

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh *dining experince* terhadap kepuasan konsumen. Menurut Uma Sekaran (2013:68) "Variabel adalah segala sesuatu yang memiliki perbedaan atau variasi nilai. Variabel pada penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu *independent variabel* atau variabel bebas dan *dependent variabel* atau variabel terikat. Menurut Uma Sekaran (2013:69) "*Independent variabel* atau variabel bebas merupakan salah satu yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif atau negatif. Sedangkan *dependent variabel* atau variabel terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti.

Variabel bebas pada penelitian ini adalah *dining experience* sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Objek dari penelitian ini adalah pengunjung dari The Peak *Resort Dining* Bandung. Adapun penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun yang dilakukan pada kurun waktu tertentu oleh karena itu metode yang digunakan adalah *cross section method*. Uma Sekaran mengungkapkan (2013:106) mengungkapkan "Penelitian *cross sectional* adalah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali yang dilakukan selama periode hari, minggu, atau bulan untuk menjawab pertanyaan penelitian". Berdasarkan variabel-variabel tersebut akan dianalisis bagaimana tanggapan konsumen The Peak *Resort Dining* mengenai *dining experience* di The Peak *Resort Dining* dan pengaruhnya dengan kepuasan konsumen setelah datang ke The Peak *Resort Dining*.

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan**

Uma Sekaran (2013:100) mengungkapkan "penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama sesuatu biasanya karakteristik pasar atau fungsi yang dilakukan untuk menjelaskan sesuatu". Adapun penelitian verifikatif yang diterangkan "Penelitian untuk menguji pengujian kebenaran kausal, yaitu hubungan antara variabel independen dengan

dependen” Maholtra (2009:104). Pada penelitian akan diuji mengenai gambaran pengaruh atribut *dining experience* terhadap kepuasan konsumen di The Peak Resort Dining.

Berdasarkan jenis penelitian variabel-variabel tersebut, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif *survey* dan *explanatory survey*. *Explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Maholtra (2010:96) Penjelasan penelitian dalam bentuk wawancara atau kelompok fokus dapat memberikan wawasan yang berharga. Pada penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti. *Explanatory survey* ini bertujuan dari penelitian, yaitu untuk mengeksplorasi/meneliti melalui masalah atau situasi untuk mendapatkan wawasan dan pemahaman.

### 3.2.2 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel yang diteliti dalam penelitian tergolong ke dalam dua variabel yaitu variabel *independent* (bebas) adalah *dining experience*. Variabel *dependet* (Y) adalah *customer satisfaction* atau kepuasan konsumen di The Peak Resort Dining Bandung. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel masing-masing dapat dilihat pada table 3.1 berikut

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN**

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
<p><i>Dining Experience(X)</i>“<i>dining experience was includes customer’s judgment on their overall experience, started with the quality of food and service to the restaurant environment</i>”. Ryu &amp; Han (2010)</p>					

<b>Food Quality (X<sub>1</sub>)</b>	Merujuk kepada komponen <i>dining experience</i> yang bersifat nyata, berwujud dan dapat disentuh serta dirasakan dengan panca indra, yaitu produk makanan dan minuman yang ditawarkan The Peak Resort Dining (Kasapila, 2006:47)	1. Presentasi makanan dan minuman	Tingkat daya tarik presentasi makanan dan minuman yang disajikan di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	A.1
		2.Karakteristik sensori (panca indera)	Tingkat kualitas rasa makanan dan minuman yang disajikan di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	A.2
			Tingkat kesesuaian tekstur dari makanan dan minuman yang disajikan di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	A.3
			Tingkat kesesuaian temperatur dari makanan dan minuman yang disajikan di The Peak	<i>Ordinal</i>	A.4

			<i>Resort Dining</i>		
			Tingkat daya tarik aroma dari makanan dan minuman yang disajikan di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	A.5
		3. Variasi pilihan menu makanan dan minuman	Tingkat variasi menu makanan dan minuman yang terdapat dalam menu The Peak <i>Dining Resort</i>	<i>Ordinal</i>	A.6
		4. <i>Valueformoney</i>	Tingkat kesesuaian harga dengan porsi dan kualitas makanan dan minuman yang disajikan di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	A.7
			Tingkat kesesuaian harga dengan nilai yang	<i>Ordinal</i>	A.8

			didapat ketika mengkonsumsi makanan dan minuman yang disajikan di The Peak <i>Resort Dining</i>		
<i>Service Quality (X<sub>2</sub>)</i>	Merujuk kepada salah satu aspek <i>dining experience</i> yang bersifat <i>intangible</i> atau tidak berwujud dan tidak dapat disentuh, yaitu proses pelayanan atau penyampaian nilai-nilai dari The Peak <i>Resort Dining</i> (Zeithaml Et.Al, 2013:87)	1. <i>Reliability</i>	Tingkat kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan oleh pegawai di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	B.1
		2. <i>Responsiveness</i>	Tingkat kemudahan konsumen dalam mendapat bantuan dari pegawai di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	B.2
		3. <i>Assurance</i>	Tingkat kepercayaan konsumen terhadap pengetahuan pegawai di	<i>Ordinal</i>	B.3

			The Peak <i>Resort Dining</i>		
			Tingkat keramahan pegawai saat melayani konsumen di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	B.4
		4. <i>Emphaty</i>	Tingkat kepedulian pegawai kepada konsumen di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	B.5
		5. <i>Tangibles</i>	Tingkat kerbersihan dan penampilan pegawai di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	B.6
			Tingkat kebersihan peralatan makan dan minum di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	B.7
<b><i>Physical</i></b>	Aspek atau	1. <i>Ambient</i>	Tingkat daya	<i>Ordinal</i>	C.1

<b>Environment</b> (X <sub>3</sub> )	unsur yang membuat konsumen merasa rileks dan menikmati suasana selama mereka berada di sebuah restoran (Kasapila, 2006:47)	<i>conditions</i>	tarik dekorasi di The Peak <i>Resort Dining</i>		
			Tingkat keselarasan musik yang diputar dengan suasana yang ada di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	C.2
			Tingkat keselarasan tata cahaya di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	C.3
		2. <i>Signs, symbols and artifact</i>	Tingkat keselarasan dekorasi meja di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	C.4
			Tingkat kelengkapan peralatan makan di meja makan The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	C.5
			Tingkat daya tarik desain	<i>Ordinal</i>	C.6

			daftar menu di The Peak <i>Resort Dining</i>		
		3. <i>Spatial layout and functionally</i>	Tingkat kesesuaian dan kenyamanan tata letak meja dan kursi di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	C.7
			Tingkat keselarasan tata letak pintu masuk dan jalur untuk berjalan di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	C.8
			Tingkat kebersihan di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	C.9
<p><b>Kepuasan Konsumen(Y)</b> <i>Satisfaction is a person's feeling of pleasure or disappointment that result from comparing a product's perceived performance falls short of expectations, the customer is dissatisfied. If the performance matches the expectations, the customer is highly satisfied or delighted. (Kotler &amp; Keller, 2012:150)</i></p>					
		Perbandingan antara kenyataan	Tingkat perbandingan antara	<i>Ordinal</i>	A.1



		( <i>perceived</i> ) dan harapan ( <i>expectation</i> ) dengan <i>food</i> <i>quality</i>	kenyataan dan harapan mengenai daya tarik presentasi makanan dan minuman yang disajikan di The Peak <i>Resort Dining</i>		
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas kualitas rasa makanan dan minuman yang disajikan di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	A.2
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas tekstur dari makanan dan minuman yang disajikan di The Peak <i>Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	A.3

			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas temperatur dari makanan dan minuman yang disajikan di The Peak Resort Dining	<i>Ordinal</i>	A.4
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas daya tarik aroma dari makanan dan minuman yang disajikan di The Peak Resort Dining	<i>Ordinal</i>	A.5
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas variasi menu makanan dan minuman yang terdapat di daftar menu The Peak Resort	<i>Ordinal</i>	A.6

			<i>Dining</i>		
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas kesesuaian harga dengan porsi dan kualitas makanan dan minuman yang disajikan di <i>The Peak Resort</i>	<i>Ordinal</i>	A.7
			<i>Dining</i>		
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas kesesuaian harga dengan nilai yang didapat ketika mengkonsumsi makanan di <i>The Peak Resort</i>	<i>Ordinal</i>	A.8
		Perbandingan antara kenyataan ( <i>perceived</i> )	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas	<i>Ordinal</i>	B.1

		dan harapan ( <i>expectation</i> ) dengan <i>service</i> <i>quality</i>	kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan pegawai The Peak Resort Dining		
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas kemudahan konsumen dalam mendapat bantuan dari pegawai The Peak Resort Dining	<i>Ordinal</i>	B.2
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas kepercayaan konsumen dari pengetahuan pegawai The Peak Resort Dining	<i>Ordinal</i>	B.3
			Tingkat perbandingan	<i>Ordinal</i>	B.4

			antara kenyataan dan harapan atas keramahan pegawai saat melayani konsumen		
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas kepedulian pegawai kepada konsumen <i>The Peak Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	B.5
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas kebersihan penampilan pegawai <i>The Peak Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	B.6
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas kebersihan peralatan makan	<i>Ordinal</i>	B.7

			dan minum di The Peak Resort <i>Dining</i>		
		Perbandingan antara kenyataan ( <i>perceived</i> ) dan harapan ( <i>expectation</i> ) dengan <i>physical</i> <i>environment</i>	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas daya tarik dekorasi di The Peak Resort <i>Dining</i>	<i>Ordinal</i>	C.1
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas kesesuaian musik yang diputar di area The Peak Resort <i>Dining</i>	<i>Ordinal</i>	C.2
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas tata pencahayaan di area The Peak Resort <i>Dining</i>	<i>Ordinal</i>	C.3
			Tingkat perbandingan	<i>Ordinal</i>	C.4

			antara kenyataan dan harapan atas kesesuaian dekorasi meja di <i>The Peak Resort Dining</i>		
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas kelengkapan peralatan makan di meja makan <i>The Peak Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	C.5
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas daya tarik desain daftar menu di <i>The Peak Resort Dining</i>	<i>Ordinal</i>	C.6
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas kesesuaian tata letak meja dan	<i>Ordinal</i>	C.7

			kursi di The Peak Resort Dining		
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas kesesuaian tata letak pintu masuk dan jalur untuk berjalan di The Peak Resort Dining	Ordinal	C.8
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan atas kebersihan di The Peak Resort Dining	Ordinal	C.9

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2016)

### 3.2.3 Jenis Dan Sumber Data

Data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu, Silalahi (2012:280) “Data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu”. Data diperoleh melalui suatu proses yang disebut pengumpulan data. Pengumpulan data dapat didefinisikan sebagai satu proses mendapatkan data empiris melalui responden dengan menggunakan metode tertentu.

Berdasarkan jenis dan sumbernya dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Silalahi (2012:289) berdasarkan sumbernya, data



dalam penelitian dapat dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah suatu objek atau dokumen original-material mentah dari pelaku yang disebut *first-hand-information*.

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Data dan sumber yang dipergunakan dalam penelitian ini yang selanjutnya dapat dilihat pada Tabel 3.2 sebagai berikut

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

<b>No.</b>	<b>Jenis Data</b>	<b>Sumber Data</b>	<b>Kategori Data</b>
<b>1</b>	Kepuasan konsumen The Peak Resort Dining 2014-2016	<i>Marketing</i> The Peak <i>Resort Dining</i>	Sekunder
<b>2</b>	Omzet The Peak Resort Dining	<i>Management</i> The Peak <i>Resort Dining</i>	Sekunder
<b>3</b>	Implementasi mengenai <i>dining experience</i> di The Peak Resort Dining	<i>Management</i> The Peak <i>Resort Dining</i>	Sekunder
<b>4</b>	Tanggapan responden terhadap implementasi <i>dining experience</i> di The Peak Resort Dining	Konsumen The Peak <i>Resort Dining</i>	Primer

5	Tanggapan responden terhadap kepuasan di The Peak <i>Resort Dining</i>	Konsumen The Peak <i>Resort Dining</i>	Primer
---	--	--	--------

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik *sampling*

#### 3.2.4.1 Populasi

Di dalam penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data tersebut digunakan untuk mengambil keputusan untuk menguji hipotesis. Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin mempelajari sifat-sifatnya. Dalam pengumpulan dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu.

Dikarenakan populasi adalah aspek awal dalam penentuan sampel, seorang ahli berpendapat “Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti”, Uma Sekaran (2013:240). Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya. Populasi sasaran merupakan populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian, apabila sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Berdasarkan pengertian populasi di atas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke The Peak Resort Dining Bandung. Menurut sumber dari *management* The Peak Dining Resort data pengunjung di tahun 2016 sebanyak 49.725 konsumen.

#### 3.2.4.2 Sampel

Menurut Cooper (2011:88) yang dimaksud dengan sampel adalah “*a portion of target population and portio must be carefully selected to represent*

*that population*". Salah satu syarat dalam penarikan sampel adalah sampel tersebut harus bersifat *representative*, artinya sampel yang digunakan harus mewakili populasi, maka diupayakan agar setiap subjek dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Banyaknya jumlah populasi tidak memungkinkan untuk dilakukan penelitian karena beberapa keterbatasan, dalam penelitian ini peneliti mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan syarat bagian atau sampel yang diambil harus mewakili yang lain yang tidak diteliti.

Rumus Slovin (Husein Umar, 2008:141) merupakan salah satu rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, ukuran sampel merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan presentase kelonggaran ketidakteelitian, karena dalam pengambilan sampel dapat ditolerir atau diinginkan. Dalam pengambilan sampel digunakan taraf kesalahan sebesar 10%. Berikut rumus yang digunakan :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir (e = 0.1)

Dengan menggunakan rumus Slovin, maka dapat ditentukan ukuran sampel dari populasi konsumen The Peak Resort Dining sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{49725}{1 + 49725(0.1)^2} = \frac{49725}{1 + 49725(0.01)} \\ &= \frac{49725}{498.25} = 99.79 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas didapatkan ukuran sampel sebanyak 99,79. Namun agar sampel yang digunakan representatif, maka peneliti menambah sedikit sampel menjadi 100 orang.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Pabundu (2008:40) mengemukakan bahwa “teknik sampling adalah cara pengambilan sampel dengan metode tertentu”. Pada dasarnya ada dua tipologi dari teknik pengambilan sampling yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling* (Ulber Silalahi, 2009:257). *Probability sampling* meliputi sampling acak sederhana (*simple random sampling*), sampling sistematis, sampling distratifikasi dan sampling bergugus. *Non probability sampling* meliputi *convenience sampling*, *judgment sampling*, *quota sampling*, dan *snowball sampling*.

Responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini bersifat homogeny, sehingga untuk mendapatkan sampel yang representatif digunakan *systematic random sampling*. Menurut Sugiyono (2010:77) yang dimaksud dengan *systematic random sampling* adalah “metode untuk mengambil sampel secara sistematis dengan jarak atau interval tertentu dari suatu kerangka sampel yang telah diurutkan. Dengan demikian, tersedianya populasi sasaran yang tersusun (*Ordered Population Target*) merupakan prasyarat penting bagi dimungkinkannya pelaksanaan pengambilan sampel dengan metode acak sistematis”. Metode ini memiliki kelebihan, yaitu bisa dilakukan sekalipun tidak ada kerangka sampling.

Menurut Harun Al Rasyid (1994:66). Langkah-langkah yang dilakukan penulis untuk penarikan sampel adalah sebagai berikut:

1. Tentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang dijadikan populasi sasaran adalah seluruh konsumen yang telah berkunjung ke *The Peak Resort Dining*
2. Tentukan tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang dijadikan *checkpoint* adalah *The Peak Resort Dining*
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu kongkrit yang digunakan oleh peneliti adalah hari Jum’at, Sabtu, dan Minggu
4. Melaksanakan orientasi lapangan, terutama pada *checkpoint*. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama kepadatan pengunjung. Berdasarkan survey yang telah dilakukan

sebelumnya, diketahui konsumen yang datang ke *The Peak Resort Dining* adalah 49725 di tahun 2016.

5. Tentukan ukuran sampel. Dalam penelitian ini, berdasarkan rumus slovin yang digunakan didapatkan sampel sejumlah 99,79 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan data yang akurat dan lebih spesifik. Uma Sekaran (2013:116) Teknik pengumpulan data secara umum terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data untuk memperoleh data dan informasi dari narasumber secara lisan. Proses wawancara dilakukan dengan cara tatap muka secara langsung dengan narasumber yakni pihak *management* dan para pegawai dari *The Peak Resort Dining* Bandung. Adapun tujuan dari dilakukannya wawancara ini yakni untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan dan segala aset yang dianggap merupakan bagian dari *dining experience* di *The Peak Resort Dining* Bandung.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan peninjauan serta pengamatan secara langsung terhadap gejala yang tampak pada objek yang diteliti, yakni *The Peak Resort Dining* Bandung, khususnya mengenai *dining experience* dan kepuasan konsumen.

3. Angket/Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden). Instrumen atau alat pengumpulan datanya juga disebut angket berisi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau direspon oleh responden. Responden mempunyai kebiasaan untuk

memberikan jawaban atau respon sesuai dengan persepsinya. Kuesioner merupakan metode penelitian yang harus dijawab responden untuk menyatakan pandangannya terhadap suatu persoalan. Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman pengunjung pada keseluruhan hasil dari *dining experience* terhadap kepuasan konsumen. Kuesioner ditujukan kepada pengunjung *The Peak Resort Dining* Bandung.

#### 4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi terkait teori-teori yang berhubungan dengan masalah variabel yang diteliti, yang terdiri dari dimensi *dining experience* dan kepuasan konsumen baik melalui buku maupun jurnal serta artikel yang diterbitkan. Untuk mengetahui lebih jelas bagaimana teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.3 berikut:

**TABEL 3.3**  
**TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Wawancara	<i>Management, waiter, waitress, dan chef</i> The Peak Resort Dining Bandung,
2	Observasi	Pelaksanaan <i>dining experience</i> dan kepuasan konsumen di The Peak Resort Dining
3	Angket/Kuesioner	Pengunjung The Peak Resort Dining Bandung
4	Studi Literatur	<i>Dining experience</i> dan kepuasan konsumen di The Peak Resort Dining Bandung

Sumber: Pengolahan data 2017

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis data untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar tidaknya data tergantung dari instrumen pengumpulan data. Sedangkan instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu validitas dan reliabilitas. Berdasarkan data yang telah diperoleh dari responden melalui kuesioner yang telah terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *dining experience* (X) memiliki pengaruh atau tidak terhadap kepuasan konsumen yang merupakan variabel *dependent* (Y).

Sebelum melakukan analisis data, dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software computer* program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 22 for windows.

#### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Menurut Arikunto (2009:168) mengemukakan bahwa “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen.” Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Menurut Uma Sekaran (2013:225) “Validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel berpendapat faktorial

validitas dapat dilakukan dengan mengajukan data untuk analisis factor.” untuk memperoleh instrumen yang valid harus diperhatikan langkah-langkah dalam menyusun instrumen, yaitu memecah variabel menjadi subvariabel dan indikator, setelah itu memasukkannya ke dalam butir-butir pertanyaan. Arikunto (2009:145) mengemukakan bahwa apabila langkah tersebut dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas yang logis, dikatakan logis karena validitas ini diperoleh dengan suatu usaha hati-hati melalui cara-cara yang benar sehingga menurut logika akan dicapai suatu tingkat validitas yang dikehendaki.

Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas menggunakan nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai teknik korelasi *product moment* (dikemukakan oleh Pearson). Rumus teknik korelasi *product moment* yakni sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien validitas yang dicari

$n$  = Jumlah sampel atau banyaknya responden

$x$  = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

$y$  = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

$\sum x$  = Jumlah faktor variabel  $x$

$\sum y$  = Jumlah faktor variabel  $y$

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat faktor variabel  $x$

$\sum y^2$  = Jumlah kuadrat faktor variabel  $y$



$\square xy$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel  $x$  dan  $y$

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil atau sama dengan  $r_{tabel}$  atau  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ .

Berikut hasil uji validitas tiap variabel:

**TABEL 3.4**  
**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL *FOOD QUALITY (EXPECTED)***

Pernyataan	Koefisien validitas	Titik kritis	Kesimpulan
1. Daya tarik presentasi makanan dan minuman yang disajikan di The Peak Resort Dining	0,410	0,3	Valid
2. Kualitas rasa makanan dan minuman yang disajikan di The Peak Resort Dining	0,490	0,3	Valid
3. Kesesuaian tekstur dari makanan dan minuman yang disajikan di The Peak Resort Dining	0,378	0,3	Valid
4. Kesesuaian temperatur dari makanan dan minuman yang disajikan di The Peak Resort Dining	0,332	0,3	Valid
5. Daya tarik aroma dari makanan dan minuman yang disajikan di The Peak Resort Dining	0,501	0,3	Valid
6. Variasi menu makanan dan minuman yang terdapat dalam menu The Peak Dining Resort	0,565	0,3	Valid
7. Kesesuaian harga dengan porsi dan kualitas makanan dan minuman yang disajikan di The Peak Resort Dining	0,349	0,3	Valid
8. Kesesuaian harga dengan nilai yang didapat ketika mengkonsumsi makanan dan minuman yang disajikan di The Peak Resort Dining	0,415	0,3	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2017

**TABEL 3.5**  
**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL *SERVICE QUALITY (EXPECTED)***

Pernyataan	Koefisien validitas	Titik kritis	Kesimpulan
1. Kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan oleh pegawai di The Peak Resort	0,410	0,3	Valid

<b>Pernyataan</b>	<b>Koefisien validitas</b>	<b>Titik kritis</b>	<b>Kesimpulan</b>
Dining			
2.Kemudahan konsumen dalam mendapat bantuan dari pegawai di The Peak Resort Dining	0,490	0,3	Valid
3.Kepercayaan konsumen terhadap pengetahuan pegawai di The Peak Resort Dining	0,378	0,3	Valid
4.Keramahan pegawai saat melayani konsumen di The Peak Resort Dining	0,332	0,3	Valid
5.Kepedulian pegawai kepada konsumen di The Peak Resort Dining	0,501	0,3	Valid
6.Kebersihan dan penampilan pegawai di The Peak Resort Dining	0,565	0,3	Valid
7.Tingkat kebersihan peralatan makan dan minum di The Peak Resort Dining	0,349	0,3	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2017

**TABEL 3.6**  
**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL *PHYSICAL ENVIRONMENT***  
**(*EXPECTED*)**

<b>Pernyataan</b>	<b>Koefisien validitas</b>	<b>Titik kritis</b>	<b>Kesimpulan</b>
1.Daya tarik dekorasi di The Peak Resort Dining	0,353	0,3	Valid
2.Keselarasn music yang diputar dengan suasana yang ada di The Peak Resort Dining	0,384	0,3	Valid
3.Keselarasn tata cahaya di The Peak Resort Dining	0,316	0,3	Valid
4.Keselarasn dekorasi meja di The Peak Resort Dining	0,491	0,3	Valid
5.Kelengkapan peralatan makan di meja makan The Peak Resort Dining	0,467	0,3	Valid
6.Daya tarik desain daftar menu di The Peak Resort Dining	0,541	0,3	Valid
7.Kesesuaian dan kenyamanan tata letak meja dan kursi di The Peak Resort Dining	0,583	0,3	Valid
8.Keselarasn tata letak pintu masuk dan jalur untuk berjalan di The Peak Resort Dining	0,455	0,3	Valid
9.Kebersihan di The Peak Resort Dining	0,407	0,3	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2017

**TABEL 3.7**  
**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL *FOOD QUALITY***  
**(*PERCEIVED*)**

<b>Pernyataan</b>	<b>Koefisien validitas</b>	<b>Titik kritis</b>	<b>Kesimpulan</b>
1. Daya tarik presentasi makanan dan minuman yang disajikan di The Peak Resort Dining	0,606	0,3	Valid
2. Kualitas rasa makanan dan minuman yang disajikan di The Peak Resort Dining	0,449	0,3	Valid
3. Kesesuaian tekstur dari makanan dan minuman yang disajikan di The Peak Resort Dining	0,553	0,3	Valid
4. Kesesuaian temperatur dari makanan dan minuman yang disajikan di The Peak Resort Dining	0,459	0,3	Valid
5. Daya tarik aroma dari makanan dan minuman yang disajikan di The Peak Resort Dining	0,501	0,3	Valid
6. Variasi menu makanan dan minuman yang terdapat dalam menu The Peak Dining Resort	0,637	0,3	Valid
7. Kesesuaian harga dengan porsi dan kualitas makanan dan minuman yang disajikan di The Peak Resort Dining	0,346	0,3	Valid
8. Kesesuaian harga dengan nilai yang didapat ketika mengkonsumsi makanan dan minuman yang disajikan di The Peak Resort Dining	0,478	0,3	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2017

**TABEL 3.8**  
**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL *SERVICE QUALITY (PERCEIVED)***

<b>Pernyataan</b>	<b>Koefisien validitas</b>	<b>Titik kritis</b>	<b>Kesimpulan</b>
1. Kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan oleh pegawai di The Peak Resort Dining	0,554	0,3	Valid
2. Kemudahan konsumen dalam mendapat bantuan dari pegawai di The Peak Resort Dining	0,438	0,3	Valid
3. Kepercayaan konsumen terhadap pengetahuan pegawai di The Peak Resort Dining	0,589	0,3	Valid
4. Keramahan pegawai saat melayani konsumen di The Peak Resort Dining	0,384	0,3	Valid
5. Kepedulian pegawai kepada konsumen di The Peak Resort Dining	0,696	0,3	Valid
6. Kebersihan dan penampilan pegawai di The Peak Resort Dining	0,632	0,3	Valid
7. Tingkat kebersihan peralatan makan dan minum di The Peak Resort Dining	0,533	0,3	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2017

**TABEL 3.9**

**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL *PHYSICAL ENVIRONMENT*  
(*PERCEIVED*)**

Pernyataan	Koefisien validitas	Titik kritis	Kesimpulan
1. Daya tarik dekorasi di The Peak Resort Dining	0,481	0,3	Valid
2. Keselarasan music yang diputar dengan suasana yang ada di The Peak Resort Dining	0,562	0,3	Valid
3. Keselarasan tata cahaya di The Peak Resort Dining	0,511	0,3	Valid
4. Keselarasan dekorasi meja di The Peak Resort Dining	0,572	0,3	Valid
5. Kelengkapan peralatan makan di meja makan The Peak Resort Dining	0,598	0,3	Valid
6. Daya tarik desain daftar menu di The Peak Resort Dining	0,340	0,3	Valid
7. Kesesuaian dan kenyamanan tata letak meja dan kursi di The Peak Resort Dining	0,508	0,3	Valid
8. Keselarasan tata letak pintu masuk dan jalur untuk berjalan di The Peak Resort Dining	0,375	0,3	Valid
9. Kebersihan di The Peak Resort Dining	0,509	0,3	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2017

Dari tabel 3.4-3.9, dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan *expected* dan *perceived* yang membentuk variabel *food quality*, *service quality* dan *physical environment* memiliki nilai koefisien validitas > titik kritis (0,30) sehingga seluruh pernyataan dinyatakan **valid**.

### 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Dalam kata lain reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrument memiliki akurasi nilai untuk dapat dipercaya, dan digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Menurut Maholtra (2009:317) "Reliabilitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila diukur beberapa kali dengan alat ukur yang sama". Uma Sekaran (2013:228) berpendapat bahwa pengujian reliabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran itu tanpa prasangka (bebas dari kesalahan)

dan karenanya memastikan pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dan di berbagai item dalam instrument.

Dalam pandangan positivistik, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Adapun rumus Cronbach`s alpha adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{(k-1)} \right) \left( \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Jumlah butir pertanyaan

$\sigma_1^2$  = Varians total

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varians butir

Jumlah variasi butir dapat dicari dengan cara mencari nilai variasi setiap butir terlebih dahulu kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum x^2 \left( \frac{\sum x^2}{n} \right)}{n}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah Sampel

$\sigma$  = Nilai Varians

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

Koefisien Cronbach`s Alpha merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrument penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien Cronbach`s Alpha lebih besar atau sama dengan 0,700. Uma Sekaran (2006:177) mengemukakan: *Cronbach`s Alpha* adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. *Cronbach`s Alpha* dihitung dalam hal rata rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *Cronbach`s Alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal, digunakan uji reliabilitas yang gunanya untuk

mengetahui ketetapan nilai kuesioner, artinya instrumen penelitian bila diujikan pada kelompok yang sama walaupun pada waktu yang berbeda hasilnya akan sama.

Berikut hasil uji reliabilitas tiap variabel:

**TABEL 3.10**  
**HASIL RELIABILITAS TIAP VARIABEL**

No	Variabel	Koefisien reliabilitas	Nilai kritis
1	<i>Food quality</i>	0,860	0,7
2	<i>Service quality</i>	0,907	0,7
3	<i>Physical Environment</i>	0,874	0,7

Sumber : Hasil Pengolahan data 2017

Nilai reliabilitas butir pernyataan pada kuesioner masing-masing variabel yang sedang diteliti lebih besar dari 0.7 hasil ini menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan pada kuesioner andal untuk mengukur variabelnya.

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data

Rancangan analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data dalam rangka pengujian hipotesis. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian.,Teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu tamu yang berkunjung ke The Peak Resort Dining Bandung.

Penelitian ini menggunakan dua jenis analisis data, yaitu analisis data deskriptif dan analisis data verifikatif, berupa pengujian hipotesis menggunakan uji statistik. Pengolahan data dari hasil wawancara kuesioner dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu :

#### 1. Menyusun Data

Kegiatan seleksi data ditujukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

## 2. Tabulasi Data, yaitu :

- a. Memberi skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert (Likert's Summated Ratings)*. Skala likert digunakan untuk mengukur dimensi sikap yang terdiri dari *cognitive domain* (tahu atau tidak tahu), *affective domain* (perasaan), dan *conative domain* (tingkah laku). Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket/kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian, yakni memberikan analisis pengaruh *dining experience* terhadap kepuasan konsumen di The Peak Resort Dining. Untuk setiap pertanyaan dari angket diberikan 5 alternatif jawaban.

**TABEL 3.11****SKOR ALTERNATIF JAWABAN PERTANYAAN VARIABEL X DAN Y**

Alternatif Jawaban	Sangat Tinggi	Tinggi	Cukup Tinggi	Rendah	Sangat Rendah
Positif	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5

3. Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel X yang terdapat di objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal.
  - a) Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden.
  - b) Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden
  - c) Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
  - d) Jarak Interval = jenjang : banyaknya kelas interval.

### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul dari jawaban responden. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu:

1. Analisis deskripsi tanggapan responden mengenai *dining experience* di The Peak Resort Dining Bandung
2. Analisis deskripsi tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen The Peak Resort Dining Bandung yang terdiri dari *expected* dan *perceived*.

Setiap pendapat responden atas pernyataan diberi poin, untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas adalah sebagai berikut:

**TABEL 3.12**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PENGHITUNGAN RESPONDEN**

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 (2008:184)

### 3.2.7.2 Rancangan Analisis Verifikatif

Analisis data verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitik beratkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi linier berganda (*multiple linier regression*).



Analisis verifikatif dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan melalui beberapa tahap sebagai berikut:

1. Mengecek lembar jawaban yang telah diisi oleh responden untuk mengetahui kelengkapan hasil jawaban responden yang akan menentukan kelayakan lembar jawaban tersebut untuk diolah lebih lanjut.
2. Menghitung bobot nilai dengan menggunakan skala *ordinal* dalam pilihan jawaban.
3. Rekapitulasi nilai angket *X (Dining Experience)* yang terdiri dari *Food Quality (X<sub>1</sub>)*, *Service Quality (X<sub>2</sub>)* dan *Physical Environment (X<sub>3</sub>)* serta dari variabel *Y (kepuasan konsumen)* yang terdiri dari *Expected(Y<sub>1</sub>)* dan *Perceived (Y<sub>2</sub>)*.
4. Mentransformasikan data dengan skala ordinal menjadi data dengan skala interval.
5. Menganalisis data yang telah diolah menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasikan data tersebut dalam sebuah kesimpulan.

Tahap pengujian hipotesis berdasarkan hasil analisis data. Untuk memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis regresi berganda maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data dengan skala ordinal (*ordinal scale*) yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi penilaian. Sebelum dilakukan perhitungan analisis verifikatif, data dengan skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Succesive Interval (MSI)*, Sugiyono (2010:86). Langkah-langkah untuk mentransformasi data tersebut adalah:

1. Menghitung frekuensi (*f*) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (*p*) setiap pilihan jawaban dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.

4. Menentukan nilai batas  $Z$  untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$Scale\ Value = \frac{(DencituaatLowerLimit) - (DencituaatUpperLimit)}{(AreaBelowUpperLimit) - (AreaBelowLowerLimit)}$$

6. Hitungan skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban persamaan berikut:

$$Score = Score\ Value + 1\ Scale\ Value_{minimum} - 1 = 1$$

7. Selanjutnya akan ditentukan pasangan data tabel variabel bebas dengan variabel terikat serta akan dilakukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

### 3.2.7.3 Analisis Koefisien Korelasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel *independent* (X) secara serentak terhadap variabel *dependent* (Y). Silalahi mengungkapkan (2009:375)

Jika koefisien korelasi sama dengan atau mendekati +1, ini mengindikasikan satu korelasi positif atau searah (*direct*) sempurna (*perfect positive correlation*) yang didalamnya perubahan skor tinggi dalam satu variabel disertai oleh perubahan ekuivalen dalam arah yang sama (*same direction*) dalam variabel lain, tanpa kecuali.

Rumus Korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

Sumber: Suharsimi Arikunto (2009:274)

Nilai  $r$  berkisar antara 0 sampai 1. Nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka

hubungan yang terjadi semakin lemah. Untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

**TABEL 3.13**  
**KOEFISIEN KORELASI**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
Antara 0,800 sampai dengan 1,000	Sangat Kuat
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Kuat
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Cukup Kuat
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Tidak Kuat
Antara 0,199 sampai dengan 0,000	Sangat Tidak Kuat

Sumber : Suharsimi Arikunto (2009: 165)

#### **3.2.7.4 Analisis Determinasi**

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel *independent* (X) secara serentak terhadap variabel *dependent* (Y). Silalahi (2009: 376) mengungkapkan koefisien ini dimaksud untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi perubahan dalam satu variabel (*dependent*) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (*independent*).  $r^2 = 0$ , maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, atau variasi variabel *independent* yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel *dependent*.

#### **3.2.7.5 Teknik Analisis Regresi Linear Berganda**

Menurut Riduwan (2010:88) “Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.”

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu *dining experience*. Sedangkan variabel dependent adalah kepuasan konsumen. 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 diprediksikan (kepuasan tamu)

a = Harga Y bila X=0

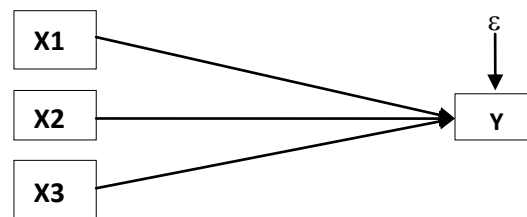
b = Angka arah atau koefisien regresi

X= Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

X1, X2, X3 = variabel penyebab

(X1= *Food quality*), (X2= *Service Quality*), (X3= *Physical Environment*)

Analisis regresi linier berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikan-turunkan nilainya). Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:



**GAMBAR 3.1**

### **REGRESI LINIER BERGANDA**

Keterangan:

X1= *Food Quality*

X2= *Service Quality*

$X_3 = \text{physical environment}$

Y = Kepuasan Konsumen

Adapun pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS 22 *for windows*, sebelum mengolah data dengan menggunakan program SPSS 22 *for windows*, peneliti harus menentukan terlebih dahulu teknik analisis yang digunakan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Teknik analisis dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

### 1. Uji Asumsi Normalitas

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

- a. Jika nilai sig (signifikansi)  $> 0,05$  maka data tersebut berdistribusi normal
- b. Jika nilai sig (signifikansi)  $< 0,05$  maka data berdistribusi tidak normal, selain itu dapat dilihat berdasarkan bentuk kurva
- c. Jika bentuk kurva tidak miring atau cenderung seimbang, baik sisi kiri maupun sisi kanan dan kurva berbentuk lonceng yang hampir sempurna (*bell-shaped-curve*) maka data tersebut berdistribusi normal

### 2. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Residu pada heteroskedastisitas semakin besar apabila pengamatan semakin besar. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi Heteroskedastisitas apabila penyebaran terhadap harga-harga prediksi tidak membentuk suatu pola tertentu (meningkat atau menurun).

### 3. Uji Asumsi Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan adanya hubungan yang mendekati sempurna antarvariabel bebas. Salah satu cara untuk mengetahui adanya multikolinearitas

antar variabel bebas dapat dilihat melalui nilai *variance inflation factor* (VIF) sedangkan Autokorelasi adalah dimana terdapat hubungan antar penelitian (observasi), baik itu dalam bentuk penelitian *time series* atau *cross section*. Dasar keputusan pada uji multikolinearitas adalah:

Melihat nilai tolerance

- a. Jika nilai tolerance  $>0,10$  maka tidak terjadi multikolinearitas
- b. Jika nilai tolerance  $< 0,10$  maka terjadi multikolinearitas

Melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor)

- c. Jika nilai VIF  $<10,00$  maka tidak terjadi multikolinearitas
- d. Jika nilai VIF  $>0,10$  maka terjadi multikolinearita

### 3.2.8 Rancangan Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang masih harus dibuktikan kebenarannya. Oleh karena itu hipotesis yang telah diajukan perlu dilakukan pengujian melalui data yang diperoleh di lapangan. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara *dining experience* (X) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dalam penelitian ini, variabel independen adalah *dining experience* dan variabel dependen adalah kepuasan konsumen.

(Rianse dan Abdi, 2012:244). Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Secara Simultan( Uji F)

1.  $H_0 : F_{hitung} < F_{tabel}$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara *dining experience* terhadap kepuasan konsumen di The Peak Resort Dining
2.  $H_a : F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *dining experience* terhadap kepuasan konsumen di The Peak Resort Dining

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus:

$$F = \frac{R^2(N-M-1)}{m(1-R^2)}$$

Keterangan:

R = koefisien korelasi

m = jumlah prediktor

$n$  = jumlah anggota sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya  $x$  berpengaruh secara signifikan terhadap  $y$ .

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya  $x$  tidak berpengaruh secara signifikan terhadap  $y$ .

## 2. Secara Parsial (Uji T)

Untuk menguji keberartian koefisien korelasi antar variabel  $X$  dan  $Y$  dengan uji secara parsial dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  yaitu dengan menggunakan rumus distribusi *student* ( $t_{student}$ ). Rumus dari distribusi *student* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

$t$  = Distribusi *student*

$r$  = Koefisien korelasi *product moment*

$n$  = Banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

Hipotesis yang akan diuji yaitu kepuasan konsumen ( $Y$ ) melalui *Dining Experience*, dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

1. Hipotesis  $H_0 : \rho = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara *dining experience* terhadap kepuasan konsumen.
2. Hipotesis non  $H_0 : \rho \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh antara *dining experience* terhadap kepuasan konsumen