

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

1.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di salah satu perusahaan jasa boga yang tergabung dengan PT Kereta Api Persero yaitu Restoran Lokomotif Kuliner Bandung yang berada di pusat kota lebih tepatnya di Jalan Perintis Kemerdekaan No. 1 Bandung. Penelitian ini merupakan penelitian suatu kasus yang mengenai kurangnya popularitas menu yang dijual dan tidak memiliki keuntungan terhadap menu tersebut yang biasa disebut dengan kategori *menu dog*. Data diambil *timeseries* atau perbulan, selama 3 bulan dari bulan Januari 2012 sampai bulan Maret 2012.

Penelitian terdiri dari variabel bebas atau independen variabel (X) adalah kualitas produk, kualitas penyajian, harga dan promosi. Sedangkan yang menjadi variabel terikat atau dependen variabel (Y) adalah kepuasan konsumen.

1.2 Subjek Penelitian

Penelitian memilih Restoran Lokomotif Kuliner Bandung karena berdasarkan survey prapenelitian diperoleh data bahwa Restoran Lokomotif Kuliner Bandung bermasalah dalam produk yang tidak memiliki keuntungan dan produk tersebut tidak digemari atau populer di kalangan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari data perbulan yang diperoleh dari Lokomotif Kuliner itu sendiri. Pada

penelitian ini yang dijadikan sebagai subjek penelitian adalah konsumen dan karyawan.

1.3 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara untuk memperoleh pemecahan terhadap berbagai masalah penelitian. Metode ini diperlukan agar tujuan penelitian dapat tercapai sesuai dengan rencana yang telah cukup ditetapkan, untuk memperoleh hasil yang baik harus digunakan metode penelitian yang tepat.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif. Metode deskriptif adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Winarno Surakhmad (1998:40), "Suatu metode penelitian yang bermaksud untuk membuat suatu gambaran atau deskripsi tentang pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang dengan jalan mengumpulkan data, menyusun dan menginterpretasikan data tersebut atau menfokuskan pada masalah yang terjadi dan memerlukan pemecahan melalui analisis tertentu".

1.4 Operasionalisasi Variabel

Menurut Moh Nazir (2003:123) variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai. Variabel penelitian merupakan suatu objek, atau sifat, atau atribut, atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai bermacam-macam variasi antara satu dengan yang lainnya yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari atau ditarik kesimpulannya. Definisi operasionalnya adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur variabel.

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

2. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, criteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Adapun variabel yang ada dapat di operasionalisasikan sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
Kepuasan Konsumen (Y)	Sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (<i>perceived</i>) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Amir, 2005)	Perasaan senang/kecewa seseorang sebagai hasil perbandingan antara produk dengan harapan	Data yang diperoleh dari konsumen terhadap menu <i>unpopular</i> dan <i>unprofitable</i> dengan menggunakan semantik deferensial mengenai: <ol style="list-style-type: none"> Kualitas produk Kualitas penyajian Harga Promosi 	Interval
Kualitas Produk (X ₁)	Produk yang sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan Menurut Crosby (1979)	Persepsi konsumen tentang kualitas produk yang terdiri dari : <i>Performance</i> (kinerja produk)	Data yang diperoleh dari konsumen terhadap menu <i>unpopular</i> dan <i>unprofitable</i> dengan menggunakan semantik deferensial mengenai: <ul style="list-style-type: none"> • Penampilan Makanan 	Interval
		<i>Feature</i> (Ciri-ciri produk)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Variasi makanan • Kekhasan makanan yang dihasilkan 	
		<i>Reliability</i> (Kehandalan)	<ul style="list-style-type: none"> • Kebersihan makanan • Kematangan makanan 	
		<i>Durability</i> (Daya tahan)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tahan makanan 	
		<i>Aesthetics</i> (Estetika)	<ul style="list-style-type: none"> • Tekstur makanan 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Rasa makanan yang dihasilkan 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Aroma makanan 	

Astri Nuraini Destriani, 2013

Analisis Faktor - faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Menu Unpopular dan Unprofitable Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

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

		<i>Conformance</i> (Kesesuaian)	<ul style="list-style-type: none"> • Porsi makanan yang diberikan 	
		<i>Perceived Quality</i> (Persepsi kualitas)	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kualitas konsumen tentang kualitas makanan 	
Kualitas Penyajian (X ₂)	<p>Suatu cara untuk menyuguhkan makanan kepada orang / para tamu untuk di santap secara keseluruhan yang berisikan komposisi yang di atur dan telah disesuaikan dengan permainan warna yang di susun secara menarik agar dapat menambah nafsu makan</p> <p>H. Sri Maryati (1997)</p>	<p>Suatu tindakan yang dilakukan karyawan Restoran Lokomotif Kuliner untuk menyajikan suatu makanan kepada konsumen</p>	<p>Data yang diperoleh dari konsumen terhadap menu <i>unpopular</i> dan <i>unprofitable</i> dengan menggunakan semantik deferensial mengenai:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kebersihan peralatan • Alat hidang yang digunakan • Hiasan makanan • Waktu penyajian • Cara penyajian 	Interval
Harga (X ₃)	<p>Jumlah uang (kemungkinan ditambah barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya</p> <p>Basu Swastha (1986: 147)</p>	<p>Persepsi konsumen terhadap harga suatu produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan kepada konsumen sesuai dengan daya guna atau manfaat, daya beli kualitas produk</p>	<p>Data yang diperoleh dari konsumen terhadap menu <i>unpopular</i> dan <i>unprofitable</i> dengan menggunakan semantik deferensial mengenai:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kesesuaian harga dengan porsi makanan Kesesuaian harga dengan kualitas produk Kesesuaian harga dengan daya beli 	Interval

Promosi (X ₄)	Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya yang membujuk konsumen sasaran agar membelinya Kotler (2002:41)	Tindakan yang dilakukan Restoran Lokomotif Kuliner untuk mempromosikan tempat usahanya yang tujuannya untuk mengajak calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan	Data yang diperoleh dari konsumen terhadap menu <i>unpopular</i> dan <i>unprofitable</i> dengan menggunakan semantik deferensial mengenai : a. <i>Personal selling</i> b. <i>Sales promotion</i> c. <i>Public relations</i> d. <i>Direct marketing</i> e. <i>Word of mouth</i>	Interval
---------------------------	---	--	---	----------

1.5 Populasi dan Sampel

1.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2006:72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan yang jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apapun dalam sebuah hasil penelitian akan dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek

Astri Nuraini Destriani, 2013

Analisis Faktor - faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Menu Unpopular dan Unprofitable Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

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

yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek/objek yang diteliti itu. Populasi penelitian dilakukan pada seluruh konsumen pada Restoran Lokomotif Kuliner sebanyak 2767 orang.

Tabel 3.2
Rata-rata jumlah pengunjung Restoran Lokomotif Kuliner Bandung
Januari – Maret 2012

Bulan	Jumlah pengunjung
Januari	2771
Februari	2765
Maret	2766
Rata-rata	2767

Sumber : Data hasil penelitian diolah kembali, 2013

1.5.2 Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto (2001:109), yang dimaksud dengan sampel adalah “sebagian atau wakil hasil yang diteliti”. Adapun menurut Sugiyono (2006:73), yang dimaksud dengan sampel adalah bagian jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu.

Teknik yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti salah satunya adalah dengan menggunakan cara Slovin, yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan persentase kelonggaran ketidaktelitian, karena kesalahan dalam pengambilan

Astri Nuraini Destriani, 2013

Analisis Faktor - faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Menu Unpopular dan Unprofitable Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

sampel yang masih dapat di tolerir atau diinginkan, maka taraf kesalahan yang ditetapkan adalah sebesar 10%.

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

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : taraf kesalahan

Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) bahwa untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik.

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu :

Diketahui :

N = 2767

e = 10% = 0,1

Maka : n = $\frac{2767}{1 + 2767 (0,1)^2}$

n = $\frac{2767}{27,68}$

n = 99,96 = 110

Astri Nuraini Destriani, 2013

Analisis Faktor - faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Menu Unpopular dan Unprofitable Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan perhitungan diatas, maka ukuran sampel minimal diperoleh berukuran (n) minimal digunakan dalam penelitian ini dengan taraf kesalahan 10% diperoleh ukuran sampel minimal sebesar 110 orang.

1.6 Teknik Pengumpulan Data

1. Penelitian Lapangan

Penelitian ini dilakukan dalam rangka pengumpulan data primer untuk keperluan analisis, melalui :

a. Wawancara

Penulis mengadakan Tanya jawab dan membangun hubungan dengan tujuan memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian dan untuk memahami permasalahan yang terjadi di perusahaan (Sekaran, 2006 : 77)

b. Observasi

Penulis mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek, kegiatan perusahaan untuk mengumpulkan bukti-bukti yang berhubungan dengan penelitian (Wibisono, 2000 : 77)

c. Studi dokumenter

Penulis mendapatkan data berdasarkan dokumen tabel menu engineering perbulan. Studi dokumenter ini merupakan teknik pengumpulan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Studi

ini merupakan untuk mencari atau memperoleh hal-hal atau variabel berupa catatan, laporan yang berkaitan dengan suatu penelitian.

2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian ini dilakukan dalam rangka pengumpulan data sekunder, yaitu sumber informasi yang dikumpulkan dari seseorang (para ahli maupun penulis) yang kompeten dan bukan peneliti yang melakukan studi mutakhir. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan-bahan bacaan, sebagai landasan teori yang berhubungan dengan topik penulisan (Sekaran, 2006 : 65).

1.7 Teknik Pengolahan Data

1.7.1 Analisis Deskriptif

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah terdapat hubungan antara variabel Kualitas Produk (X_1), Kualitas Penyajian (X_2), Harga (X_3), Promosi (X_4) dan Kepuasan Konsumen (Y). dalam mengolah data ini, prosedur yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menyusun data. Kegiatan ini dilakukan dengan cara memeriksa lembar jawaban yang telah diisi oleh responden, dalam hal kelengkapan jawaban untuk menentukan layak atau tidaknya lembar jawaban tersebut untuk diproses lebih lanjut.
2. Rekapitulasi nilai angket variabel Kualitas Produk (X_1), Kualitas Penyajian (X_2), Harga (X_3), Promosi (X_4) dan Kepuasan Konsumen (Y)

3. Menganalisis data, untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antara variabel penelitian dengan teknik analisis yang tepat
4. Mentabulasi data yaitu suatu proses mengubah data mentah menjadi bermakna
5. Menarik kesimpulan dan saran

1.8 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliable. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

1.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah memiliki validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah. (Suharsimi Arikunto, 2002:145).

Menurut Supardi (2005:155) "Validitas merupakan tingkat dimana suatu alat pengukur mengukur apa yang seharusnya diukur". Suatu angket dikatakan valid jika pertanyaan dalam suatu angket mampu mengungkap sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi masing-masing pernyataan dengan skor total dengan rumus Korelasi

Product Moment sebagai berikut :

Astri Nuraini Destriani, 2013

Analisis Faktor - faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Menu Unpopular dan Unprofitable Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

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

(Sumber : sugiyono, 2009:228)

Dimana :

r = koefisien item validitas yang dicari

n = banyaknya responden

x = skor yang diperoleh subjek di 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

Dengan ketentuan $\alpha = 10\%$, maka :

- a. Jika nilai r_{hitung} lebih besar atau sama dengan (\geq) nilai r_{tabel} , maka item instrumen dinyatakan valid
- b. Jika nilai r_{hitung} lebih kecil ($<$) dari nilai r_{tabel} , maka item instrumen dinyatakan tidak valid

Astri Nuraini Destriani, 2013

Analisis Faktor - faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Menu Unpopular dan Unprofitable Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

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

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Produk

Butir Pernyataan	Indeks Validitas	Titik Kritis ($\alpha = 10\%$)	Keterangan
Item1	0,667	0,374	Valid
Item 2	0,474	0,374	Valid
Item 3	0,723	0,374	Valid
Item 4	0,547	0,374	Valid
Item 5	0,654	0,374	Valid
Item 6	0,569	0,374	Valid
Item 7	0,690	0,374	Valid
Item 8	0,787	0,374	Valid
Item 9	0,615	0,374	Valid
Item 10	0,387	0,374	Valid
Item 11	0,523	0,374	Valid

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2013

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Penyajian

Butir Pernyataan	Indeks Validitas	Titik Kritis ($\alpha = 10\%$)	Keterangan
Item 1	0,703	0,374	Valid
Item 2	0,769	0,374	Valid
Item 3	0,837	0,374	Valid
Item 4	0,764	0,374	Valid
Item 5	0,432	0,374	Valid

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2013

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Kuesioner Harga

Butir Pernyataan	Indeks Validitas	Titik Kritis ($\alpha = 10\%$)	Keterangan
Item 1	0,952	0,374	Valid
Item 2	0,957	0,374	Valid
Item 3	0,883	0,374	Valid

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2013

Astri Nuraini Destriani, 2013

Analisis Faktor - faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Menu Unpopular dan Unprofitable Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

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

Tabel 3.6**Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Promosi**

Butir Pernyataan	Indeks Validitas	Titik Kritis ($\alpha = 10\%$)	Keterangan
Item 1	0,601	0,374	Valid
Item 2	0,584	0,374	Valid
Item 3	0,651	0,374	Valid
Item 4	0,772	0,374	Valid
Item 5	0,879	0,374	Valid

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2013

Tabel 3.7**Hasil Uji Validitas Kuesioner Kepuasan Konsumen**

Butir Pernyataan	Indeks Validitas	Titik Kritis ($\alpha = 10\%$)	Keterangan
Item 1	0,918	0,374	Valid
Item 2	0,931	0,374	Valid
Item 3	0,851	0,374	Valid
Item 4	0,849	0,374	Valid

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2013

Pada tabel 3.3 hingga tabel 3.7 diatas dilihat nilai indeks validitas setiap item pertanyaan lebih besar dari 0,361, hasil pengujian ini mengindikasikan semua butir pernyataan yang diajukan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian dan dapat diikutsertakan pada analisis selanjutnya.

1.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas ini menunjukan tingkat keterandalan tertentu. (Suharsimi Arikunto : 2002)

Astri Nuraini Destriani, 2013

Analisis Faktor - faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Menu Unpopular dan Unprofitable Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

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

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali dengan alat ukur (kuesioner) yang sama. Untuk menguji reliabilitas digunakan dengan cara mencobakan instrumennya beberapa kali pada responden. Jadi dalam hal ini instrumen dan respondennya sama tetapi waktunya yang berbeda. Reliabilitas diukur koefisien korelasi antara percobaan pertama dengan yang berikutnya. Bila koefisien korelasi positif dan signifikan maka instrumen tersebut sudah dinyatakan reliabel. Pengujian ini sering disebut stability.

Perhitungan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Hal ini dikarenakan instrumen pertanyaan kuesionernya yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dengan rentang skor 1-5.

Menurut Sugiyono (2009:365) pengujian reliabilitas teknik *Alfa Cronbach* dilakukan untuk jenis data interval dan essay, maka rumus yang digunakan adalah *Cronbach Alpha*.

Dengan rumus :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (\text{Sumber : Suhasimi Arikunto, 2006:196})$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen / koefisien alpha

k = banyaknya butir soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir soal

σ_t^2 = varians total

Astri Nuraini Destriani, 2013

Analisis Faktor - faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Menu Unpopular dan Unprofitable Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

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

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

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

Tabel 3.8

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Kuesioner	Jumlah Pertanyaan	Koefisien Reliabilitas	N	Keterangan
Kualitas Produk	11	0,800	30	Reliabel
Kualitas Penyajian	5	0,618	30	Reliabel
Harga	3	0,664	30	Reliabel
Promosi	5	0,607	30	Reliabel
Kepuasan Konsumen	4	0,837	30	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2013

Berdasarkan tabel 3.8 diatas, dapat diketahui instrument yang diajukan kepada responden dapat dikatakan reliabel, karena setiap pernyataan memiliki r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} .

1.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Maka dari itu penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan skala pengukuran semantik, karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu ingin mengetahui pengaruh variabel

Astri Nuraini Destriani, 2013

Analisis Faktor - faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Menu Unpopular dan Unprofitable Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penelitian Kualitas Produk (X_1), Kualitas Penyajian (X_2), Harga (X_3), Promosi (X_4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Skala pengukuran semantik yaitu metode penulisan yang disusun dengan menggunakan rangkaian kata sifat yang bertentangan (bipolar) serta memiliki unsure evaluasi potensi unsur aktivitas. Dalam kerangka skala beda semantik, scoring dapat dilakukan dengan menggunakan empiris yaitu meneliti analisis faktor / konvensi, yaitu skor ditetapkan sendiri oleh peneliti.

1.9.1 Koefisien Korelasi

Rumus yang digunakan dalam menentukan koefisien korelasi yaitu dengan korelasi *pearson product moment*. Karena sangat populer dipakai para peneliti. Korelasi ini dikemukakan oleh Karl Pearson tahun 1990. Kegunaannya untuk mengetahui derajat hubungan dan kontribusi variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*).

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

(Sumber : Suharsimi Arikunto, 2005: 72)

Keterangan :

r = koefisien validitas item yang dicari

x = skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

y = skor total

Astri Nuraini Destriani, 2013

Analisis Faktor - faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Menu Unpopular dan Unprofitable Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

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

Σx = jumlah skor dalam distribusi x

Σy = jumlah skor dalam distribusi y

Σx^2 = jumlah kuadrat dalam skor distribusi x

Σy^2 = jumlah kuadrat dalam skor distribusi y

n = banyaknya responden

korelasi *Pearson Product Moment* dilambangkan (r) dengan ketentuan

nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila :

nilai r = -1, artinya korelasinya negatif sempurna

nilai r = 0, artinya tidak ada korelasi

nilai r = 1, artinya korelasinya sangat kuat

Sedangkan arti dari harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r, sebagai berikut :

Tabel 3.9

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

(Sumber : Riduan dan Sunarto, 2009:80)

1.9.2 Uji Regresi Linier Ganda

Seluruh data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dikumpulkan untuk selanjutnya diklasifikasikan untuk kepentingan penulisan. Data yang dianggap mendukung penelitian kemudian dianalisis berdasarkan metode yang digunakan oleh peneliti, sehingga diperoleh uraian yang diharapkan. Uraian yang diperoleh kemudian diklasifikasikan secara sistematis untuk dijadikan tulisan laporan.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

(Sumber : Riduan dan Sunarto, 2009:80)

Keterangan :

Y = kepuasan konsumen

a = konstanta

$b_1b_2b_3b_4$ = angka koefisien regresi

X_1 = kualitas produk

X_2 = kualitas pelayanan

X_3 = harga

X_4 = promosi

e = tingkat estimasi (error)

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi adalah sebagai berikut :

Astri Nuraini Destriani, 2013

Analisis Faktor - faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Menu Unpopular dan Unprofitable Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

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

- a. Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu : $\sum X_i$, $\sum Y_i$, $\sum X_i Y_i$, $\sum X_i^2$, $\sum Y_i^2$.
- b. Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sugiyono (2009:272) sebagai berikut :

Nilai dari a dan b pada persamaan regresi linier dapat dihitung dengan rumus:

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

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

(Sumber : Sugiyono, 2009:272)

X dikatakan mempengaruhi Y, manakala berubahnya X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya X disebabkan naik turunnya Y dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi.

1.9.3 Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2009:231) dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut koefisien determinasi, yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien determinasi (r^2). koefisien ini disebut koefisien penentu karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen.

Rumus koefisien determinasi

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

(Sumber : Sugiyono, 2007:275)

Astri Nuraini Destriani, 2013

Analisis Faktor - faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Menu Unpopular dan Unprofitable Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Menurut Sugiyono (2009:231) Koefisien Determinasi (uji r^2) merupakan proporsi atau presentase dari total variasi Y yang dijelaskan oleh garis regresi. Koefisien regresi merupakan angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan atau distribusi variabel bebas dalam menjelaskan atau menerangkan variabel terikatnya didalam fungsi yang bersangkutan. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui presentasi pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi sebagai berikut :

$$0 \geq r^2 \geq 1$$

1. Jika nilai r^2 semakin mendekati angka 1, maka model tersebut baik dan tingkat kedekatan antara variabel bebas dan variabel terikat semakin dekat pula.
2. Jika nilai r^2 semakin menjauh angka 1, maka hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat tidak mendekati.

1.10 Rancangan Uji Hipotesis

Koefisien korelasi yang telah dihasilkan merupakan langkah pertama untuk menjelaskan derajat hubungan linier antara dua variabel. Selanjutnya perlu dilakukan uji hipotesis untuk mengetahui apakah hubungan antara dua variabel terjadi secara signifikan atau hanya karena faktor kebetulan dari random sampel (*by chance*). Uji hipotesis dapat dilakukan dengan dua cara :

1. Membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel}
2. Menggunakan pengujian dengan pendekatan distribusi t

Astri Nuraini Destriani, 2013

Analisis Faktor - faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Menu Unpopular dan Unprofitable Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pengujian ini menggunakan dengan pendekatan distribusi t, dengan formula :

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; db = n - 2 \quad (\text{sumber : Agus Riyanto,2009:125})$$

Keterangan :

t = distribusi *student* dengan derajat kebebasan dk = n - 2

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya data

keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka soal tersebut valid
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka soal tersebut tidak valid

Untuk menentukan kriteria pengambilan keputusan hipotesis pengaruh yang diajukan, terlebih dahulu perlu dicari nilai dari r_{hitung} yang dibandingkan dengan nilai r_{tabel} , dengantingkat kesalahan yang digunakan sebesar 10% atau 0,1 pada taraf kepercayaan 90% dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta uji satu pihak yaitu pihak kanan.

Kaidah pengambilan keputusan :

1. Jika nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah :

Astri Nuraini Destriani, 2013

Analisis Faktor - faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Menu Unpopular dan Unprofitable Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- a. $H_0 : \rho \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen
- b. $H_a : \rho > 0$ artinya terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk, kualitas penyajian, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen

1.10.1 Pengujian Koefisien Regresi secara Parsial (uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual.

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{sumber : Sugiyono, 2007:230})$$

Keterangan :

t = nilai t

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel

pengujian hipotesis ini dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Dengan kondisi, jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ berarti variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka berarti tidak signifikan.

Astri Nuraini Destriani, 2013

Analisis Faktor - faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Menu Unpopular dan Unprofitable Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1.10.2 Pengujian Koefisien regresi secara Simultan (uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Merumuskan hipotesis statistik :

$$F = \frac{r^2 / k}{(1-r^2) / (n-k-1)} \quad (\text{sumber : Sugiyono, 2007:235})$$

Keterangan :

F = nilai simultan yang akan dicari

k = jumlah variabel independen (bebas)

n = jumlah sampel

r = nilai koefisien korelasi ganda

Keputusan uji :

1. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk, kualitas penyajian, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk, kualitas penyajian, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen