai berikut:

- a. Pastikan software Excel sudah dilengkapi dengan aplikasi MSI
- b. Buka *successive.xls* lalu input data yang ingin ditransformasi
- c. Klik *Add-Ins* kemudian pilih *Analyze* lalu klik *successive interval*.
- d. Posisikan kursor dalam pilihan *data range*. *Data range* berisikan kolom-kolom mana saja yang akan ditransformasi. Pilih kolom-kolom yang akan ditransformasi dengan cara *mendrag* kolom yang diinginkan
- e. Posisikan kursor dalam pilihan *cell output*. Kolom ini berisikan *sheet* baru tempat hasil MSI nanti akan diletakkan. Buka *sheet* baru untuk diklik ke dalam kolom *output*. Klik kolom pertama lalu klik ok.

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Menyusun Data.

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data, dan menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul yang disesuaikan dengan tujuan penelitian

3. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada setiap item, menjumlahkan skor pada setiap item, dan menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian.

4. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel terhadap variabel terikat. Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah

variabel independen (X) yaitu elektronik menu yang terdiri dari *order information quality* (X_1), *usability* (X_2) dan *ordering experience* (X_3). Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan.

Berdasarkan persamaan regresi untuk tiga prediktor dalam Sugiyono (2007: 211), persamaan regresi linier berganda tiga variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut:

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

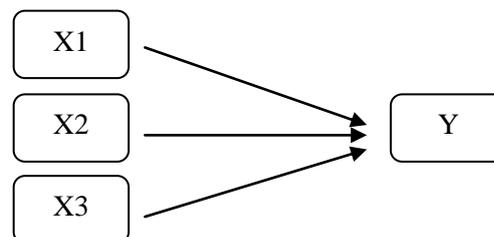
Keterangan : Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan (kepuasan pelanggan)

a = harga Y bila X = 0

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan.

x = subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu X_1 (*order information quality*), X_2 (*usability*), X_3 (*ordering experience*), adalah variabel penyebab.

Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1.



GAMBAR 3.1
REGRESI LINIER BERGANDA

Keterangan:

X_1 = *order information quality*

X_3 = *ordering experience*

X_2 = *usability*

Y = kepuasan pelanggan.

Dhyta Yuni Lestari, 2016

PENGARUH MENU TABLET RESTORAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

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

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

2. Uji Asumsi Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

3. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

4. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi yang tidak mempunyai hubungan kausal atau sebab akibat, atau hubungan fungsional. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua

variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Adapun intepretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi adalah sebagai berikut:

TABEL 3.5
INTEPRETASI KOEFISIEN KORELASI

BESARNYA NILAI	TINGKAT HUBUNGAN
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2007, hlm.183

5. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besarnya kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r^2). Dalam perhitungannya, untuk mengetahui nilai koefisien determinasi penulis menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 20 untuk membantu dalam pengolahan data dengan rumus koefisien determinasi (Syamsudin, 2005: 61) sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan : KP = Nilai Koefisien determinasi
 R = Nilai Koefisien Korelasi

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu X_1 (*order information quality*), X_2 (*usability*), X_3 (*ordering experience*) terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan pelanggan. Pengolahan data yang diperlukan dalam melakukan penelitian dibantu dengan *software* IBM SPSS Statistics 20.

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan sebagai cara untuk menentukan apakah suatu hipotesis tersebut sebaiknya diterima atau ditolak. Tujuan dari pengujian hipotesis yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang ada pada akhirnya akan diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan.

Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Secara Simultan

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- 1) H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara menu tablet restoran terhadap kepuasan pelanggan
- 2) H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara menu tablet restoran terhadap kepuasan pelanggan

2. Secara Parsial

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- 1) H_0 diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *order information quality* terhadap kepuasan pelanggan
 Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *order information quality* terhadap kepuasan pelanggan
- 2) H_0 diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *menu usability* terhadap kepuasan pelanggan
 Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *menu usability* terhadap kepuasan pelanggan
- 3) H_0 diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *ordering experience quality* terhadap kepuasan pelanggan
 Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *ordering experience* terhadap kepuasan pelanggan