

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis bagaimana Faktor dalam melakukan keputusan memilih restoran di kota Bandung. Faktor diteliti adalah Kualitas Layanan, Harga, *Trustworthiness*, Merek, Tangible, Kualitas Produk, Lokasi, Lingkungan Restoran, Kebersihan, Staff Cooperation dan kualitas pelayanan terhadap keputusan dalam memilih restoran di kota Bandung

Berdasarkan objek penelitian yang dijelaskan diatas, maka akan dianalisis, mengenai gambaran faktor-faktor terhadap keputusan dalam memilih restoran. Responden yang akan diteliti oleh penulis adalah wisatawan nusantara yang pernah melakukan pembelian makanan di sebuah restoran di kota Bandung. Responden ini dipilih karena dinilai pernah merasakan dan berpengalaman dalam melakukan makan disebuah restoran. *Time horizon* yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah *cross-sectional analysis*, karena dilakukan dengan waktu sekali saja dan penelitian ini dilakukan mulai pada bulan desember 2016- 28 februari 2017.

#### 3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian

##### 3.2.1 Metode Penelitian

Dalam hal ini penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang akurat dari beberapa aspek lingkungan pasar mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki yaitu Kualitas Layanan, Harga, *Trustworthiness*, Merek, Tangible, Kualitas Produk, Lokasi, Lingkungan Restoran, Kebersihan, Staff Cooperation, Kecepatan Pelayan terhadap keputusan memilih Arikunto (2010:15) menyatakan bahwa jenis penelitian verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengecek kebenaran penelitian lain. Penelitian verifikatif juga bertujuan untuk menguji hipotesis yang dilaksanakan pada pengumpulan data lapangan.

Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat mengetahui langsung pendapat mengenai objek yang sedang diteliti karena peneliti langsung terjun ke lapangan dan menemui sampel dari keseluruhan populasi.

### 3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Arikunto (2010:90) adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti, sebagai ancar-ancar kegiatan yang akan dilaksanakan. Desain penelitian merupakan perencanaan mengenai penelitian yang akan dijalankan yang merupakan pedoman dari saat memulai penelitian sampai dengan menyimpulkan penelitian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor yang diteliti terhadap keputusan memilih restoran di kota Bandung.

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel dan indikator serta skala pengukuran yang digunakan ada di dalam tabel berikut ini :

**Tabel 3. 1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan	Reliabilitas sebagai kemampuan untuk melakukan pelayanan yang diinginkan, kepuasan pelayanan berkontribusi untuk kepuasan pelanggan. (Abdullah Firdaus 2011 hlm 526)	-Keunikan Makanan	Tingkat keunikan menu makanan	Ordinal
		-Komitmen terhadap Kualitas Pelayanan	Tingkat dari Komitmen Pelayanan yang Diberikan	
		-Pilihan Menu	Tingkat kemudahan pilihan menu makanan yang variatif	
Harga	Merupakan preferensi konsumen yang menyatakan	-Kesesuaian Harga dengan Makanan	Tingkat Kesesuaian Harga dengan Makanan	Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
	bahwa harga mempengaruhi loyalitas pelanggan  (Abdullah Firdaus 2011, hlm 526)	-Harga Diskon	Tingkat Daya Tarik	
		-Harga Khusus Member/Pelanggan	Tingkat daya tarik harga khusus untuk member/pelanggan Restoran	Ordinal
		-Harga Launching Menu Baru	Tingkat daya tarik harga launching produk baru	
Trustworthiness	mengacu pada sejauh mana sumber dipandang memiliki kejujuran, ketulusan dan dapat dipercaya (Shimp 2010: 317).	-Bahan Baku Halal	Tingkat bahan baku yang digunakan halal	Ordinal
		-Menyajikan Makanan Halal	Tingkat kehalalan makanan yang disajikan	
		-Pentingnya Logo Halal	Tingkat pentingya logo halal	
Merek	Brand dari sebuah makanan memberikan petunjuk mengenai apa yang dapat diharapkan konsumen dari sebuah makanan (B.Wansink)	-Pemberian Nama yang Unik/Aktraktif	Tingkat pemberian nama yang unik sebuah restoran	Ordinal
		-Kesesuaian Nama Brand dengan Menu yang ditawarkan	Tingkat Kesesuaian brand dari restoran dengan menu yang ditawarkan	
Tangible	Suasana/tempat berpengaruh kepada keputusan konsumen sehingga menimbulkan kepuasan konsumen.  (Abdullah Firdaus 2011, hlm 526)	-Tata Letak Area Restoran	Tingkat tata letak ruangan dari restoran	Ordinal
		-Ketersediaan Tempat Parkir	Tingkat ketersediaan tempat parkir di restoran	
		-Fasilitas Ibadah	Tingkat ketersediaan tempat ibadah di restoran	Ordinal
		-Fasilitas Toilet	Tingkat kebersihan toilet restoran	
		-Fasilitas <i>Smoking Area</i>	Tingkat ketersediaan fasilitas <i>smoking area</i>	
Kualitas Produk	Kemampuan	-Bahan Baku	-Tingkat kualitas	Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
	sebuah produk dalam memperagakan fungsiya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. (Kotler dan Amstrong 2016:283)		bahan baku yang digunakan oleh restoran	
		-Rasa	- Tingkat cita rasa makanan yang disajikan	
Lokasi	struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha (Utami, 2012:89).	- Kestrategisan	Tingkat kestrategisan lokasi restoran	Ordinal
		-Aksesibility	Tingkat kemudahan menuju restoran	
Lingkungan Restoran	desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, dan musik untuk merangsang respon emosional konsumen dan persepsi pelanggan untuk mempengaruhi keputusan pembelian. (Berman & Evans 2012 : 89 )	-Interior	Tingkat keindahan interior restoran	Ordinal
		Eksterior	Tingkat Keindahan Eksterior restoran	
		-Warna Ruangan	-Tingkat pemilihan warna restoran	
Kebersihan	salah satu tempat yang menjadi pertimbangan	-Kebersihan Makanan	- Tingkat kebersihan makanan yang	Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
	utama bagi konsumen untuk berbelanja. Pengelola harus memiliki rencana yang baik untuk pengelolaan kebersihan (Berman & Evans 2010:509).		disajikan	
		-Kebersihan Peralatan	Tingkat kebersihan peralatan yang digunakan	
		-Kebersihan Ruangan	Tingkat kebersihan ruangan restoran	
<i>Staff Corperation</i>	Kerjasama dalam Pelayanan yang diberikan karyawan kepada konsumen.	-Kesopanan Karyawan	Tingkat kesopanan pelayanan yang diberikan di restoran	Ordinal
		-Keramahan Karyawan	Tingkat keramahan karywan terhadap konsumen	
Kecepatan Pelayanan	setiap tindakan yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik ( Kotler dan keller 2016 : 42).	-Kecepatan Memenuhi Orde	Tingkat kecepatan dalam memenuhi pesanan pelanggan	Ordinal
		-Kecepatan Waktu Pelayanan	Tingkat kecepatan penyajian makanan	
		-Menanggapi Keluhan	Tingkat Kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen	

### 3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:172), data adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data bisa diperoleh dari sumber internal perusahaan maupun dari eksternal perusahaan. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu sumber data primer dan sekunder.

Sumber data primer menurut Malhotra (2010:73) adalah data yang berasal langsung dari peneliti dengan tujuan khusus digunakan permasalahan dalam penelitian tersebut. Dalam penelitian ini sumber data primer berasal dari wawancara dan pengisian kuesioner yang ditujukan kepada Mahasiswa yang pernah makan di restoran yang ada di kota Bandung.

Sumber data sekunder menurut Aaker (2011:93) adalah data yang telah dikumpulkan untuk berbagai tujuan selain permasalahan yang sedang dihadapi. Data sekunder telah ada sebelum melakukan penelitian. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan melalui penelitian terdahulu, jurnal ilmiah, buku dan website internet untuk kepentingan penelitian.

### **3.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara sistematis dan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan mengenai fenomena dalam penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### **a. Studi Kepustakaan**

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari setiap hal yang berhubungan dengan penelitian ini. Hal yang dipelajari untuk penelitian ini bisa didapatkan dari buku, ataupun internet yang dapat membantu memberi informasi dalam pemahaman, konsep maupun teori yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

#### **b. Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada setiap responden yang merupakan Wisatawan Nusantara yang pernah berkunjung ke restoran di kota Bandung mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

### 3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

#### 3.5.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:80). Dalam penelitian ini populasi sarannya adalah jumlah wisatawan nusantara yang menginap di kota Bandung sebanyak 3,874,453 orang tahun 2015

Menurut Arikunto (2010:174) Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Tidak terdapat batasan tertentu mengenai berapa besar sampel yang diambil dari populasi, karena absah tidaknya sampel bukan terletak pada besar atau banyaknya sampel yang diambil tetapi terletak pada sifat karakteristik sampel apakah mendekati populasi atau tidak.

Untuk penarikan jumlah sampel penelitian, dihitung dengan rumus *slovin* yang berasal dari buku metodologi penelitian pendekatan praktis dalam penelitian (Simamora,2004 : 37) :

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel

$e^2$  : Presisi yang ditetapkan 0,01

N : Jumlah populasi

Berdasarkan rumus *slovin* maka dapat diukur besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{3.874.453}{1 + (3.874.453 \times (0,1)^2)} = 99,997 \approx 100$$

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti menetapkan banyak responden yang akan dijadikan sebagai sampel penelitian ini adalah sebanyak 100 orang Wisatawan Nusantara

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan *purposive sampling*, karena seperti diungkapkan dalam Sugiyono (2014:122) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* karena sampel yang dijadikan responden dengan sengaja dipilih sesuai karakteristik yang telah ditentukan dengan mencerminkan populasinya.

### 3.6 Uji Instrumen Penelitian

Untuk bisa mendapatkan data yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian, maka diperlukan instrumen yang tepat agar data yang terkumpul sesuai dengan yang diharapkan. Dalam pengumpulan data sebuah penelitian, sering terjadi instrumen bertindak sebagai alat evaluasi. Instrumen penelitian yang telah disusun kemudian diuji cobakan kepada responden yang berada diluar sampel penelitian untuk mendapatkan gambaran validitas dan reliabilitas instrumen.

#### 3.6.1 Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh *Pearson* sebagai berikut:

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

(Suharsimi Arikunto, 2010:213)

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam jumlah Y

$\sum X^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas adalah menggunakan taraf signifikasi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan valid apabila  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ ).
2. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan tidak valid apabila  $r_{hitung}$  lebih kecil daripada  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ).
3. Nilai t dibandingkan dengan harga  $t_{tabel}$  dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$

Secara teknis pengujian instrument dengan rumus diatas menggunakan software SPSS 24.0 for windows. Besarnya koefisien korelasi di interpretasikan dengan menggunakan tabel sebagai berikut ini :

**Tabel 3. 2**

**Interpretasi Nilai r**

Besarnya Nilai r	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Sedang
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat Rendah

Sumber: Arikunto (2010:319)

Pengujian validitas instrumen dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dengan  $n = 30 - 2 = 28$  didapat r tabel sebesar 0,374. Uji validitas instrumen penelitian untuk variabel *social media* dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut ini:

**Tabel 3. 3**  
**Hasil Pengujian Validitas Faktor**

No	Butir Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
1	Menu Makanan yang disajikan Unik	0, 436	0,374	Valid
2	Komitmen Kualitas Pelayanan yang diperhatikan	0, 556	0,374	Valid
3	Pilihan Menu yang ditawarkan Beragam	0, 442	0,374	Valid
4	Harga dengan Makanan yang ditawarkan sebanding	0, 387	0,374	Valid
5	Harga Diskon yang diberikan Besar	0, 546	0,374	Valid
6	Harga Khusus bagi Pelanggan Restoran Berbeda	0, 604	0,374	Valid
7	Harga Menu Baru Murah	0, 522	0,374	Valid
8	Bahan Baku yang digunakan Halal	0, 670	0,374	Valid
9	Menyajikan Makanan Halal	0, 626	0,374	Valid
10	Pentingnya Pencantuman Logo Halal	0, 448	0,374	Valid
11	Pemberian Nama yang Unik sebuah Restoran	0, 393	0,374	Valid
12	Brand Restoran dengan Menu yang ditawarkan Sesuai	0, 433	0,374	Valid
13	Tata Letak Ruangan Restoran Baik	0, 793	0,374	Valid
14	Tersedia Tempat Parkir	0, 744	0,374	Valid
15	Tempat Ibadah Nyaman	0, 663	0,374	Valid
16	Toilet Restoran Bersih dan Terawat	0, 631	0,374	Valid
17	Fasilitas Smoking Area Terawat	0, 525	0,374	Valid
18	Bahan Baku yang digunakan Berkualitas	0, 818	0,374	Valid
19	Cita Rasa Makanan Sangat Enak	0, 779	0,374	Valid
20	Lokasi Restoran Strategis	0, 802	0,374	Valid

No	Butir Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
21	Lokasi Menuju Restoran Termasuk Mudah	0,717	0,374	Valid
22	Interior Restoran Indah	0,746	0,374	Valid
23	Eksterior Restoran Indah	0,774	0,374	Valid
24	Pemilihan Warna Ruangan Tepat	0,651	0,374	Valid
25	Kebersihan Makanan yang disajikan	0,701	0,374	Valid
26	Peralatan yang digunakan Bersih	0,757	0,374	Valid
27	Ruangan Restoran Nyaman dan Bersih	0,761	0,374	Valid
28	Kesopanan Pelayanan yang diberikan	0,790	0,374	Valid
29	Pelayanan yang diberikan Ramah	0,832	0,374	Valid
30	Kecepatan dalam Pembuatan Makanan	0,645	0,374	Valid
31	Kecepatan Waktu Penyajian Makanan	0,766	0,374	Valid
32	Kecepatan dalam Menanggapi Keluhan	0,653	0,374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2017 dengan SPSS 24.0 for Windows, 2017

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian variabel X (Faktor - faktor) pada Tabel 3. di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari pertanyaan no. 1 sampai dengan no. 32 dinyatakan valid karena  $r_{tabel} \leq r_{hitung}$ .

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Suharsimi Arikunto (2010:221) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai apabila koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70.

Untuk menguji tingkat reliabilitas, dalam penelitian ini digunakan rumus *Cronbach Alpha's*, dengan rumus sebagai berikut:

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

(Suharsimi Arikunto, 2010:239)

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sigma t^2$  = Varians total

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varian butir

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap item angket dengan langkah-langkah sebagai berikut:
  - a) Memberikan nomor pada angket yang masuk
  - b) Memberikan nomor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 5 Skala Likert
  - c) Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor tersebut dikuadratkan
  - d) Menjumlahkan skor yang ada pada setiap item dari setiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap item harus sama dengan total skor dari setiap responden
  - e) Mengkuadratkan skor-skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap item, dan kemudian menjumlahkannya
2. Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrumen terlebih dahulu setiap item tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varians item  $\sum \sigma b^2$ , langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan untuk mendapatkan varians total ( $\sigma^{2t}$ ) dengan rumus sebagai berikut:

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

(Suharsimi Arikunto, 2010, hlm. 239)

Keterangan:

$\sigma^2$  = Varians

$\sum X^2$  = Jumlah skor

N = Jumlah responden

3. Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Secara teknis pengujian instrumen dengan rumus-rumus diatas menggunakan fasilitas *software SPSS 24.0 for window*, dengan hasil yang tercantum pada Tabel 3.4 berikut ini :

**Tabel 3. 4**

**Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel**

No	Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan, Harga, Trustworthiness, Merek, Tangible, Kualitas Produk, Lokasi, Lingkungan Restoran,Kebersihan, Staff Cooperation, Kecepatan Pelayanan	0,951	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data dengan *SPSS 24.0 for windows*, 2017

Hasil pengujian pada Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas instrumen penelitian variabel X dinyatakan reliabel, dikarenakan masing-masing nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Menurut hasil perhitungan reliabilitas dengan menggunakan *SPSS 24.00 for windows* diperoleh nilai Alpha > 0,700, artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*).

Berdasarkan jumlah kuesioner yang telah disebar kepada 30 responden dengan tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan (df) n-2 (30-2=28) maka bila dikonsultasikan

dengan nilai  $r_{table}$  yaitu sebesar 0,700. Dari hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Harga, *Trustworthiness*, Merek, *Tangible*, Kualitas Produk, Lokasi, Lingkungan Restoran, Kebersihan, *Staff Cooperation*, dan Kecepatan Pelayanan. Hal ini dikarenakan  $r_{hitung}$  variabel Kualitas Pelayanan, Harga, *Trustworthiness*, Merek, *Tangible*, Kualitas Produk, Lokasi, Lingkungan Restoran, Kebersihan, *Staff Cooperation*, Kecepatan Pelayanan lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel. Dengan demikian penelitian ini dapat dikatakan tanpa adanya suatu kendala terjadinya kegagalan penelitian yang disebabkan oleh instrumen penelitiannya yang belum teruji tingkat validitas dan reliabilitasnya.

### 3.7 Rancangan Analisis Data

Memahami data yang diperoleh sangat penting dalam penelitian. Untuk memahami sebuah data diperlukan gambaran dan hasil yang baik dalam sebuah interpretasi data. Berdasarkan hal tersebut diperlukan sebuah rancangan analisis data dan penarikan kesimpulan yang tepat, maka dijelaskan pada sub bab ini tentang rancangan analisis dan hipotesis. Menurut Arikunto (2010:278) secara garis besar, analisis data meliputi tiga langkah yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian bsebagai berikut:

- *Editing*, yaitu pemeriksaan angket yang terkumpul kembali setelah diisi oleh responden seperti mengecek kelengkapan data artinya memeriksa isi instrumen pengumpulan data (termasuk pula kelengkapan lembar instrumen barangkali ada yang terlepas atau sobek).
- *Coding*, yaitu pemberian skor atau kode untuk setiap pilihan dari item berdasarkan ketentuan yang ada dimana untuk menghitung bobot nilai dari setiap pertanyaan atau pernyataan dalam angket menggunakan skala likert kategori lima. Skor atau bobot untuk jawaban positif diberi skor 5-4-3-2-1, sedangkan untuk jawaban negatif diberi skor 1-2-3-4-5.

**Tabel 3. 5**  
**Kriteria Nilai Bobot Alternatif**

Pilihan Jawaban	Bobot Pernyataan
Sangat setuju / sangat sesuai / sangat baik / sangat tinggi / sangat menarik	5
Setuju / sesuai / baik / tinggi / menarik	4
Ragu-ragu / cukup sesuai / cukup baik / cukup tinggi / cukup menarik	3
Tidak setuju / tidak sesuai / buruk / rendah / tidak menarik	2
Sangat tidak setuju / sangat tidak sesuai / sangat buruk / sangat rendah / sangat tidak menarik	1

- *Tabulating*, maksudnya menghitung hasil skoring dan dituangkan dalam tabel rekapitulasi secara lengkap.

**Tabel 3. 6**  
**Rekapitulasi Pengolahan Data**

Responden	Skor Item			
	1	2	3	N
1				
2				
3				
N				

### 3.7.1 *Confirmatory Factor Analysis*

Teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis faktor. Analisis faktor digunakan untuk dapat memecahkan masalah yang telah dirumuskan. Menurut Supranto (2004: 114), analisis faktor merupakan suatu kelas prosedur yang utamanya digunakan untuk mereduksi data atau meringkas dari variabel yang banyak diubah menjadi sedikit variabel yang terkandung dalam variabel asli (original variabel). dalam melakukan keputusan memilih Restoran di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan Teknik *Confirmatory Factor Analysis* Agar analisis faktor dapat dengan tepat digunakan maka variabel-variabel yang akan dianalisis harus berkorelasi. Hal ini dapat digunakan dengan Bartlett's Test atau KMO (Kaiser-Mayer-Olkin). Nilai KMO tinggi antara 0,5-1,0 menunjukkan

ketepatan penggunaan analisis faktor, sedangkan jika nilainya kurang dari 0,5 maka penggunaan analisis faktor dinilai kurang tepat.

Asumsi selanjutnya yaitu mengenai MSA jika

MSA = 1 maka variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain

MSA > 0,5 Variabel masih bisa diprediksi dan bisa di analisis lebih lanjut

MSA < 0,5 Variabel tidak bisa di prediksi dan tidak bisa di analisis lebih lanjut, oleh karena itu harus dikeluarkan dan di lakukan analisis kembali sampai MSA terpenuhi Santoso [2006 : 13]

Faktor yang mungkin terbentuk

Pada total Variance Explained karena nilai Eigenvalues yang ditetapkan 1 maka faktor yang diambil adalah yang > 1 Santoso [2006 : 13].

### 3.7.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab dan mendeskripsikan variabel-variabel penelitian antara lain :

- a. Analisis deskriptif mengenai Analisis faktor-faktor , yang terdiri dari 11 faktor yaitu Kualitas Pelayanan, Harga, *Trustworthiness*, Merek, *Tangible*, Kualitas Produk, Lokasi, Lingkungan Restoran, Kebersihan, *Staff Cooperation*, Kecepatan Pelayanan kepada Konsumen yang pernah makan di restoran Kota Bandung
- b. Analisis deskriptif mengenai Keputusan Memilih yang memiliki empat dimensi yaitu, jasa, merek, waktu dan metode pembayaran. Melakukan rancangan analisis deskriptif, yaitu mengolah data dari kuesioner dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- Menentukan jumlah skor kriterium (SK)

$$\mathbf{SK = ST \times JB \times JR}$$

Keterangan :

SK = Skor kriterium

ST = Skor tertinggi

JB = Jumlah bulir  
 JR = Jumlah responden

- Membandingkan jumlah skor hasil angket dengan jumlah skor kriteria, untuk mencari jumlah skor hasil skor digunakan rumus :

$$\sum x_i = x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n$$

Keterangan :

$x_i$  = Jumlah skor

$x_1 + x_2$  = Jumlah skor angket masing masing responden

- Membuat daerah kategori kontinum, untuk melihat bagaimana gambaran tentang variabel secara keseluruhan dari responden maka peneliti membagi daerah kategori menjadi tiga tingkatan yaitu rendah, sedang dan tinggi dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah dan terendah

Kontinum tinggi dihitung dengan rumus :

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Kontinum rendah dihitung dengan rumus :

$$SK = SR \times JB \times JR$$

Keterangan :

ST = Skor tertinggi

SR = Skor terendah

JB = Jumlah buir

JR = Jumlah responden

- b. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan dengan rumus:

$$R = \frac{\text{skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{5}$$

- c. Menentukan garis kontinum dan daerah letak skor untuk variabel X Analisis Faktor – Faktor Keputusan Memilih Restoran

<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>Sedang</b>	<b>Setuju</b>	<b>Sangat Setuju</b>
------------------------------------	-------------------------	---------------	---------------	--------------------------

--	--	--	--	--

### 3.7.1.2 Analisis Data Verifikatif

Pada penelitian ini juga menggunakan analisis data verifikatif. Teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis faktor. Analisis faktor digunakan untuk dapat memecahkan masalah yang telah dirumuskan. Menurut Supranto (2004: 114), analisis faktor merupakan suatu kelas prosedur yang utamanya digunakan untuk mereduksi data atau meringkas dari variabel yang banyak diubah menjadi sedikit variabel yang terkandung dalam variabel asli (original variabel). dalam melakukan keputusan memilih Restoran di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan Teknik *Confirmatory Factor Analysis* Agar analisis faktor dapat dengan tepat digunakan maka variabel-variabel yang akan dianalisis harus berkorelasi. Hal ini dapat digunakan dengan Bartlett's Test atau KMO (Kaiser-Mayer-Olkin). Nilai KMO tinggi antara 0,5-1,0 menunjukkan ketepatan penggunaan analisis faktor, sedangkan jika nilainya kurang dari 0,5 maka penggunaan analisis faktor dinilai kurang tepat.

Asumsi selanjutnya yaitu mengenai MSA jika :

- $MSA = 1$  maka variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain
- $MSA > 0,5$  Variabel masih bisa diprediksi dan bisa di analisis lebih lanjut
- $MSA < 0,5$  Variabel tidak bisa di prediksi dan tidak bisa di analisis lebih lanjut, oleh karena itu harus dikeluarkan dan di lakukan analisis kembali sampai MSA terpenuhi Santoso [2006 : 13].

Faktor yang mungkin terbentuk pada total Variance Explained karena nilai Eigenvalues yang ditetapkan 1 maka faktor yang diambil adalah yang  $> 1$ . Santoso [2006 : 13].

### 3.8 Uji Hipotesis

Tujuan pengujian hipotesis ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pembentukan faktor baru mengenai keputusan memilih restorandiantaranya Kualitas Pelayanan, Harga, *Trustworthiness*, Merek, Tangible, Kualitas Produk, Lokasi, Lingkungan Restoran, Kebersihan, *Staff Cooperation*, Kecepatan Pelayanan dengan menggunakan alat *uji Confirmatory Factor Analysis* untuk menguji hipotesis dari hipotesis penelitian seperti yang telah di kemukakan oleh Supranto (2004: 114).

Berdasarkan judul penelitian dan konsep hipotesis diatas, maka penulis megemukakan hipotesis dalam penelitian ini adalah: “Diduga pembentukan faktor baru mengenai keputusan memilih restoran ”

#### *Uji Confirmatory Factor Analysis*

Analisis faktor digunakan untuk dapat memecahkan masalah yang telah dirumuskan. Menurut Supranto (2004: 114), analisis faktor merupakan suatu kelas prosedur yang utamanya digunakan untuk mereduksi data atau meringkas dari variabel yang banyak diubah menjadi sedikit variabel yang terkandung dalam variabel asli (original variabel). dalam melakukan keputusan memilih Restoran di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan Teknik *Confirmatory Factor Analysis* Agar analisis faktor dapat dengan tepat digunakan maka variabel-variabel yang akan dianalisis harus berkorelasi. Hal ini dapat digunakan dengan Bartlett's Test atau KMO (Kaiser-Mayer-Olkin). Nilai KMO tinggi antara 0,5-1,0 menunjukkan ketepatan penggunaan analisis faktor, sedangkan jika nilainya kurang dari 0,5 maka penggunaan analisis faktor dinilai kurang tepat.

Asumsi selanjutnya yaitu mengenai MSA jika :

- $MSA = 1$  maka variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain
- $MSA > 0,5$  Variabel masih bisa diprediksi dan bisa di analisis lebih lanjut

- $MSA < 0,5$  Variabel tidak bisa di prediksi dan tidak bisa di analisis lebih lanjut, oleh karena itu harus dikeluarkan dan di lakukan analisis kembali sampai MSA terpenuhi Santoso [2006 : 13].

Faktor yang mungkin terbentuk pada total Variance Explained karena nilai Eigenvalues yang ditetapkan 1 maka faktor yang diambil adalah yang  $> 1$ . Santoso [2006 : 13].