

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis mengenai pengaruh *service experience* dalam meningkatkan *customer satisfaction*. Variabel penelitian adalah sebuah atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (sugiyono, 2012:58). Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel lain maka terdapat macam-macam variabel. Dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel yaitu *variable independent* (bebas) dan *variable dependent* (terikat). Variabel independent merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat yang mempengaruhi variabel lain (Martono, 2010:57). Dalam penelitian yang sedang dilakukan ini *service experience* menjadi *variable independent* (Variabel X) yang terdiri dari *Social Interaction* (X1), *Core Service* (X2) dan *Physical Enviroment* (X3) dan yang menjadi *variable dependent* (variabel Y) dalam penelitian adalah *customer satisfaction* yang terdiri dari *expected quality* harapan konsumen ketika mendatangi sebuah restoran dan *perceived quality* kenyataan yang dirasakan oleh konsumen ketika telah merasakan jasa di restoran tersebut.

Unit analisis dari penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi Javana Bistro. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan *cross sectional method*. Menurut Silalahi (2012:37) penelitian *cross sectional* adalah penelitian yang hanya dilakukan pada saat waktu tertentu. Prasetyo dan jannah (2005:45) juga menambahkan bahwa *cross sectional method* adalah penelitian yang digunakan dalam waktu tertentu dan tidak akan dilakukan penelitian lain di waktu yang berbeda untuk diperbandingkan. Pada penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari berbagai populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2 Metodologi Penelitian

3.2.1. Jenis Penelitian dan Metode Yang Digunakan

Berdasarkan penjelasan dan juga bidang penelitian, maka jenis dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Dimana dalam penelitian ini akan menguji apakah *service experience* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* konsumen Javana Bistro. Menurut Silalahi (2012:29) tipe utama dalam penelitian deskriptif mencakup penilaian sikap atau pendapat tentang individu, organisasi peristiwa atau prosedur. Penelitian deskriptif ini disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai *service experience* di javana bistro dan *customer satisfaction* konsumen javana bistro.

Sementara itu penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji hipotesis dengan mengumpulkan data lapangan. Menurut Sugiyono (2012:54) penelitian verifikatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih *sample* yang berbeda atau pada waktu yang berbeda. Berdasarkan jenis penelitian yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*. Menurut Prasetyo dan Jannah (2005:49) metode survei merupakan penelitian yang menggunakan kuisioner sebagai instrument penelitian. Sedangkan menurut Silalahi penelitian survei dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atau responden dengan menggunakan kuisioner atau melakukan wawancara.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dioperasionalkan dalam dua variabel utama, yaitu *variable independent* (variabel bebas) adalah *service experience* (variabel X) yang terdiri dari *social interaction*(X_{1-1}), *core service*(X_{1-2}), dan *physical environment*(X_{1-3}). Sedangkan *variable dependent* (terikat) yaitu *customer satisfaction* (Y) yang terdiri dari *expected quality* dan *perceived quality* menurut Silalahi (2012:200) operasionalisasi merupakan kegiatan mengubah konsep atau variabel menjadi indikator-indikator untuk variabel. Indikator ini kemudian dijadikan pertanyaan penelitian operasional. Untuk lebih rincinya dapat terlihat berdasarkan operasionalisasi variabel di Tabel 3.1 dibawah ini

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

variabel	sub variabel	konsep variabel	Indicator	ukuran	skala	no. item
<i>Service Experience (X)</i>	<p><i>customer service experience is defined as the customer's interaction with the service process, the organization, the physical facilities, the service firm's employee and other customer. These interaction in turn created the customer cognitive (thought) emotional (feeling) and behavioral (action) responses and leave customer with memories</i></p> <p>pengalaman jasa konsumen didefinisikan sebagai interaksi pelanggan dengan proses jasa, organisasi, fasilitas fisik, pelayanan karyawan perusahaan dan konsumen lain. interaksi ini menciptakan pemikiran konsumen, emosional (perasaan) dan respon sikap (aksi) dan meninggalkan konsumen sebuah ingatan.</p>					
	<i>Social Interaction (X₁)</i>	<i>the customers experience that refer to different types of human interaction, especially with employees but also with other customers</i>	<i>customers employee interactions</i>	tingkat perhatian karyawan saat melayani konsumen	ordinal	III 1.1
				tingkat keramahan karyawan saat melayani konsumen	ordinal	III 1.2
				tingkat pemahaman karyawan saat menawarkan produk kepada konsumen	ordinal	III 1.3
				tingkat kecepatan karyawan dalam melayani konsumen	ordinal	III 1.4
				tingkat kecepatan karyawan dalam menghadapi keluhan konsumen	ordinal	III 1.5
				tingkat kecepatan karyawan	ordinal	III 1.6

				dalam menghadapi masalah		
the core service (X2)	the customers experience to referrings food and beverage	the presentation of the core is visual appealing	tingkat kemenarikan tampilan produk yang disajikan	ordinal	III 1.7	
		the nature of the core service is enjoyable	tingkat perasaan konsumen ketika menikmati makanan yang disajikan	ordinal	III 1.8	
		timing of foods and beverages feels appropriate	tingkat ketepatan waktu dalam menyajikan makanan	ordinal	III 1.9	
		menu presentation attract attentions	tingkat keberagaman menu yang ditawarkan	ordinal	III 1.10	
			tingkat kemenarikan tampilan menu	ordinal	III 1.11	
			tingkat kesesuaian menu yang diyang ditampilkan dengan yang disajikan	ordinal	III 1.12	
		hygiene provokes powerful reaction	tingkat kebersihan menu yang disajikan	ordinal	III 1.13	

			<i>actors and tangible elements of the ekterior/interior facilitate meaning</i>	tingkat kemenarikan design interior dari javana bistro	ordinal	III 1.14	
	<i>physical enviroment (X3)</i>	<i>the customers experiences that refer part of physcal enviroment of the restaurant, including exterior and people</i>	<i>intangibile elements maintain comfort</i>	tingkat kenyamanan suasana dalam ruangan	ordinal	III 1.15	
					tingkat kebisingan suara dalam ruangan	ordinal	III 1.16
					tingkat keharuman aroma dalam ruangan	ordinal	III 1.17
					tingkat kebersihan perabotan dan perlengkapan yang digunakan	ordinal	III 1.18
				<i>placements of customers is crossing boundaries</i>	tingkat keluasan tata letak meja yang ada di area makan	ordinal	III 1.19
Variabel	sub variabel	konsep variabel	Indicator	ukuran			
<i>customer satisfaction (Y)</i>	kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Kotler (2007:117)						

	<i>Expected Quality</i>	gambaran manfaat dari produk yang akan digunakan konsumen	<i>Expectation</i>	harapan konsumen terhadap service experience yang ada di javana bistro
	<i>Perceived Quality</i>	gambaran kenyataan yang dirasakan konsumen mengenai produk atau jasa yang diterima	<i>Perceived</i>	kenyataan yang dirasakan konsumen mengenai service experience yang ada di javana bistro

3.2.3. Jenis dan Sumber Data

Data adalah hasil dari pengamatan dan merupakan pengukuran empiris yang mengungkapkan karakteristik sebuah gejala tertentu, Silalahi (2012:280). Menurut sumbernya data dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu data primer dan data skunder. Menurut Silalahi (2012:289) data primer adalah suatu objek atau dokumen original atau bisa juga disebut data mentah dari perilaku (*first-hand information*), sedangkan data skunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan.

Berdasarkan data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menuliskannya dalam Tabel 3.2, dibawah ini :

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Jenis Data	Sumber Data
Data Sekunder		
1	<i>Market share</i> pariwisata dunia 2012	UNWTO
2	Perkembangan usaha restoran berskala menengah dan besar	BPS 2011
3	Data kunjungan wisatawan ke Kota Bandung	Disbudpar Bandung 2012
4	Daftar nama cafe dan restoran Kota Bandung	Internet
5	<i>Market segment</i> dan tingkat kunjungan Javana Bistro Cafe	Javana Bistro Cafe & Resto
6	Profil Perusahaan	Javana Bistro Cafe & Resto
Data Primer		
1	Karakteristik responden	Responden
2	Tanggapan konsumen mengenai <i>service experience</i> Javana Bistro Cafe	Responden
3	Harapan konsumen mengenai <i>service experience</i> Javana Bistro Cafe	Responden

Sumber : diolah dari berbagai sumber, 2015

3.2.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.2.4.1. Populasi

Martono (2010:74) mendefinisikan bahwa populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah tertentu dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Perndefinisian populasi merupakan langkah awal yang sangat penting, dari sini dapat tergambar bagai mana keadaan populasi, sub-sub unit populasi, karakteristik umum populasi serta ke luasan populasi tersebut (Saharsaputra, 2012:115). Populasi dapat berupa organism, orang atau sekelompok orang, masyarakat, organisasi, benda, objek atau peristiwa (Silalahi, 2009:253).

Menentukan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang akan menjadi sasaran suatu penelitian. Populasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu populasi target atau sasaran dan populasi sample. Populasi sasaran terdiri dari individu rumah tangga atau kelompok dala, jurisdiksi yang menjadi perhatian (Silalahi, 2012:253). Yang menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi Javana Bistro pada tahun 2014 sebanyak 47311 orang. (sumber : Bp. Donny selaku Supervisor Javana Bistro, 2015)

3.2.4.2. Sampel

Sampel merupakan satu subset atau bagian tertentu yang dipilih dari populasi, sampel ini dilakukan kan jumlah populasi yang sangat besar dan banyak faktor keterbatasan yang akhirnya harus diambil sampel. Oleh karena itu peneliti mengambil sebagian dari populasi untuk dijadikan sebuah sampel. Menurut Martono (2010:74) sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki cirri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti, selain itu sampel juga dapat didefinisikan sebagai anggota dari sebuah populasi yang akan dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi. Peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan untuk mewakili bagian yang lain yang diteliti.

Penentuan ukuran sampel (n) dan populasi (N) yang dalam penelitian ini menggunakan rumus sample Slovin (Husein Umar, 2008:78) yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (e=0.1)

Berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

$$n = \frac{47311}{1 + 47311(0.1)^2}$$

$$n = \frac{47311}{474}$$

$$n = 99,78 \approx 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas dengan menggunakan rumus slovin dan tingkat signifikansi sebesar 10 %, maka jumlah sampel yang dihasilkan sebanyak 100 orang.

3.2.4.3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam sebuah penelitian. Menurut Sugiyono (2012:116) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sample, sementara Martono (2010:75) mengatakan bahwa teknik sampling adalah metode atau cara menentukan sample dan besar sampel. Untuk menentukan berapa sampel yang akan diambil. Dapat menggunakan beberapa teknik sampling. Martono (2010:75-79) menyebutkan ada dua teknik pengambilan sampel yaitu teknik *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik *probability sampling* terdiri dari *simple random sampling*,

proportionate random sampling, disproportionate stratified random sampling dan *cluster sampling*. Serta teknik *sampling nonprobability sampling* yang terdiri dari *sampling sistematis, sampling kuota, sampling incidental, purposive sampling, sampling jenuh* dan *snowball sampling*.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *probability sampling* yang digunakan bila keterwakilan sampel adalah penting untuk maksud generalisasi yang lebih luas. Sugiyono (2012:84) menuturkan bahwa teknik *nonprobability sampling* memberi peluang yang sama bagi setiap *unsure* atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dan pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *sampling sampling incidental* yang merupakan teknik pengambilan simple yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Teknik ini dilakukan bila sifat anggota populasi adalah homogen atau memiliki karakter yang sama (Martono, 2010: 75-76). Teknik ini dipilih oleh peneliti karena setiap pengunjung yang menjadi konsumen Javana Bistro dapat dijadikan sampel penelitian yang sifatnya homogen..perosedur yang harus dilakukan dalam pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *sampling incidental*.

1. Susun *sampling frame*
2. Tetapkan jumlah sampel yang akan diambil
3. Tidak perlu menentukan teknik pengambilan *sampling*
4. Mulailah pengambilan sampel pada konsumen yang dirasa cocok untuk menjadi sumber data

3.2.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah proses pengadaan data untuk keperluan penelitian. Dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah:

1. Wawancara, adalah teknik pengumpulan data secara langsung berhadapan dengan yang pihak yang akan diwawancarai yang dalam penelitian ini pihak tersebut adalah manajemen Javana Bistro.

2. Observasi, adalah teknik pengumpulan data yang menuntut adanya pengamatan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian.
3. Kuisisioner, adalah teknik pengumpulan data melalui penyebaran sebuah daftar pertanyaan tertulis. Kuisisioner ini berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai *service experience* dan *customer satisfaction* konsumen Javana Bistro.
4. Studi literature adalah penelitian dengan mencari data yang terdapat pada buku, jurnal, internet maupun literatur lain yang berkaitan dengan masalah dan juga variabel yang diteliti yang terdiri dari *service experience* dan *customer satisfaction*.

Studi literature tersebut didapat dari berbagai sumber yaitu :

1. Skripsi
2. Jurnal Manajemen dan jurnal lainnya
3. Internet
4. Perpustakaan UPI

Untuk lebih jelasnya mengenai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam tabel berikut ini :

TABEL 3.3
TEKNIK PENGUMPULAN DAN SUMBER DATA

No	Teknik Pengumpulan data	Sumber data
1	Wawancara	Pihak manajemen Javana Bistro
2	Observasi	<i>Service experience</i> yang ada di Javana Bistro
3	Kuesioner	Konsumen Javana Bistro
4	Studi Literatur	<i>Service experience</i> dan <i>customer satisfaction</i>

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2015

3.2.6. Pengujian Validitas dan Realiabilitas

Suatu hasil dari sebuah penelitian dapat dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi, sedangkan hasil penelitian dapat dikatakan *reliable* jika terdapat kesamaan data dalam

waktu yang berbeda. Hal ini merupakan syarat untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan *reliable*.

3.2.6.1. Pengujian Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur yang tercantum dalam sebuah kuisioner, mengukur apa yang hendak diukur. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2008:445). Sementara itu Silalahi (2009:224) mengemukakan bahwa validitas merupakan sejauh mana perbedaan dalam skor pada suatu instrument mencerminkan kebenaran perbedaan antara individu-individu, kelompok-kelompok atau situasi-situasi dalam variabel yang dikemukakan untuk ukuran.

Sebuah instrumen dapat dikatakan valid atau sah jika memiliki validitas yang tinggi, dan sebaliknya sebuah instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Sebuah instrument dapat dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas sebuah instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Pengujian validitas sebuah instrumen dilakukan dengan menggunakan teknik analisa item instrumen, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor yang didapat dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor nilai ini merupakan skor yang didapat dari penjumlahan semua skor item korelasi antara skor item dengan total skornya harus signifikan. Berdasarkan dari ukuran statistik apabila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Adapun rumus yang digunakan dalam menghitung kevalidan sebuah instrument adalah rumus korelasi *product moment*, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Sumber : Umar (2008:131)

Keterangan :

- r_{xy} : Korelasi skor item dan skor total item
 n : Jumlah responden
 X : Skor per item dalam variabel
 Y : Skor total item dalam variabel
 $\sum X$: 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

Keputusan pengujian validitas reponden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$
3. Berdasarkan jumlah kuesioner yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r tabel sebesar 0,361.
4. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan IBM SPSS 21.00 menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuisisioner valid.

Penelitian ini menguji validitas dari variabel *service experience* sebagai instrument variabel X dan *customer satisfaction* sebagai intrumen variabel Y .

Perhitungan validitas dibutuhkan untuk mencari tahu apakah intrumen yang digunakan dalam sebuah penelitian digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Perhitungan validitas item instrument dilakukan peneliti dengan bantuan program SPSS 21 for windows.

Berikut Tabel 3.4 tentang hasil uji validitas penelitian ini :

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas *Service Experiences* dan kepuasan pelanggan

service experience				
no	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan

		perceived	expected		perceived	expected
social interaction						
1	karyawan memberikan perhatian ketika melayani konsumen	0,560	0,933	0,361	valid	valid
2	karyawan ramah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen	0,339	0,851	0,361	tidak valid	valid
3	pemahaman karyawan tentang produk yang ditawarkan kepada konsumen	0,648	0,762	0,361	valid	valid
4	karyawan cepat dalam memberikan pelayanan kepada konsumen	0,484	0,892	0,361	valid	valid
5	karyawan cepat dalam menghadapi keluhan konsumen	0,588	0,932	0,361	valid	valid
6	karyawan cepat dalam menghadapi masalah	0,797	0,934	0,361	valid	valid
the core service						
7	kemenarikan produk yang disajikan	0,750	0,912	0,361	valid	valid
8	kegembiraan konsumen ketika menikmati produk yang disajikan	0,790	0,918	0,361	valid	valid
9	ketepatan waktu karyawan dalam menyajikan pesanan konsumen	0,746	0,970	0,361	valid	valid
10	keberagaman menu yang ditawarkan	0,762	0,921	0,361	valid	valid
11	kemenarikan tampilan menu yang ditawarkan	0,647	0,919	0,361	valid	valid

12	kesesuaian menu yang ditampilkan dengan yang disajikan	0,728	0,892	0,361	valid	valid
13	kebersihan menu yang disajikan	0,606	0,749	0,361	valid	valid
physical environment						
14	kemenarikan design interior	0,675	0,883	0,361	valid	valid
15	kenyamanan suasana dalam ruangan	0,711	0,967	0,361	valid	valid
16	kebisingan suara dalam ruangan	0,580	0,857	0,361	valid	valid
17	keharuman aroma pada ruangan	0,382	0,939	0,361	valid	valid
18	kebersihan perabot dan perlengkapan makanan	0,492	0,967	0,361	valid	valid
19	keluasan tata letak meja pada area makan	0,651	0,941	0,361	valid	valid

Sumber : pengolahan data 2016

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa hampir seluruh butir pertanyaan mengenai *service experience* yang dirasakan dan diharapkan dapat dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yang bernilai 0,361. Namun ada satu butir pertanyaan yang tidak valid karena r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} . Tingkat validitas tertinggi dalam pengalaman yang dirasakan terdapat pada item pertanyaan pada dimensi *social interaction* sebesar 0,797 dan dalam pengalaman yang diharapkan terdapat pada item pertanyaan dalam dimensi *the core service* sebesar 0,970. Sedangkan nilai validitas terendah dalam pengalaman yang dirasakan terdapat pada item pertanyaan pada dimensi *social interaction* sebesar 0,339 dan dalam

pengalaman yang diharapkan terdapat pada item pertanyaan *the core service* sebesar 0,749.

3.2.6.2. Pengujian Reliabilitas

Uji realibilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian. Realibilitas menunjukan pada suatu pengertian bahwa sebuah instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data dalam sebuah penelitian, karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang sudah dipercaya dan realibel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Surharsaputra (2012:104) mengemukakan bahwa realibilitas berarti kedapatpercayaan atau keajengan, suatu instrument pengukuran dikatakan realibel apabila interumen tersebut digunakan secara berulang memberikan hasil ukur yang sama. Menurut Sugiyono (2012:183) realibilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama konsisten.

Apabila sebuah isntrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan instrument tersebut juga dapat dipercaya. Adapun rumus yang peneliti gunakan untuk mengukur reabilitas sebuah instrument dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena karena jawaban alternatif dalam penelitian lebih dari dua instrument. Maka rusumnya adalah seperti yang dibawah ini:

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

Sumber : Umar, 2008:170

Keterangan :

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

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian dijumlahkan, seperti dibawah ini:

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

Sumber : Umar, 2009:172

Keterangan :

n = Jumlah responden

X = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Perhitungan realibilitas pertanyaan peneliti lakukan dengan bantuan software SPSS 21 for windows, hal ini dikarnakan $C\sigma$ dari masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbach* ($C\sigma$) merupakan statistik paling umum yang digunakan untuk menguji realibilitas sebuah instrument.

Berikut table 3.5 mengenai hasil pengujian realibilitas dari instrument penelitian ini:

Table 3.5
Hasil pengujian reliabilitas instrument penelitian

no	variable	$C\sigma_{hitung}$	$C\sigma$	keterangan
service experience				
1	perceived	0,912	0,700	reliable
2	expected	0,986	0,700	reliable

Sumber : pengolahan data 2016

Tabel 3.5 menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki nilai $C\sigma_{hitung}$ lebih besar dibandingkan dengan nilai koefisien *alpha cronbach* yaitu 0,700, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa instrumen penelitian yang digunakan memiliki tingkat keterandalan tinggi (reliabel).

3.2.7. Teknik Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.2.7.1. Rancangan Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis data deskriptif dan verifikatif. Analisis deskriptif digunakan peneliti untuk mencari hubungan yang ada antara variabel, dengan analisis korelasi. Media yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah angket/kuisisioner. Angket/ kuisisioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Yang nantinya akan memberikan

keterangan dan data mengenai pengaruh *service experience* terhadap *customer satisfaction*.

Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu:

1. Analisis deskriptif tentang *service experience* di Javana Bistro yang terdiri dari *social interaction*, *core service* dan *physical enviroment*
2. Analisis deskriptif tentang *customer satisfaction* konsumen Javana Bistro yang terdiri dari *expected quality* dan *perceived quality*

Alat yang digunakan untuk analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan penafsiran dari Ali (1985:184), kategori hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran sebagai berikut :

TABEL 3.6

KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN DIGUNAKAN UNTUK ANALISIS DESKRIPTIF

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak seorangpun
2	1%-25%	Sebagian kecil
3	26%-49%	Hampir setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51%-75%	Sebagian besar
6	76%-99%	Hampir seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber : Ali (1985:184)

Analisis verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk menguji sebuah hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dalam sebuah penelitian kuantitatif analisa data dapat dilakukan setelah seluruh data responden terkumpul. Kegiatan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menyusun Data

Kegiatan menyusun data ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini:

- a. Memberikan skor pada setiap item yang diteliti
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item yang diteliti
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

3. Menganalisis Data

Menganalisis data merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh sebuah kesimpulan. Dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.

4. Pengujian

Proses pengujian dalam penelitian ini menggunakan metode verifikatif, maka dilakukan analisis regresi berganda.

3.2.7.2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan langkah terakhir dalam menganalisis data. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi (*regression analysis*). Analisis regresi digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan besarnya pengaruh dari variabel independen (variabel X) yaitu *service experience* yang terdiri dari *social interaction* (X1), *core service* (X2), dan *physical environment* (X3) terhadap variabel dependen (variabel Y) yaitu *customer satisfaction*.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka perlu ditransformasi menjadi berupa skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval*. Untuk lebih jelasnya analisis regresi berganda akan peneliti lakukan dengan langkah-langkah seperti dibawah ini:

1. *Method of Successive Interval*

Skala yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan penilaian. menurut Suliyanto (2005:26) *Method of Successive Interval* merupakan metode pengubah data ordinal menjadi skala internal berurutan.

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Membuat frekuensi data, tiap jawaban masing-masing kategori.
- b. Membuat proporsi dengan cara membagi frekuensi dalam setiap jawaban dengan seluruh responden.
- c. Membuat proporsi kumulatif
- d. Menentukan nilai Z untuk setiap jawaban berdasarkan nilai frekuensi kumulatif yang telah diperoleh
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap jawaban.
- f. Hitung skor (nilai transformasi) untuk setiap pilihan jawaban persamaan berikut:

$$\text{Score} = \text{score value} + 1 \text{ scale value}_{\text{minimum}} - 1$$

2. Uji Asumsi Regresi

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Teknik analisis regresi dilakukan dengan prosedur kerja seperti dibawah ini:

- a. Uji Asumsi Normalitas

Sebuah model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas. Adapun untuk pengolahan data peneliti lakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 21 for windows

- b. Uji Asumsi Heteroskedestisitas

Heteroskedestisitas merupakan varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi menyebar.

Residu pada heteroskedestisitas semakin membesar apabila pengamatan semakin besar pula. Suatu regresi dapat dikatakan tidak terdeteksi heteroskedestisitas apabila penyebaran terhadap harga-harga prediksi tidak membentuk sebuah pola tertentu (meningkat atau menurun), pada penelitian ini digunakan dengan melihat gambar setiap variabel pada gambar *partial regression plots* dimulai dari sisi kiri bawah kearah sisi kanan atas. Jika terlihat sebaran data tersebut maka

dapat ditarik kesimpulan sebaran data sudah mengikuti persyaratan model keseluruhan tiap data.

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan adanya hubungan yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi, terdapatnya lebih dari satu hubungan linier pasti.

3. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Menurut Sugiyono (2010:269) Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi merupakan korelasi antara dua variabel yang tidak mempunyai hubungan sebab akibat, atau hubungan fungsional. Menurut Sugiyono, persamaan koefisien korelasi dinyatakan dalam rumus :

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

Keterangan :

r = koefisien korelasi ($-1 \leq r \leq +1$), dimana :

x = variabel bebas

y = variabel terikat

n = jumlah sampel

Adapun menurut sugiyono untuk menginterpretasikan hasil penelitian korelasi adalah sebagai berikut :

TABEL 3.7

INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

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

Sumber : Sugiyono (2012:250)

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam menggunakan koefisien determinasi dinyatakan dalam bentuk persentase sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y, dengan asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$ menggunakan rumus seperti dibawah ini:

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

(Riduwan, 2010:81)

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi

5. Teknik Analisis Linier Regresi Berganda

Teknik analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier ganda (*multiple linier regression*). Analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) yang memtkikan ada atau tidak adanya hubungan sebab akibat antara dua variabel tersebut.

Menurut Sugiyono (2012:277) regresi berganda digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independe sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Berdasarkan dari tujuan penelitian ini maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu *service experience* yang terdiri dari *social interaction*, *core service* dan *physical environment* Sedangkan variabel dependennya adalah *customer satisfaction*. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi maka data setiap variabel harus tersedia. Berdasarkan data

tersebut peneliti harus menemukan persamaan regresi berganda melalui perhitungan sebagai berikut :

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

Keterangan :

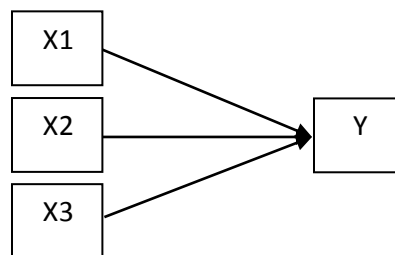
Y = subjek dalam variabel dependen yang diprediksi (customer satisfaction)

a = Harga Y bila X=0

b = angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu, X1, X2, X3 = variabel penyebab (X1 = *social interaction*), (X2 = *core service*), (X3 = *physical enviroment*).

Analisi regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan kedalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel yang paling dominan terhadap variabel dpnden, lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.1 berikut ini.



REGRESI BERGANDA

GAMBAR 3.1

Keterangan :

X1 = *Social Interaction*

$X_2 = \text{Core Service}$

$X_3 = \text{Physical Environment}$

$Y = \text{Customer Satisfaction}$

Langkah terakhir dalam analisis data adalah menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang jelas dan dapat dipercaya antara variabel independen dengan variabel dependen, yang pada akhirnya akan mengambil kesimpulan H_0 ditolak dengan H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh *service experience* terhadap *customer satisfaction*.

$H_0 : \rho \neq 0$, artinya terdapat pengaruh *service experience* terhadap *customer satisfaction*

Adapun untuk membantu peneliti dalam mengelola data dan pengujian hipotesis, peneliti menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 21.0 for windows dan juga dibantu *software Microsoft office excel*.