

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh inovasi menu terhadap kepuasan konsumen di salah satu cabang McDonald's yang berada di Kota Bandung, tepatnya di McDonald's Bandung Indah Plaza yang beralamat di Jl. Meradeka No 56, Kota Bandung. Adapun penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2018. Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran.

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang akan dibuktikan secara objektif.

Pengertian objek penelitian menurut (Sugiyono, 2016) adalah: "Objek penelitian adalah sasaran secara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid, dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu)."

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian terdiri dari variabel bebas (inovasi menu) dan variabel terikat (kepuasan konsumen), adapun yang menjadi indikator yaitu Inovasi produk, Inovasi Proses, Inovasi Organisasional, dan Inovasi Bisnis. Dimana variabel terikatnya adalah Kepuasan Konsumen (Y) yang dianalisis sebagai berikut: tanggapan konsumen mengenai inovasi menu dan opini konsumen mengenai faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah inovasi menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen McDonald's Kota Bandung.

#### **3.2 Metode Penelitian**

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

Menurut (Sugiyono, 2016) Metode penelitian adalah : " Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu."

Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Pada penelitian kali ini, metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian kuantitatif.

Pengertian metode penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2008) yaitu : “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik, pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian dengan metode pendekatan deskriptif dan Verifikatif. Metode deskriptif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2008).

Metode penelitian verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2008). Metode ini digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang diteliti. Metode verifikatif disini digunakan untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh inovasi menu yang di terapkan oleh McDonald’s pada konsumen McDonald’ Kota Bandung.

“Metode studi kasus di gunakan untuk menjelaskan sebuah data yang berkaitan dengan perseorangan, kelompok, organisasi, program atau situasi masyarakat yang akan diteliti,dengan titik utaman menggunakan metode kualitatif-deskriptif. Dengan tujuan untuk menjelaskan hasil penelitian yang lengkap mengenai seseorang atau suatu bisnis yang diteliti ” (Yin, 2008)

Menurut (Sugiyono, 2008) Format desain penelitian kualitatif terdiri dari tiga model, yaitu format deskriptif, verifikasi, dan *grounded research*. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif - deskriptif merupakan penelitian dengan metode pendekatan studi kasus. Penelitian ini mengkhususkan diri secara intensif pada

satu objek tertentu sebagai sebuah kasus. Penelitian dengan menggunakan studi kasus akan kurang kedalamannya apabila difokuskan pada hanya satu fase saja sebelum memperoleh gambaran yang mutlak tentang kasus yang akan diteliti.

### 3.2.2 Definisi Variabel

#### 3.2.2.1 Definisi Operasionalisasi Variabel

Definisi Variabel Penelitian Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008). Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu Pengaruh Inovasi Menu Terhadap Kepuasan Konsumen maka penulis mengelompokkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Adapun penjelasannya sebagai berikut :

##### 1. Variable bebas (*independent variable*)

Variable bebas (X) variable ini sering disebut sebagai variable stimulus, predictor, abtecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variable bebas. Variable bebas adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat). (Sugiyono, 2008) menurut dalam penelitian ini variabel independen yang diteliti adalah inovasi menu.

Pengertian inovasi menu merupakan sebuah pembaharuan dalam bentuk sebuah gagasan atau proses yang dilakukan secara sengaja oleh sebuah lembaga atau perusahaan dalam rangka meningkatkan mutu dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor di bidang industri kuliner.

##### 2. Variable Terikat (*Dependent variable*)

Variable terikat adalah variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas (Sugiyono, 2008). Dalam penelitian ini variabel independen yang diteliti adalah kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan menyenangkan atau kecewa setelah membandingkan kinerja produk atau hasil dalam hubungannya dengan harapan konsumen (Philip & Armstrong, 2012)

### 3.2.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan penjabaran variabel menjadi beberapa variabel operasional atau variabel empiris (indikator, item) yang berhubungan langsung dengan hal-hal yang dapat dianalisis dan diukur. Penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel diperlukan agar dapat membedakan konsep teoritis dan konsep analitis (Sugiyono, 2016)

Variabel yang diteliti ini adalah inovasi menu sebagai variabel (X) dan kepuasan konsumen sebagai variabel (Y).

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
<b>Inovasi menu (X)</b> Pengertian inovasi menu merupakan sebuah pembaharuan dalam bentuk sebuah gagasan atau proses yang dilakukan secara sengaja oleh sebuah lembaga atau perusahaan dalam rangka meningkatkan mutu dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor di bidang industri kuliner Hansen (2014)					
		1. Inovasi Produk	1. Tingkat keragaman menu makanan, minuman dan <i>dessert</i> (ice cream, apple pie, choco pie) yang di inovasi.	Interval	A.1
			2. Tingkat kualitas rasa menu makanan yang diinovasi.	Interval	A.2

			3. Tingkat kualitas rasa menu minuman yang di inovasi.	Interval	A.3
			4. Tingkat kualitas menu <i>dessert</i> (ice cream, apple pie, choco pie) yang di inovasi.	Interval	A.4
			5. Tingkat kemenarikan penyajian menu makanan yang di inovasi.	Interval	A.5
			6. Tingkat kemenarikan menu minuman yang di inovasi.	Interval	A.6
			7. Tingkat kemenarikan penyajian menu <i>dessert</i> (ice cream, apple pie, choco pie) yang di inovasi	Interval	A.7
		2.Inovasi Proses	1. Efektivitas waktu pemasakan	Interval	A.8
			2. Efektivitas waktu penyajian menu makanan, minuman dan <i>dessert</i> (ice cream, apple pie, choco pie) yang diinovasi	Interval	A.9
			3. Efektivitas waktu penerimaan pesanan	Interval	A.10
			4. Tingkat kemampuan petugas kasir	Interval	A.11

		3. Inovasi Organisasional	1. Tingkat kualitas pelayanan	Interval	A.12
			2. Tingkat kualitas penyajian	Interval	A.13
			3. Tingkat kenaikan kualitas kinerja karyawan	Interval	A.14
			4. Tingkat keramahan karyawan	Interval	A.15
			5. Tingkat empati yang dimiliki karyawan	Interval	A.16
		4. Inovasi Bisnis	1. Tingkat kemenarikan promosi menu inovasi	Interval	A.17
			2. Efektivitas promosi di media sosial	Interval	A.18
			3. Efektivitas promosi di media televisi	Interval	A.19
			4. Efektivitas promosi di media cetak	Interval	A.20
			5. Tingkat kesesuaian promosi dengan keinginan	Interval	A.21
			6. Tingkat keberagaman metode pembayaran	Interval	A.22
<b>Kepuasan konsumen (Y)</b> Kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang menyenangkan atau kecewa setelah membandingkan kenyataan dan harapan, jika ketaan melebihi harapan disitulah titik kepuasan konsumen. (Kotler & Keller, 2012)					
Kepuasan Konsumen		Perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan inovasi produk	1. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai keragaman menu makanan, minuman yang diinovasi.	Interval	A.1
			2. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan		A2

			harapan mengenai keragaman menu <i>dessert</i> (ice cream, apple pie, choco pie)		
			3. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai kemenarikan penyajian menu makanan yang di inovasi.	Interval	A.3
			4. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai kemenarikan penyajian menu <i>dessert</i> yang di inovasi	Interval	A.4
			5. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai kesesuaian harga dengan porsi menu yang diinovasi	Interval	A.5
		Perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan inovasi proses	1. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai efektivitas waktu pemasakan	Interval	A.6
			2. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai efektivitas waktu	Interval	A.7

			penyajian menu makanan dan minuman yang diinovasi		
			3. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai efektivitas waktu penyajian menu <i>dessert</i> (ice cream, apple pie, choco pie) yang diinovasi	Interval	A.8
			4. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai efektivitas waktu penerimaan pesanan	Interval	A.9
			5. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai efektivitas waktu penyajian pesanan	Interval	A.10
		Perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan inovasi organisasional	1. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai kualitas pelayanan	Interval	A.11
			2. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai kualitas penyajian	Interval	A.12
			3. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan	Interval	A.13

			harapan mengenai kinerja karyawan		
			4. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai keramahan karyawan	Interval	A.14
			5. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai empati yang diberikan	Interval	A.15
		Perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan inovasi bisnis	1. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai kemenarikan promosi menu inovasi	Interval	A.16
			2. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai efektivitas promosi di media sosial	Interval	A.17
			3. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai efektivitas promosi di media televisi	Interval	A.18
			4. Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai efektivitas promosi di media cetak	Interval	A.19
			5. Tingkat perbandingan	Interval	A.20

			antara kenyataan dan harapan mengenai Keberagaman metode pembayaran		
--	--	--	---	--	--

*Sumber: Hasil pengolahan data, 2019*

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan informasi yang diterima mengenai suatu kenyataan atau suatu keadaan empiris dengan berupa ukuran (kuantitatif, berupa angka) atau berupa kata (verbalize), atau kualitatif dimana data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. (Lana Nursari, 2013)

Peneliti menggunakan data premier maupun sekunder dalam melakukan penelitian kali ini. Data premier adalah data yang didapatkan langsung dari responden melalui angket (kuisisioner). Sedangkan data sekunder adalah data yang didapatkan dari dokumen perusahaan dan literatur yang relevan dengan penelitian kali ini.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dan penyebaran angket kepada responden yang dipilih sebagai sampel penelitian. Teknik pengolahan data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan teknik tabulasi frekuensi, presentase, dan rata-rata hitung. Sementara untuk menjabarkan hasil kuisisioner digunakan metode skala Likert sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

#### **Metode Skala Likert**

<b>Skor</b>	<b>Keterangan</b>
Skor 1	Sangat tidak setuju
Skor 2	Tidak setuju
Skor 3	Kurang setuju
Skor 4	Setuju
Skor 5	Sangat setuju

*Sumber: Likert, 2012*

Kemudian data ini dibantu pengolahannya menggunakan komputer dengan aplikasi Microsoft Excel XP.

Teknik tabulasi frekuensi dan presentase digunakan untuk mendeskripsikan jawaban responden dan agar mudah membaca datanya. Teknik rata-rata hitung untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dan nilai rata-rata diperoleh dari menjumlah seluruh nilai skala yang dibagikan dengan jumlah responden.

### 3.2.4 Populasi dan Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Definisi populasi adalah sebagai berikut : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” (Sugiyono, 2016)

Populasi dalam penelitian kali ini adalah pengunjung McDonald’s Kota Bandung yang diambil dari *Purposive Random Sampling* (pemilihan secara acak).

**Tabel 3.3**  
**Data kunjungan konsumen McDonald’s Kota Bandung**

Gerai McDonald’s	Jumlah Kunjungan / Tahun (2018)
Bandung Indah Plaza	591328
Gatot Subroto	471233
Soekarno Hatta	450426
Buah Batu	594777
CIBIRU	425665
Pasir Kaliki	524594
Kopo	372202
Dago	598128
<b>Total</b>	<b>3.888.275</b>

Sumber: Management Team Bandung Indah Plaza, 2019

Jadi kesimpulan dari penelitian, menurut etika penelitian. Kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen McDonald’s Kota Bandung dengan jumlah 3.888.275.

Nida Hanifah, 2019.

*ANALISIS PENGARUH INOVASI MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MCDONALD’S (Survei pada Konsumen yang Berkunjung ke McDonald’s Kota Bandung)*

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

### 3.2.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016) bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus representatif (mewakili)".

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari populasi di konsumen McDonald's Kota Bandung dengan jumlah sampel yang dianggap sudah mewakili/representative dari populasi yang ada. Untuk menghitung sampel rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus Slovin dalam (Nursari, 2013)

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

Dimana :

n = jumlah elemen / anggota sampel

N = Jumlah elemen / anggota populasi

E = 0,05 Error level (tingkat kesalahan)

$$n = \frac{3.888.275}{1 + 3.888.275 \times 0,05^2}$$

$$n = \frac{3.888.275}{9721,668}$$

$$n = 399,9589$$

Nida Hanifah, 2019.

*ANALISIS PENGARUH INOVASI MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MCDONALD'S (Survei pada Konsumen yang Berkunjung ke McDonald's Kota Bandung)*

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

Maka dapat disimpulkan besarnya ukuran sampel yang diteliti adalah 400 pelanggan McDonald's Kota Bandung dari 3.888.275 orang pelanggan McDonald's, dengan membagikan angket sebanyak 400 orang responden.

### 3.2.4.3 Teknik sampling

Menurut (Sugiyono, 2016) bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Terdapat dua teknik sampling yang dapat digunakan, yaitu :

#### 1) *Probability Sampling*

*Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling, proportionate stratified random sampling, disproportionate stratified random sampling, sampling area (cluster)*.

#### 2) *Non Probability Sampling*

*Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball.*” Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu. *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* Menurut (Sugiyono, 2016) *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

Setelah jumlah sampel diketahui dari jumlah pengunjung McDonald's Kota Bandung, maka peneliti mengambil sampel berdasarkan teknik *non probability Sampling* atau pilihan sampel secara acak. Setelah itu penulis menggunakan teknik *sistematik sampling* atau pemilihan sampel berdasarkan data kunjungan tertinggi cabang McDonald's Kota Bandung pada tahun 2018.

**Tabel 3.4**

### **Data kunjungan Konsumen Tertinggi McDonald's Kota Bandung**

Gerai McDonald's	Jumlah	Kunjungan	/
------------------	--------	-----------	---

<b>Tahun (2018)</b>	
Bandung Indah Plaza	591328
Gatot Subroto	471233
Soekarno Hatta	450426
Buah Batu	594777
CIBIRU	425665
Pasir Kaliki	524594
Kopo	372202
Dago	598128
<b>Total</b>	<b>3.888.275</b>

*Sumber: Management Team McDonald's, 2019*

Tabel diatas menunjukkan data kunjungan tertinggi pada tahun 2018 yang disimpulkan oleh penulis bahwa tingginya jumlah kunjungan pada cabang tersebut dapat mewakili cabang yang lain. Pertimbangan lain yang mendasari penulis memilih cabang McDonald's Bandung Indah Plaza adalah karena lokasinya yang berada di mall, dimana mall merupakan tempat yang sangat general bisa dikunjungi siapapun dan dari kalangan manapun, juga McDonald's Bandung Indah Plaza ini berada di pusat Kota Bandung yaitu Jl. Merdeka. Cabang Dago dipilih selain dari jumlah kunjungan tertinggi, cabang ini selaloramai dikunjungi mahasiswa karena lokasinya yang berdekatan dengan kampus (ITB, UNPAD, dan UNIKOM) sehingga pemikiran mendalam dari pengunjung mahasiswa dapat merepresentasikan pendapatnya dalam penelitian ini. McDonald's Pasir Kaliki dipilih karena berdekatan dengan Bandara Husein Sastranegara sehingga banyak wisatawan yang mampir ke cabang tersebut, dan McDonald's Buah Batu dipilih karena jumlah kunjungannya lebih tinggi dari cabang yang lain dengan bentuk gedung mandiri atau tidak dilingkungan mall. Maka penulis akan melakukan penelitian di McDonald's Buah Batu, Pasir Kaliki, BIP, dan Dago dengan populasi total yang diambil sebanyak 3.888.275 orang yang merupakan pengunjung McDonald's Kota Bandung pada tahun 2018. Dari populasi tersebut sampel yang diambil adalah 400 orang responden yang dianggap mewakili.

Nida Hanifah, 2019.

**ANALISIS PENGARUH INOVASI MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MCDONALD'S (Survei pada Konsumen yang Berkunjung ke McDonald's Kota Bandung)**

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

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Menurut (Sugiyono, 2016) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Untuk mendukung kebutuhan analisis dalam penelitian ini, penulis memerlukan sejumlah data. Adapun cara yang untuk memperoleh data dan informasi dalam penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data dengan teknik sebagai berikut :

#### 1. Studi Kepustakaan (Library Research)

Dalam penelitian ini penulis berusaha untuk memperoleh beberapa informasi dari pengetahuan yang dapat dijadikan pegangan dalam penelitian yaitu dengan cara studi kepustakaan untuk mempelajari, meneliti, mengkaji, dan menelaah literature-literatur berupa buku, jurnal, bulletin, hasil symposium yang berhubungan dengan penelitian untuk memperoleh bahan-bahan yang akan dijadikan landasan teori.

#### 2. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016). Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Jenis pertanyaan yang penulis gunakan adalah pertanyaan tertutup, yaitu kuisisioner yang telah disediakan jawabannya. pertanyaan tertutup akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat, dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul.

#### 3. Teknik Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2016)wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

### 3.2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.2.6.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2016) uji validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas menyakut ketepatan instrumen. Syarat mengetahui apakah kuisisioner yang disusun valid atau tidak, maka memerlukan pengujian dengan dilakukan uji korelasi antara skor setiap pertanyaan dengan skor total kuisisioner tersebut.

Teknik korelasi yang bisa digunakan adalah teknik korelasi *productmoment* yaitu dengan mengkorelasikan skor total yang dihasilkan oleh masing – masing responden (Y) dengan skor masing masing item, yaitu dengan menggunakan rumus:

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

Sumber: Sugiyono, 2016

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = Jumlah responden

$\sum xy$  =Jumlah hasil kali skor X dan Y setiap responden

$\sum x$  =Jumlah skor X

$\sum y$  =Jumlah skor Y

$(\sum x)^2$  = Kuadrat jumlah skor X

$(\sum y)^2$  = Kuadrat jumlah skor Y

Keputusan pengujian item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dinyatakan valid valid apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ .
2. Item pertanyaan yang diteliti dinyatakan valid valid apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas dari variabel inovasi menu melalui inovasi produk sebagai variabel (X), dan kepuasan konsumen sebagai variabel (Y). Perhitungan validasi item instrumen akan dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Static 20 for windows* dengan hasil sebagai berikut:

Nida Hanifah, 2019.

**ANALISIS PENGARUH INOVASI MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MCDONALD'S (Survei pada Konsumen yang Berkunjung ke McDonald's Kota Bandung)**

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

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Validitas Jumlah Input Data Responden**  
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Berdasarkan tabel 3.2 hasil uji data yang di input kedalam *SPSS* dengan jumlah 30 responden menunjukkan 100% valid atau dapat dikatakan dari 30 responden seluruhnya terinput datanya dalam sistem *SPSS*.

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X Inovasi Menu**

No	Pernyataan	R <sub>hitung</sub>	><	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
<b>1. Inovasi Produk</b>					
1.	Tingkat keragaman menu makanan, minuman, dan <i>dessert</i> (ice cream, apple pie, choco pie) yang di inovasi	0,380	>	0,361	Valid
2.	Tingkat kualitas rasa menu makanan yang di inovasi.	0,420	>	0,361	Valid
3.	Tingkat kualitas rasa menu minuman yang di inovasi	0,443	>	0,361	Valid
4.	Tingkat kualitas menu <i>dessert</i> (ice cream, apple pie, choco pie) yang di inovasi	0,556	>	0,361	Valid
5.	Tingkat kemenarikan penyajian menu makanan yang di inovasi	0,371	>	0,361	Valid
6.	Tingkat kemenarikan penyajian minuman yang di inovasi	0,352	>	0,361	Valid
7.	Tingkat kemenarikan penyajian menu <i>dessert</i> (ice cream, apple pie, choco pie) yang di inovasi	0,371	>	0,361	Valid
<b>2. Inovasi Proses</b>					
1.	Efektivitas waktu pemasakan	0,427	>	0,361	Valid

Nida Hanifah, 2019.

*ANALISIS PENGARUH INOVASI MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MCDONALD'S (Survei pada Konsumen yang Berkunjung ke McDonald's Kota Bandung)*

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

2.	Efektivitas waktu penyajian menu makanan, minuman, dan <i>dessert</i> (ice cream, apple pie, choco pie) yang di inovasi	0,535	>	0,361	Valid
3.	Efektivitas waktu penerimaan pesanan	0,326	>	0,361	Valid
4.	Tingkat kemampuan petugas kasir	0,578	>	0,361	Valid
<b>3. Inovasi Organisasional</b>					
1.	Tingkat kualitas pelayanan	0,687	>	0,361	Valid
2.	Tingkat kualitas penyajian	0,600	>	0,361	Valid
3.	Tingkat kualitas kinerja karyawan	0,493	>	0,361	Valid
4.	Tingkat keramahan karyawan	0,484	>	0,361	Valid
5.	Tingkat empati yang dimiliki karyawan	0,324	>	0,361	Valid
<b>4. Inovasi Bisnis</b>					
1.	Tingkat kemenarikan promosi menu inovasi	0,371	>	0,361	Valid
2.	Efektivitas promosi melalui media sosial	0,456	>	0,361	Valid
3.	Efektivitas promosi melalui media televisi	0,386	>	0,361	Valid
4.	Efektivitas promosi melalui media cetak	0,371	>	0,361	Valid
5.	Tingkat kesesuaian promosi dengan keinginan	0,389	>	0,361	Valid
6.	Tingkat keberagaman metode pembayaran	0,522	>	0,361	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan Penulis, 2019

Berdasarkan tabel 3.3 hasil uji validitas menu inovasi dengan hasil yang diperoleh dari penyebaran angket atau kuisioner yang disebar dan diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (dk)  $n - 2 = 30 - 2 = 28$ , maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Melihat dari hasil pengujian melalui SPSS, didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa penyebaran dan pengujian yang dilakukan kepada 30 responden dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Pengujian validitas untuk variabel X yaitu inovasi menu terdiri dari 22 butir pernyataan yang dinyatakan valid. perolehan nilai rhitung tertinggi diperoleh pada butir pernyataan “Tingkat kualitas pelayanan” dengan perolehan hasil 0,678.

Nida Hanifah, 2019.

ANALISIS PENGARUH INOVASI MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MCDONALD'S (Survei pada Konsumen yang Berkunjung ke McDonald's Kota Bandung)  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Y Kepuasan Konsumen**

No	Pernyataan	R <sub>hitung</sub>	><	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
<b>1. Perbandingan antara kenyataan dan harapan inovasi produk</b>					
1.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan keragaman menu makanan, minuman, dan <i>dessert</i> (ice cream, apple pie, choco pie) yang di inovasi	0,341	>	0,361	Valid
2.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan kemenarikan penyajian menu makanan	0,440	>	0,361	Valid
3.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan kemenarikan penyajian menu minuman dan <i>dessert</i> (ice cream, apple pie, choco pie) yang di inovasi	0,326	>	0,361	Valid
4.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai kesesuaian harga dengan porsi menu yang di inovasi	0,556	>	0,361	Valid
<b>2. Perbandingan antara kenyataan dan harapan inovasi proses</b>					
1.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai efektivitas waktu pemasakan menu yang di inovasi	0,400	>	0,361	Valid
2.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai efektivitas waktu penyajian menu makanan dan minuman yang di inovasi	0,454	>	0,361	Valid
3.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai efektivitas waktu penyajian menu <i>dessert</i> (ice cream, apple pie, choco pie) yang di inovasi	0,521	>	0,361	Valid
4.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai efektivitas waktu penerimaan pesanan	0,549	>	0,361	Valid
5.	Tingkat perbandingan antara	0,596	>	0,361	Valid

Nida Hanifah, 2019.

*ANALISIS PENGARUH INOVASI MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MCDONALD'S (Survei pada Konsumen yang Berkunjung ke McDonald's Kota Bandung)*

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

kenyataan dan harapan  
mengenai efektivitas waktu  
penyajian pesanan

<b>3. Perbandingan antara kenyataan dan harapan inovasi organisasional</b>					
1.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai kualitas pelayanan	0,540	>	0,361	Valid
2.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai kualitas penyajian	0,483	>	0,361	Valid
3.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai kinerja karyawan	0,496	>	0,361	Valid
4.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai keramahan karyawan	0,604	>	0,361	Valid
5.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai empati yang dimiliki karyawan	0,577	>	0,361	Valid
<b>4. Perbandingan antara kenyataan dan harapan inovasi bisnis</b>					
1.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai kemenarikan promosi menu inovasi	0,687	>	0,361	Valid
2.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai kemenarikan promosi menu inovasi i media sosial	0,488	>	0,361	Valid
3.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai kemenarikan promosi menu inovasi di media televisi	0,526	>	0,361	Valid
4.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai kemenarikan promosi menu inovasi di media cetak	0,593	>	0,361	Valid
5.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai keberagaman metode pembayaran	0,344	>	0,361	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan, 2019

Berdasarkan tabel 3.4 hasil uji validitas menu inovasi dengan hasil yang diperoleh dari penyebaran angket atau kuisioner yang disebar dan diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (dk)  $n - 2 =$

Nida Hanifah, 2019.

*ANALISIS PENGARUH INOVASI MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MCDONALD'S (Survei pada Konsumen yang Berkunjung ke McDonald's Kota Bandung)*

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

30 – 2 = 28, maka diperoleh nilai  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,361. Melihat dari hasil pengujian melalui *SPSS*, didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa penyebaran dan pengujian yang dilakukan kepada 30 responden dinyatakan valid karena  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ . Pengujian validitas untuk variabel X yaitu inovasi menu terdiri dari 19 butir pernyataan yang dinyatakan valid. perolehan nilai r hitung tertinggi diperoleh pada butir pernyataan “Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan mengenai kemenarikan promosi menu inovasi” dengan perolehan hasil 0,678

### 3.2.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2016) “Reabilitas berkaitan dengan konsistensi, akurasi, dan prediktabilitas alat ukur”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa reabilitas terhubung dengan keakuratan dan ketepatan sebuah alat pengukuran untuk mengukur baik buruknya suatu instrumen.

Metode ini adalah sebuah metode yang dilakukan untuk mencari reabilitas internal, dengan melakukan pengamatan reabilitas alat ukur dari satu kali pengukuran. Metode ini disebut juga pengujian koefisien reabilitas *Cronbach Alpha*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum si}{st} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Nilai reabilitas

$Si$  = varians skor tiap item pertanyaan

$St$  = Varians total

$k$  = Jumlah item pertanyaan

Jumlah varian butir dapat dicari dengan mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan seperti berikut ini:

$$si = \frac{\sum xi - \left( \frac{\sum xi}{n} \right)^2}{n}$$

Keterangan:

Nida Hanifah, 2019.

*ANALISIS PENGARUH INOVASI MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MCDONALD'S (Survei pada Konsumen yang Berkunjung ke McDonald's Kota Bandung)*

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

$X_i$  = Jumlah skor pertanyaan

$n$  = Jumlah responden / sampel

Pengujian reabilitas ini akan dilakukan terhadap 100 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan ( $dk$ )  $n-2$  ( $30-2=28$ ) dengan menggunakan *software* komputer SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 20. Dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 3.8**

**Hasil Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,704	,857	23

*Sumber: Data Hasil Pengolahan Penulis, 2019*

Berdasarkan tabel 3.5 menurut Sujarweni (2014) kuisisioner dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha*  $> 0,6$ . Dari hasil pengolahan data SPSS diperoleh hasil *cronbach's alpha* sebesar 0,857 yang artinya lebih besar dari 0,6 maka data yang diujikan dinyatakan reliabel.

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data

Analisis data adalah penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah diinterpretasikan. Analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang tercantum dalam identifikasi masalah. Analisis data merupakan salah satu kegiatan penelitian berupa proses penyusunan dan pengelolaan data guna menafsirkan data yang telah diperoleh.

Menurut (Sugiyono, 2016) yang dimaksud teknik analisis data adalah: “Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah : mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis

Nida Hanifah, 2019.

*ANALISIS PENGARUH INOVASI MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MCDONALD'S (Survei pada Konsumen yang Berkunjung ke McDonald's Kota Bandung)*

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

responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan”.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenan sosial (Sugiyono, 2016).

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan.

Apabila data terkumpul, kemudian dilakukan pengelolaan data, disajikan dan dianalisis. Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji Statistik. Untuk menilai variabel X dan variabel Y, maka analisis yang digunakan berdasarkan rata-rata (mean) dari masing-masing variabel. Nilai rata-rata (mean) ini diperoleh dengan menjumlahkan data keseluruhan dalam setiap variable, kemudian dibagi dengan jumlah responden.

### **3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif**

Pengertian metode deskriptif menurut (Sugiyono, 2016), yaitu: “Suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen).”

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis data deskriptif tentang inovasi menu.
2. Analisi data deskriptif tentang kepuasan konsumen

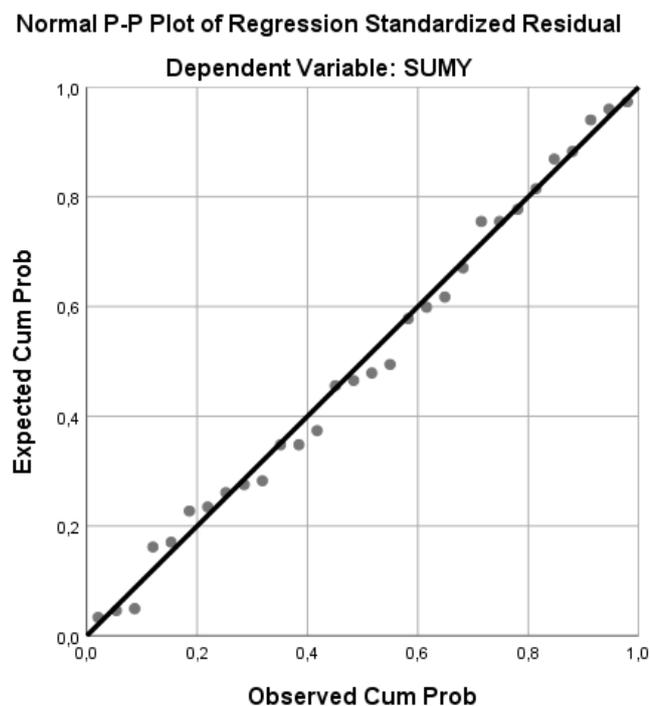
### 3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Menurut (Sugiyono, 2016) mendefinisikan metode verifikatif sebagai berikut: “Metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima.”

### 3.2.8 Uji Asumsi Klasik

#### 3.2.8.1 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2011) Model regresi dikatakan berdistribusi normal jika data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis normal. Dalam melakukan uji normalitas dibantu dengan program SPSS 20, dengan hasil sebagai berikut:



**Gambar 3.1**  
**Garis Normal Probability Plot**

Mengacu pada gambar 3.1 yang menunjukkan hasil plotting mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Nida Hanifah, 2019.

*ANALISIS PENGARUH INOVASI MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MCDONALD'S (Survei pada Konsumen yang Berkunjung ke McDonald's Kota Bandung)*

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

### 3.2.9 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel yaitu variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel *independent* (X) secara bersamaan dengan variabel *dependent* (Y). (Sugiyono, 2016) 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 terkecuali.

Rumus korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson yaitu sebagai berikut:

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

(Sugiyono, 2012)

Nilai r berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilainya 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 dilakukan dengan pengujian melalui SPSS Adapun untuk pengolahan data akan dilakukan bantuan program SPSS *for windows* 20, yang dilakukan sebagai berikut:

1. Masukkan data dalam SPSS pada data *view*, dan pada variabel *view* dalam kolom label berilah nama masing-masing variabel.
2. Klik *analyze, regression linier*, lalu pindahkan variabel Y sebagai variabel bergantung ke kolom *dependent* serta variabel X sebagai variabel bebas ke kolom *independent*. Klik *method* pilih *enter*. Abaikan yang lain lalu klik OK.

Setelah dilakukan pengujian didapatkan hasil sebagai berikut:

- a. Variabel yang Dimasukkan dan Metode yang Digunakan

Hasil dari pemasukan jumlah dari jawaban kuisioner dalam variabel X (Menu Inovasi) kepada kolom independent dan seluruh jawaban variabel Y (Kepuasan Konsumen) dengan metode *enter* maka dihasilkan tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.9**

**Variabel yang Dimasukkan dan Metode**

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	SUMX <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: SUMY

b. All requested variables entered.

*Sumber: Data Hasil Pengolahan, 2019*

Menurut tabel 3.8 variabel independent yang dimasukkan adalah SUMX (Total jawaban kuisioner variabel X) Menu Inovasi dan Variabel dependent SUMY (Total jawaban kuisioner variabel Y) kepuasan konsumen.

### 3.2.9.1 Uji Koefisiensi Korelasi dan Koefisiensi Determinasi

Menurut (Sugiyono, 2016) Analisis koefisien korelasi bertujuan untuk mempelajari apakah ada hubungan antara dua variabel atau lebih, sedang analisis regresi memprediksi seberapa jauh pengaruh tersebut Secara spesifik, tujuan analisis korelasi adalah ingin mengetahui apakah di antara dua variabel terdapat hubungan, dan jika terdapat hubungan, bagaimana arah hubungan dan seberapa besar hubungan tersebut. Secara teoretis, dua variabel dapat sama sekali tidak berhubungan ( $r=0$ ), berhubungan secara sempurna ( $r=1$ ), atau antara kedua angka tersebut. Arah korelasi juga dapat positif (berhubungan searah) atau negatif (berhubungan berlawanan arah). Nilai koefisien korelasi merupakan nilai yang digunakan untuk mengukur kekuatan (keeratn) suatu hubungan antar variabel, (Nugroho, 2005). Setelah dilakukan uji pada *SPSS* dihasilkan jawaban sebagai berikut:

Nida Hanifah, 2019.

*ANALISIS PENGARUH INOVASI MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MCDONALD'S (Survei pada Konsumen yang Berkunjung ke McDonald's Kota Bandung)*

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

**Tabel 3.10**  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,539 <sup>a</sup>	,290	,265	7,30383	1,849

a. Predictors: (Constant), SUMX

b. Dependent Variable: SUMY

Sum

ber: Data Hasil Pengolahan Penulis, 2019

Berdasarkan tabel 3.8 tabel diatas menjelaskan bsraran nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,539. Dari tabel diatas pula didapat hasil koefisiensi determinasi (Rsquare) sebesar 0,265, dengan makna bahwa pengaruh variabel independent Menu Inovasi (X) terhadap variabel dependent Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 26,5%.

### 1.2.9.2 Uji Komparatif (ANOVA)

ANOVA (*Analysis of Variance*) adalah salah satu [uji komparatif](#) yang digunakan untuk menguji perbedaan mean (rata-rata) data lebih dari dua kelompok. Setelah dilakukan uji pada SPSS dihasilkan jawaban tabel ANOVA sebagai berikut:

**Tabel 3.11**

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	611,279	1	611,279	11,459	,002 <sup>b</sup>
	Residual	1493,688	28	53,346		
	Total	2104,967	29			

a. Dependent Variable: SUMY

b. Predictors: (Constant), SUMX

Sumber: Data Hasil Pengolahan Penulis, 2019

Nida Hanifah, 2019.

**ANALISIS PENGARUH INOVASI MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MCDONALD'S (Survei pada Konsumen yang Berkunjung ke McDonald's Kota Bandung)**

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

Berdasarkan tabel 3.9 diketahui nilai  $F_{hitung} = 11,459$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,002 < 0,005$ , maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel partisipasi atau dengan kata lain ada pengaruh variabel menu inovasi (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

### 1.2.9.3 Persamaan Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut (Sugiyono, 2016) Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda . Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh satu variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih.

Mengacu pada tujuan dari penelitian ini, variabel yang dianalisis adalah variabel menu inovasi sebagai variabel independent dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependent. Ramalan melalui analisis regresi memerlukan ketersediaan data setiap variabel.berdasarkan data terebut penulis diharuskan untuk menemukan persamaan regresi berganda melalui perhitungan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

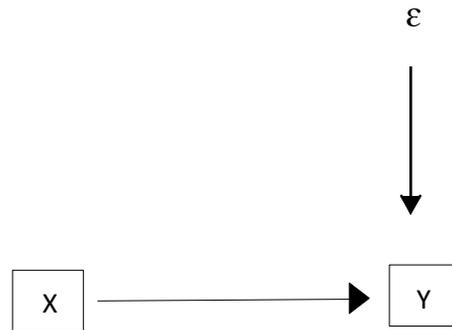
Y = subjek dalam variabel dependen (kepuasan konsumen)

a = Harga Y bila X=0

b = Koefosoen regresi

X = Subjek pada variabel independent menu inovasi

Analisis regresi linier sederhana difungsikan ketika penulis bertujuan untuk meramalkan keadaan (kenaikan dan penurunan) variabel dependent (kriterium), jika dua atau lebih variabel independent dinaik–turunkan nilainya. Dilakukan jika jumlah variabel minimal dua atau lebih, dapat dilihat pada gambar berikut:



**GAMBAR 3.2**  
**REGRESI LINIER SEDERHANA**

Keterangan :

X= inovasi menu

Y = kepuasan konsumen

Pengujian ini dilakukan dengan bantuan SPSS dengan hasil pengujian sebagai berikut:

**Tabel 3.12**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	24,277	15,328		1,584	,124		
	SUMX	,464	,137	,539	3,385	,002	1,000	1,000

a. Dependent Variable: SUMY

*Sumber: Data Hasil Pengolahan Penulis, 2019*

Berdasarkan tabel 3.10 diketahui:

a = angka konstan dari *unstandardized coefficients*. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 24,277 dengan artian bahwa jika tidak ada menu inovasi (X) makan nilai konsisten kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 24,277.

Nida Hanifah, 2019.

*ANALISIS PENGARUH INOVASI MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MCDONALD'S (Survei pada Konsumen yang Berkunjung ke McDonald's Kota Bandung)*

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

B = angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0,464. Angka ini diterjemahkan menjadi, jika setiap penambahan 1% tingkat menu inovasi (X), maka Kinerja Pegawai (Y) akan meningkat sebesar 0,464. Karena angka koefisien regresi bernilai plus (+), maka dapat disimpulkan bahwa menu inovasi (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan persamaan regresinya adalah:

$$Y = 24,277 + 0,464 X.$$

#### 1.2.9.4 Uji Hipotesis dalam Analisis Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan tabel 3.10 yang sama dapat dilihat dan disimpulkan bahwa berdasarkan hasil signifikansi dari tabel *coefficient* diperoleh nilai 0,002 lebih kecil dari < probabilitas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa variabel menu inovasi (X) berpengaruh terhadap variabel (Y).

#### 1.2.9.5 Uji Hipotesis Membandingkan Nilai T Hitung dengan T Tabel

Pengujian hipotesis ini sering juga disebut dengan uji t, dimana dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah:

##### 1. Secara Parsial

- a. Jika  $H_0 : t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara inovasi menu terhadap kepuasan konsumen.
- b. Jika  $H_0 : t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh antara inovasi menu terhadap kepuasan konsumen.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan:

t = Nilai terhitung

r = koefisien korelasi hasil r hitung

n = Jumlah responden

kaidah keputusan pengujian validitas instrumen menggunakan kriteria berikut ini:

Perbandingan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan  $\alpha=0,05$  dan  $dk=n-2(30-2= 28)$ , maka  $t_{tabel}$  adalah 2,048. Item pernyataan-pernyataan responden dikatakan valid jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

1. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

Cara melihat  $t_{tabel}$  :

$$\frac{\alpha}{2} ; n - k - 1$$

$$= \frac{0,05}{2} ; 30 - 1 - 1$$

=0,025 ; 28, dilihat dari distribusi nilai t tabel dengan hasil  $t_{tabel} = 2,048$

Mengacu pada tabel 3.10 diketahui nilai t diketahui  $t_{hitung}$  sebesar  $3,385 > t_{tabel} 2,048$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak sehingga variabel menu inovasi (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).