

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan bagian penting dari sebuah penelitian, yang menjadi titik fokus penelitian tersebut. Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain bila perlu. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan konsumen untuk menerapkan strategi pemasaran yang baik bagi Heni Catering.

Subjek penelitian dilakukan di Heni Catering yang beralamat di Jl. Ters Jakarta no.308 Puri Dago Antapani Bandung. Katering ini sudah berdiri sejak tahun 1993, Katering ini merupakan salah satu katering yang besar di Kota Bandung yang sudah terbiasa melayani *event-event* besar.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis pada penelitian adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Metode kuantitatif akan digunakan untuk mendapatkan penilaian dari konsumen Heni Catering terhadap faktor-faktor kualitas pelayanan dan produk yang diberikan oleh Heni Catering. Pendekatan deksriptif adalah berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yaitu mengenai upaya meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan dan produk melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya. Selain itu dalam penelitian ini juga menggunakan cara verifikatif yang dimaksudkan untuk membuat pembuktian adanya kebenaran hipotesis penulis, yaitu mengenai adanya pengaruh antara kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya berdasarkan fakta-fakta atau kejadian dan data yang ada, kemudian data tersebut diolah, dianalisis dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang dipelajari dan dijadikan sebagai bahan pembahasan sehingga pada akhirnya menghasilkan suatu kesimpulan yang dapat digunakan sebagai dasar untuk memberikan saran terbaik bagi tempat dan pengelola yang dijadikan subjek penelitian.

3.3 Operasional Variabel

Penulis telah menjelaskan mengenai objek penelitian yang dikemukakan di atas, yaitu mengenai variabel yang diangkat antara variabel bebas tentang kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y). Adapun pengertian tentang variabel yang diteliti akan dijelaskan pada tabel 3.1 berikut:

Tabel 0.1
Operasional Variabel

| Variabel | Konsep | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala |
|------------------------------|--|---|---|--|----------|
| Kualitas Pelayanan (X_1) | Menurut Parasuraman <i>et al.</i> dalam Lupiyoadi (2013) terdapat lima dimensi SERVQUAL, yaitu: (1) berwujud (<i>tangible</i>); (2) reliabilitas (<i>reliability</i>); (3) ketanggapan (<i>responsiveness</i>); (4) jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>); dan (5) empati (<i>emphaty</i>). | Kualitas pelayanan menurut Parasuraman, <i>et al.</i> dalam (Purnama, 2006) merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. | 1. Berwujud (<i>tangible</i>) | <ul style="list-style-type: none"> Tingkat daya tarik dari tampilan peralatan dan dekorasi area yang digunakan Tingkat kerapihan dan kebersihan penampilan pegawai | Interval |
| | | | 2. Reliabilitas (<i>reliability</i>) | <ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketepatan waktu dalam pengiriman pesanan sesuai yang dijanjikan Tingkat kesesuaian menu yang dihidangkan dengan yang di pesan | Interval |
| | | | 3. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) | <ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketanggapan pegawai dalam melayani konsumen Tingkat daya minat pegawai dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen | Interval |
| | | | 4. Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>) | <ul style="list-style-type: none"> Tingkat kompetensi pegawai di bidangnya | Interval |

| Variabel | Konsep | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala |
|----------------------|--|--|---|--|----------|
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kebersihan peralatan yang digunakan | |
| | | | 5. Empati (<i>empathy</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemampuan pegawai dalam berkomunikasi dengan konsumen • Tingkat kecepatan pegawai dalam menanggapi keluhan konsumen | Interval |
| Kualitas Produk (X2) | Kualitas produk merupakan kapabilitas dari suatu barang dalam memberikan hasil yang sesuai atau melebihi harapan konsumen (Kotler & Keller, 2016). | Marsum (2005:159), menyatakan bahwa <i>quality of item</i> atau soal mutu makanan adalah terdiri dari <i>Flavour</i> (rasa/bau), <i>Consistency</i> (kemantapan /ketetapan), <i>Texture/form /shape</i> (susunan/bentuk/potongan), <i>Nutritional Content</i> (kandungan gizi), <i>Visual appeal</i> (daya penarik lewat ketajaman mata), <i>Aromatic appeal</i> (daya penarik lewat bau harum), <i>Temperature</i> (panas/suhu) | 1. <i>Flavour</i> (rasa) | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kelezatan rasa dari hidangan yang disajikan • Tingkat perpaduan rasa dari hidangan yang disajikan | Interval |
| | | | 2. <i>Consistency</i> (kemantapan/ketetapan) | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat mutu hidangan yang disajikan • Tingkat kesesuaian kematangan hidangan yang disajikan | Interval |
| | | | 3. <i>Texture/form/shape</i> (susunan/bentuk/potongan) | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik bentuk hidangan yang disajikan • Tingkat kesesuaian tekstur hidangan yang disajikan | Interval |
| | | | 4. <i>Visual appeal</i> (daya penarik lewat ketajaman mata) | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kerapihan hidangan yang disajikan • Tingkat daya seni penyajian dari hidangan yang disajikan | Interval |
| | | | 5. <i>Aromatic appeal</i> (daya penarik lewat ketajaman mata) | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik dari aroma hidangan yang disajikan | Interval |

| Variabel | Konsep | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala |
|-----------------------|--|---|---|--|----------|
| | | | penarik lewat bau harum) | <ul style="list-style-type: none"> Tingkat kesegaran bahan dari aroma hidangan yang disajikan | |
| | | | 6. <i>Temperature</i> (panas/suhu) | <ul style="list-style-type: none"> Tingkat kesesuaian suhu dari hidangan yang disajikan Tingkat daya tahan suhu hidangan yang disajikan | Interval |
| Kepuasan Konsumen (Y) | Kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2015) adalah rasa nyaman konsumen ketika mendapatkan hasil produk yang berkualitas lebih baik daripada hasil produk yang tidak dipilih dengan kualitas buruk atau lebih buruk. | Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. (Kotler dan Keller, 2012) | 1. Perbandingan antara kenyataan (<i>perceived</i>) dan harapan (<i>expected</i>) kualitas pelayanan tentang berwujud (<i>tangible</i>) | <ul style="list-style-type: none"> Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang daya tarik dari tampilan peralatan dan dekorasi area yang digunakan Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kerapian dan kebersihan penampilan pegawai | Interval |
| | | | 2. Perbandingan antara kenyataan (<i>perceived</i>) dan harapan (<i>expected</i>) kualitas pelayanan tentang reliabilitas (<i>reliability</i>) | <ul style="list-style-type: none"> Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang ketepatan waktu yang diperlukan untuk pengiriman pesanan sesuai yang dijanjikan Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kesesuaian menu yang dihidangkan dengan yang di pesan | Interval |

| Variabel | Konsep | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala |
|----------|--------|---------|--|---|----------|
| | | | 3. Perbandingan antara kenyataan (<i>perceived</i>) dan harapan (<i>expected</i>) kualitas pelayanan tentang ketanggapan (<i>responsiveness</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan ketanggapan pegawai dalam melayani konsumen • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang daya minat pegawai dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen | Interval |
| | | | 4. Perbandingan antara kenyataan (<i>perceived</i>) dan harapan (<i>expected</i>) kualitas pelayanan tentang jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kompetensi karyawan di bidangnya • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kebersihan peralatan yang digunakan | Interval |
| | | | 5. Perbandingan antara kenyataan (<i>perceived</i>) dan harapan (<i>expected</i>) kualitas pelayanan tentang empati (<i>empathy</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kemampuan pegawai dalam berkomunikasi dengan konsumen • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kecepatan pegawai dalam menanggapi | Interval |

| Variabel | Konsep | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala |
|----------|--------|---------|---|--|----------|
| | | | | keluhan konsumen | |
| | | | 6. Perbandingan antara kenyataan (<i>perceived</i>) dan harapan (<i>expected</i>) kualitas produk tentang <i>flavour</i> (rasa/bau) | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kelezatan rasa dari hidangan yang disajikan • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang perpaduan rasa dari hidangan yang disajikan | Interval |
| | | | 7. Perbandingan antara kenyataan (<i>perceived</i>) dan harapan (<i>expected</i>) kualitas produk tentang <i>consistency</i> (kemantapan/ketetapan) | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang mutu hidangan yang disajikan • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kesesuaian kematangan hidangan yang disajikan | Interval |
| | | | 8. Perbandingan antara kenyataan (<i>perceived</i>) dan harapan (<i>expected</i>) kualitas produk tentang <i>texture/form/shape</i> (susunan/bentuk/potongan) | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang daya tarik dari bentuk hidangan yang disajikan • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kesesuaian tekstur hidangan yang disajikan | Interval |

| Variabel | Konsep | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala |
|----------|--------|---------|---|--|----------|
| | | | 9. Perbandingan antara kenyataan (<i>perceived</i>) dan harapan (<i>expected</i>) kualitas produk tentang <i>visual appeal</i> (daya penarik lewat ketajaman mata) | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kerapihan hidangan yang disajikan <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang daya seni penyajian dari hidangan yang disajikan | Interval |
| | | | 10. Perbandingan antara kenyataan (<i>perceived</i>) dan harapan (<i>expected</i>) kualitas produk tentang <i>aromatic appeal</i> (daya penarik lewat bau harum) | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang daya tarik dari aroma hidangan yang disajikan <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kesegaran bahan dari aroma hidangan yang disajikan | Interval |
| | | | 11. Perbandingan antara kenyataan (<i>perceived</i>) dan harapan (<i>expected</i>) kualitas produk tentang <i>temperature</i> (panas/suhu) | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kesesuaian suhu dari hidangan yang disajikan <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang daya tahan suhu hidangan yang disajikan | Interval |

Sumber: Data diolah Penulis (2019)

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Heni Catering. Target konsumen Heni Catering yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah klien yang menggunakan jasa Heni Catering.

Berikut data pemesanan yang dipesan selama tahun 2018:

Tabel 3.2
Jumlah Pemesanan *Event* Heni Catering Tahun 2018

| Bulan | Jumlah Pemesanan |
|--------------|------------------|
| Januari | 42 |
| Februari | 24 |
| Maret | 22 |
| April | 27 |
| Mei | 8 |
| Juni | 7 |
| Juli | 36 |
| Agustus | 26 |
| September | 44 |
| Oktober | 14 |
| November | 20 |
| Desember | 18 |
| Total | 288 |

Sumber: Heni Catering (2018)

3.4.2 Sampel

Sampel yang baik yaitu sampel yang memiliki populasi atau yang representatif artinya yang menggambarkan keadaan populasi atau mencerminkan populasi secara maksimal tetapi walaupun mewakili sampel bukan merupakan duplikat dari populasi. Sampel pada penelitian ini terdiri atas klien yang menggunakan jasa Heni Catering dan dianggap cocok.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus Isac dan Michael dalam menentukan sampel untuk konsumen Heni Catering dengan data jumlah konsumen yang memesan paket pernikahan pada tahun 2018 adalah 288. Penentuan besaran sampel dengan rumusan Isac dan Michael sebagai berikut:

Tabel 3.3
Tabel Isac dan Michael Untuk Penentuan Jumlah Sampel

| N | S | | | N | S | | | N | S | | |
|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|---------|-----|-----|-----|
| | 1% | 5% | 10% | | 1% | 5% | 10% | | 1% | 5% | 10% |
| 10 | 10 | 10 | 10 | 280 | 197 | 115 | 138 | 2800 | 537 | 310 | 247 |
| 15 | 15 | 14 | 14 | 290 | 202 | 158 | 140 | 3000 | 543 | 312 | 248 |
| 20 | 19 | 19 | 19 | 300 | 207 | 161 | 143 | 3500 | 558 | 317 | 251 |
| 25 | 24 | 23 | 23 | 320 | 216 | 167 | 147 | 4000 | 569 | 320 | 254 |
| 30 | 29 | 28 | 27 | 340 | 225 | 172 | 151 | 4500 | 578 | 323 | 255 |
| 35 | 33 | 32 | 31 | 360 | 234 | 177 | 155 | 5000 | 586 | 326 | 257 |
| 40 | 38 | 36 | 35 | 380 | 242 | 182 | 158 | 6000 | 598 | 329 | 259 |
| 45 | 42 | 40 | 39 | 400 | 250 | 186 | 162 | 7000 | 606 | 332 | 261 |
| 50 | 47 | 44 | 42 | 420 | 257 | 191 | 165 | 8000 | 613 | 334 | 263 |
| 55 | 51 | 48 | 46 | 440 | 265 | 195 | 168 | 9000 | 618 | 335 | 263 |
| 60 | 55 | 51 | 49 | 460 | 272 | 198 | 171 | 10000 | 622 | 336 | 263 |
| 65 | 59 | 55 | 53 | 480 | 279 | 202 | 173 | 15000 | 635 | 340 | 266 |
| 70 | 63 | 58 | 56 | 500 | 285 | 205 | 176 | 20000 | 642 | 342 | 267 |
| 80 | 71 | 65 | 62 | 600 | 315 | 221 | 187 | 40000 | 563 | 345 | 269 |
| 85 | 75 | 68 | 65 | 650 | 329 | 227 | 191 | 50000 | 655 | 346 | 269 |
| 90 | 79 | 72 | 68 | 700 | 341 | 233 | 195 | 75000 | 658 | 346 | 270 |
| 95 | 83 | 75 | 71 | 750 | 352 | 238 | 199 | 100000 | 659 | 347 | 270 |
| 100 | 87 | 78 | 73 | 800 | 363 | 243 | 202 | 150000 | 661 | 347 | 270 |
| 110 | 94 | 84 | 78 | 850 | 373 | 247 | 205 | 200000 | 661 | 347 | 270 |
| 120 | 102 | 89 | 83 | 900 | 382 | 251 | 208 | 250000 | 662 | 348 | 270 |
| 130 | 109 | 95 | 88 | 950 | 391 | 255 | 211 | 300000 | 662 | 348 | 270 |
| 140 | 116 | 100 | 92 | 1000 | 399 | 258 | 213 | 350000 | 662 | 348 | 270 |
| 150 | 122 | 105 | 97 | 1050 | 414 | 265 | 217 | 400000 | 662 | 348 | 270 |
| 160 | 129 | 110 | 101 | 1100 | 427 | 270 | 221 | 450000 | 663 | 348 | 270 |
| 170 | 135 | 114 | 105 | 1200 | 440 | 275 | 224 | 500000 | 663 | 348 | 270 |
| 180 | 142 | 119 | 108 | 1300 | 450 | 279 | 227 | 550000 | 663 | 348 | 270 |
| 190 | 148 | 123 | 112 | 1400 | 460 | 283 | 229 | 600000 | 663 | 348 | 270 |
| 200 | 154 | 127 | 115 | 1500 | 469 | 286 | 232 | 650000 | 663 | 348 | 270 |
| 210 | 160 | 131 | 118 | 1600 | 477 | 289 | 234 | 700000 | 663 | 348 | 270 |
| 220 | 165 | 135 | 122 | 1700 | 485 | 292 | 235 | 750000 | 663 | 348 | 271 |
| 230 | 171 | 139 | 125 | 1800 | 492 | 294 | 237 | 800000 | 663 | 348 | 271 |
| 240 | 176 | 142 | 127 | 1900 | 498 | 297 | 238 | 850000 | 663 | 348 | 271 |
| 250 | 182 | 146 | 130 | 2000 | 510 | 301 | 241 | 900000 | 663 | 348 | 271 |
| 260 | 187 | 149 | 133 | 2200 | 520 | 304 | 243 | 950000 | 663 | 348 | 271 |
| 270 | 192 | 152 | 135 | 2600 | 529 | 307 | 245 | 1000000 | 664 | 349 | 272 |

Sumber: Wahyudi (2017)

Berdasarkan uraian tabel Isac dan Michael tersebut maka jumlah sampel yang dijadikan responden pada penelitian ini dilihat dari jumlah populasi 288 orang di tahun 2018 dan tingkat error 10% adalah sebanyak 140 orang, dengan respondennya tertuju yakni konsumen Heni Catering.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling, atau disebut juga dengan prosedur sampling (*sampling procedures*) pada umumnya terbagi atas 2, yaitu:

1. Teknik sampel probabilitas atau *sampling* probabilitas. Teknik penarikan sampel probabilitas dilakukan dengan menggunakan panduan matematis berdasarkan teori kemungkinan (*probability theory*) di mana peluang setiap unit untuk terpilih sebagai sampel telah dapat diketahui. Teknik penarikan sampel probabilitas dilakukan dengan cara memilih atau menarik sampel

secara acak (*random*) dari suatu daftar yang berisi seluruh nama anggota populasi yang tengah diambil sampelnya.

2. Teknik sampel nonprobabilitas atau *sampling* non-probabilitas merupakan teknik penarikan sampel yang tidak mengikuti panduan probabilitas matematis. Namun demikian, karakteristik paling penting yang membedakan kedua tipe sampel adalah bahwa *sampling* probabilitas memungkinkan penulis untuk menghitung jumlah kesalahan *sampling* (*sampling error*) pada suatu penelitian, sedangkan *sampling* nonprobabilitas tidak.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan

Teknik ini dilakukan dengan mencari data dari sumber buku mengenai pemasaran, pemasaran jasa, internet, jurnal maupun hasil penelitian sejenis yang berkaitan dengan masalah yang diangkat dan diteliti oleh penulis untuk kemudian dijadikan sebagai landasan teori. Adapun teori yang dibutuhkan tersebut adalah mengenai pariwisata, usaha jasa boga, pemasaran, kualitas pelayanan, kualitas produk serta kepuasan konsumen.

2. Studi Lapangan

Teknik ini dilakukan dengan maksud untuk memperoleh data primer yang dibutuhkan, berkenaan dengan variabel yang penulis teliti. Yaitu mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen di Heni Catering. Adapun cara yang dilakukan penulis yaitu:

- a. Metode observasi berperan serta (*participant observation*). Observasi ini dilakukan dengan cara berperan aktif di lapangan, yaitu dengan adanya interaksi antara penulis dengan pihak katering dalam kualitas pelayanan dan produk.
- b. Metode wawancara, yaitu memberikan rangkaian pertanyaan kepada subjek penelitian. Hal ini dilakukan secara langsung dengan pemilik, pegawai yang ada di dapur dan pegawai yang sedang menangani *event*. Mengenai garis

besar permasalahan yang ada di subjek penelitian, tanpa metode terstruktur melainkan langsung dan terbuka.

- c. Metode angket atau metode yang dikenal dengan metode kuesioner. Teknik ini dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada konsumen Heni Catering. Angket tersebut adalah mengenai variabel yang akan diteliti berkenaan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen di Heni Catering.

3.5.1 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi, wawancara langsung kepada pengelola perusahaan dan wawancara dengan alat bantu kuisisioner kepada konsumen Heni Catering. Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh langsung dari sumbernya, terdapat pada penelitian sebelumnya maupun literatur lainnya. Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari beberapa sumber seperti buku, skripsi, jurnal dan data dari instansi terkait yang berhubungan dengan topik ini.

3.5.2 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan dalam penelitian guna mengumpulkan atau memperoleh data yang menunjang dalam melakukan suatu penelitian. Menurut (Sugiyono, 2013) instrumen penelitian adalah “suatu alat yang digunakan untuk mengukur kejadian alam maupun sosial yang diteliti. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian”. Instrumen penelitian dengan metode kuesioner kemudian disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah dijelaskan dalam tabel operasionalisasi variabel sehingga masing-masing pertanyaan yang akan diajukan kepada setiap responden lebih jelas serta dapat terstruktur. Adapun data yang telah dijelaskan dalam tabel operasionalisasi variabel yang bersifat kualitatif akan diubah menjadi bentuk kuantitatif dengan pendekatan analisis statistik. Teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah teknik Skala Likert.

Skala Likert disebut juga sebagai *summated rating scale*. Menurut Kinnear (1988), skala Likert berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang

terhadap pernyataan. Responden diminta untuk mengisi pernyataan dalam skala interval berbentuk verbal dalam jumlah kategori tertentu, bisa 5, 7, dan seterusnya (disarankan ganjil, supaya terdapat kategori “netral”) atau memasukkan kategori “tidak tahu”. Skala Likert dapat memberi peluang kepada responden untuk menyatakan perasaan dalam bentuk persetujuan terhadap suatu pernyataan, sehingga Skala Likert banyak digunakan oleh para peneliti (Umar, 2003). Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka dapat diberi skor dari skala Likert, yaitu:

Tabel 3.4
Skor Skala Likert

| Skor | Jawaban |
|------|---------------------|
| 1 | Sangat Tidak Setuju |
| 2 | Tidak Setuju |
| 3 | Netral |
| 4 | Setuju |
| 5 | Sangat Setuju |

Sumber: *Metodologi Penelitian* (Sugiyono, 2012)

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu instrumen untuk menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keshahihan suatu penelitian. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya, instrumen yang kurang valid memiliki validitas rendah (Arikunto, 2010).

Uji validitas instrumen dimaksudkan untuk mendapatkan alat ukur yang shahih dan terpercaya. Penelitian ini setiap butir item di uji validitasnya dengan rumus korelasi *Pearson Product Moment* (PPM), yaitu sebagai berikut (Widiyanto, 2013).

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan y

n = Banyaknya responden penelitian

xy = Jumlah perkalian antara skor x dan skor y

x = Jumlah skor tiap item dari seluruh responden penelitian

y = Jumlah skor total seluruh item dari keseluruhan responden penelitian
Kemudian untuk menentukan instrument tersebut dinyatakan valid atau tidak, maka dijelaskan kriteria sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total untuk kemudian dinyatakan valid.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau r_{hitung} negatif, maka instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total untuk kemudian dinyatakan tidak valid.

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS *for Windows* Versi 25.0. Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan terhadap 30 responden. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0.361, untuk $df = 30-2=28$; $\alpha = 0.1$ maka item/ Pernyataan tersebut valid.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

| No. | Pernyataan | R_{hitung} | $><$ | R_{tabel} | Keterangan |
|--|--|--------------|------|-------------|------------|
| EXPECTED (HARAPAN) | | | | | |
| Kualitas Pelayanan | | | | | |
| Berwujud (<i>Tangible</i>) | | | | | |
| 1 | Tingkat daya tarik dari tampilan peralatan dan dekorasi area yang digunakan | 0.402 | > | 0.361 | Valid |
| 2 | Tingkat kerapihan dan kebersihan penampilan pegawai | 0.593 | > | 0.361 | Valid |
| Reliabilitas (<i>reliability</i>) | | | | | |
| 3 | Tingkat ketepatan waktu dalam pengiriman pesanan sesuai yang dijanjikan | 0.415 | > | 0.361 | Valid |
| 4 | Tingkat kesesuaian menu yang dihidangkan dengan yang di pesan | 0.661 | > | 0.361 | Valid |
| Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) | | | | | |
| 5 | Tingkat ketanggapan pegawai dalam melayani konsumen | 0.661 | > | 0.361 | Valid |
| 6 | Tingkat daya minat pegawai dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen | 0.614 | > | 0.361 | Valid |
| Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>) | | | | | |
| 7 | Tingkat kompetensi pegawai di bidangnya | 0.558 | > | 0.361 | Valid |
| 8 | Tingkat kebersihan peralatan yang digunakan | 0.644 | > | 0.361 | Valid |
| Empati (<i>empathy</i>) | | | | | |
| 9 | Tingkat kemampuan pegawai dalam berkomunikasi dengan konsumen | 0.765 | > | 0.361 | Valid |
| 10 | Tingkat kecepatan pegawai dalam menanggapi keluhan konsumen | 0.569 | > | 0.361 | Valid |
| Kualitas Produk | | | | | |
| <i>Flavour</i> (rasa) | | | | | |

| No. | Pernyataan | R _{hitung} | >< | R _{tabel} | Keterangan |
|--|--|---------------------|----|--------------------|------------|
| 1 | Tingkat kelezatan rasa dari hidangan yang disajikan | 0.476 | > | 0.361 | Valid |
| 2 | Tingkat perpaduan rasa dari hidangan yang disajikan | 0.444 | > | 0.361 | Valid |
| <i>Consistency (kemantapan/ketetapan)</i> | | | | | |
| 3 | Tingkat mutu hidangan yang disajikan | 0.638 | > | 0.361 | Valid |
| 4 | Tingkat kesesuaian kematangan hidangan yang disajikan | 0.516 | > | 0.361 | Valid |
| <i>Texture/form/ shape (susunan/bentuk/potongan)</i> | | | | | |
| 5 | Tingkat daya tarik dari bentuk hidangan yang disajikan | 0.683 | > | 0.361 | Valid |
| 6 | Tingkat kesesuaian tekstur hidangan yang disajikan | 0.595 | > | 0.361 | Valid |
| <i>Visual appeal (daya penarik lewat ketajaman mata)</i> | | | | | |
| 7 | Tingkat kerapihan hidangan yang disajikan | 0.589 | > | 0.361 | Valid |
| 8 | Tingkat daya seni penyajian dari hidangan yang disajikan | 0.740 | > | 0.316 | Valid |
| <i>Aromatic appeal (daya penarik lewat bau harum)</i> | | | | | |
| 9 | Tingkat daya tarik dari aroma hidangan yang disajikan | 0.497 | > | 0.361 | Valid |
| 10 | Tingkat kesegaran bahan dari aroma hidangan yang disajikan | 0.519 | > | 0.316 | Valid |
| <i>Temperature (panas/suhu)</i> | | | | | |
| 11 | Tingkat kesesuaian suhu dari hidangan yang disajikan | 0.649 | > | 0.361 | Valid |
| 12 | Tingkat daya tahan suhu hidangan yang disajikan | 0.388 | > | 0.361 | Valid |
| PERCEIVED (KENYATAAN) | | | | | |
| Kualitas Pelayanan | | | | | |
| <i>Berwujud (Tangible)</i> | | | | | |
| 1 | Tingkat daya tarik dari tampilan peralatan dan dekorasi area yang digunakan | 0.769 | > | 0.361 | Valid |
| 2 | Tingkat kerapihan dan kebersihan penampilan pegawai | 0.812 | > | 0.361 | Valid |
| <i>Reliabilitas (reliability)</i> | | | | | |
| 3 | Tingkat ketepatan waktu dalam pengiriman pesanan sesuai yang dijanjikan | 0.651 | > | 0.361 | Valid |
| 4 | Tingkat kesesuaian menu yang dihidangkan dengan yang di pesan | 0.541 | > | 0.361 | Valid |
| <i>Ketanggapan (responsiveness)</i> | | | | | |
| 5 | Tingkat ketanggapan pegawai dalam melayani konsumen | 0.613 | > | 0.361 | Valid |
| 6 | Tingkat daya minat pegawai dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen | 0.656 | > | 0.361 | Valid |
| <i>Jaminan dan kepastian (assurance)</i> | | | | | |
| 7 | Tingkat kompetensi pegawai di bidangnya | 0.799 | > | 0.361 | Valid |
| 8 | Tingkat kebersihan peralatan yang digunakan | 0.678 | > | 0.361 | Valid |
| <i>Empati (empathy)</i> | | | | | |

| No. | Pernyataan | R _{hitung} | >< | R _{tabel} | Keterangan |
|--|---|---------------------|----|--------------------|------------|
| 9 | Tingkat kemampuan pegawai dalam berkomunikasi dengan konsumen | 0.863 | > | 0.361 | Valid |
| 10 | Tingkat kecepatan pegawai dalam menanggapi keluhan konsumen | 0.746 | > | 0.361 | Valid |
| Kualitas Produk | | | | | |
| <i>Flavour (rasa)</i> | | | | | |
| 1 | Tingkat kelezatan rasa dari hidangan yang disajikan | 0.641 | > | 0.361 | Valid |
| 2 | Tingkat perpaduan rasa dari hidangan yang disajikan | 0.678 | > | 0.361 | Valid |
| <i>Consistency (kemantapan/ketetapan)</i> | | | | | |
| 3 | Tingkat mutu hidangan yang disajikan | 0.571 | > | 0.361 | Valid |
| 4 | Tingkat kesesuaian kematangan hidangan yang disajikan | 0.755 | > | 0.361 | Valid |
| <i>Texture/form/ shape (susunan/bentuk/potongan)</i> | | | | | |
| 5 | Tingkat daya tarik dari bentuk hidangan yang disajikan | 0.734 | > | 0.361 | Valid |
| 6 | Tingkat kesesuaian tekstur hidangan yang disajikan | 0.808 | > | 0.361 | Valid |
| <i>Visual appeal (daya penarik lewat ketajaman mata)</i> | | | | | |
| 7 | Tingkat kerapihan hidangan yang disajikan | 0.704 | > | 0.361 | Valid |
| 8 | Tingkat daya seni penyajian dari hidangan yang disajikan | 0.712 | > | 0.361 | Valid |
| <i>Aromatic appeal (daya penarik lewat bau harum)</i> | | | | | |
| 9 | Tingkat daya tarik dari aroma hidangan yang disajikan | 0.813 | > | 0.361 | Valid |
| 10 | Tingkat kesegaran bahan dari aroma hidangan yang disajikan | 0.683 | > | 0.361 | Valid |
| <i>Temperature (panas/suhu)</i> | | | | | |
| 11 | Tingkat kesesuaian suhu dari hidangan yang disajikan | 0.855 | > | 0.361 | Valid |
| 12 | Tingkat daya tahan suhu hidangan yang disajikan | 0.716 | > | 0.361 | Valid |
| KEPUASAN KONSUMEN | | | | | |
| Kualitas Pelayanan | | | | | |
| 1 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang daya tarik dari tampilan peralatan dan dekorasi area yang digunakan | 0.879 | > | 0.361 | Valid |
| 2 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kerapihan dan kebersihan penampilan pegawai | 0.898 | > | 0.361 | Valid |
| 3 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang ketepatan waktu yang diperlukan untuk pengiriman pesanan sesuai yang dijanjikan | 0.808 | > | 0.361 | Valid |
| 4 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kesesuaian menu yang dihidangkan dengan yang di pesan | 0.564 | > | 0.361 | Valid |

| No. | Pernyataan | R _{hitung} | >< | R _{tabel} | Keterangan |
|------------------------|--|---------------------|----|--------------------|------------|
| 5 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan ketanggapan pegawai dalam melayani konsumen | 0.517 | > | 0.361 | Valid |
| 6 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang daya minat pegawai dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen | 0.558 | > | 0.361 | Valid |
| 7 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kompetensi karyawan di bidangnya | 0.858 | > | 0.361 | Valid |
| 8 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kebersihan peralatan yang digunakan | 0.722 | > | 0.361 | Valid |
| 9 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kemampuan pegawai dalam berkomunikasi dengan konsumen | 0.897 | > | 0.361 | Valid |
| 10 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kecepatan pegawai dalam menanggapi keluhan konsumen | 0.816 | > | 0.361 | Valid |
| Kualitas Produk | | | | | |
| 11 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kelezatan rasa dari hidangan yang disajikan | 0.585 | > | 0.361 | Valid |
| 12 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang perpaduan rasa dari hidangan yang disajikan | 0.602 | > | 0.361 | Valid |
| 13 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang mutu hidangan yang disajikan | 0.768 | > | 0.361 | Valid |
| 14 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kesesuaian kematangan hidangan yang disajikan | 0.717 | > | 0.361 | Valid |
| 15 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang daya tarik dari bentuk hidangan yang disajikan | 0.913 | > | 0.361 | Valid |
| 16 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kesesuaian tekstur hidangan yang disajikan | 0.865 | > | 0.361 | Valid |
| 17 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kerapihan hidangan yang disajikan | 0.908 | > | 0.361 | Valid |
| 18 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang daya seni penyajian dari hidangan yang disajikan | 0.919 | > | 0.361 | Valid |
| 19 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang daya tarik dari aroma hidangan yang disajikan | 0.709 | > | 0.361 | Valid |
| 20 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kesegaran bahan dari aroma hidangan yang disajikan | 0.856 | > | 0.361 | Valid |
| 21 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kesesuaian suhu dari hidangan yang disajikan | 0.818 | > | 0.361 | Valid |

| No. | Pernyataan | R _{hitung} | >< | R _{tabel} | Keterangan |
|-----|---|---------------------|----|--------------------|------------|
| 22 | Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang daya tahan suhu hidangan yang disajikan | 0.794 | > | 0.361 | Valid |

Sumber: Data Hasil Pengolahan (2019)

Hasil perhitungan data di atas menyatakan bahwa hasil dari tanggapan kuesioner yang disebar kepada responden dinyatakan valid. Hal tersebut dibuktikan bahwa hasil perhitungan setiap item pertanyaan mempunyai nilai lebih dari 0,361.

3.6.2 Uji Realibilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan yang merupakan dimensi dari variabel yang disusun dalam kuesioner. Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2013).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Alpha cronbach adalah rumus matematis yang digunakan untuk menguji tingkat reliabilitas ukuran. Rumus reliabilitas *Cronbach Alpha* menurut (Noor, 2017) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

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

σ_{1^2} = Varians total

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. *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 merupakan hasil

pengujian dengan menggunakan *software* SPSS Versi 25, maka diperoleh hasil uji reliabilitas di bawah ini.

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas *Cronbach's Alpha*

| No. | Variabel | $C\alpha$ hitung | $C\alpha$ minimal | Keterangan |
|-----|------------------------------|------------------|-------------------|-----------------|
| 1. | Kualitas Pelayanan (X_1) | 0.925 | 0,70 | <i>Reliable</i> |
| 2. | Kualitas Produk (X_2) | 0.938 | 0,70 | <i>Reliable</i> |
| 3. | Kepuasan Konsumen (Y) | 0.967 | 0,70 | <i>Reliable</i> |

Sumber: Data Hasil Pengolahan (2019)

Berdasarkan tabel 3.8 hasil uji reliabilitas *cronbach's alpha* dapat diketahui bahwa hasil pengukuran reliabilitas untuk kedua variabel X yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk dan variabel Y yaitu kepuasan konsumen dinyatakan **reliabel** dengan perolehan nilai variabel X_1 yaitu 0,925 dan variabel X_2 sebesar 0,938, sedangkan variabel Y memperoleh nilai 0,967 yang berarti lebih besar dari $C\alpha$ minimal 0,70.

3.7 Rancangan Analisis Data

Rancangan penelitian digunakan untuk melihat adanya tujuan dan target yang akan dicapai dalam penelitian. Jika tujuan penelitian sudah ditentukan dengan jelas, maka penelitian dan pemecahan masalah akan berjalan dengan baik. Salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu konsumen Heni Catering.

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
Menyusun data bertujuan 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 rangking skor pada setiap variabel penelitian

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *skala Likert* (*Likert's Summated Ratings*). Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket/kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian, yakni kualitas pelayanan dan kualitas produk sebagai tolak ukur pengaruh terhadap kepuasan konsumen dan setiap pertanyaan dari angket diberikan 5 alternatif jawaban.

Tabel 3.7
Skor Alternatif Jawaban Pernyataan Variabel X dan Y

| Alternatif Jawaban | Sangat Tinggi | Tinggi | Netral | Rendah | Sangat Rendah |
|--------------------|---------------|--------|--------|--------|---------------|
| Positif | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| Negatif | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel X yang terdapat di objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal.

1. Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden.
2. Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden.
3. Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum.
4. Jarak Interval = jenjang : banyaknya kelas interval.

3.7.1 Analisis deskriptif

Analisis deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel independen dan variabel dependen. (Nazir, 2013) berpendapat bahwa “metode deskripsi ini digunakan untuk menjawab permasalahan mengenai seluruh variabel penelitian secara independen”. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian:

1. Analisis deskriptif mengenai kualitas pelayanan di Heni Catering.
2. Analisis deskriptif mengenai kualitas produk di Heni Catering.
3. Analisis deskriptif mengenai kepuasan konsumen.

Demi memperoleh makna yang bermanfaat terhadap pemecahan masalah, angket yang telah diisi oleh responden harus diolah, sehingga untuk keseragaman

dan memudahkan dalam penafsiran data dan membuat kesimpulan (fakta). Menurut Nana Syaodik (1989:45) terdapat beberapa golongan presentase (Rukajat, 2018).

Tabel 3.8
Kriteria Penafsiran Perhitungan Responden

| No. | Kriteria Penafsiran | Keterangan |
|-----|---------------------|--------------------------------|
| 1. | 0% | Tak seorangpun Responden |
| 2. | 1% - 24% | Sebagian Kecil Responden |
| 3. | 24% - 49% | Kurang dari setengah Responden |
| 4. | 50% | Setengah Responden |
| 5. | 51-74% | Lebih dari setengah Responden |
| 6. | 75% - 99% | Sebagian besar Responden |
| 7. | 100% | Seluruh Responden |

Sumber: Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Rukajat, 2018)

3.7.2 Analisis Verifikatif

Variabel-variabel dalam penelitian ini kemudian disusun menjadi kuesioner (angket), untuk melihat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Angket yang telah disusun diharapkan dapat memberikan hasil mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Setelah melakukan konversi data, selanjutnya melakukan analisis verifikatif untuk menguji hipotesis. Metode untuk melakukan teknik analisis data verifikatif adalah sebagai berikut.

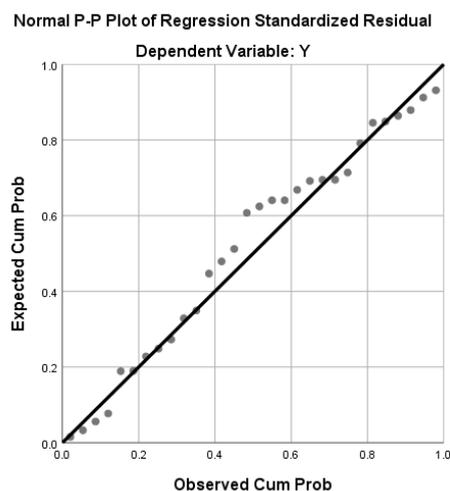
3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Sesuai dengan namanya uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan data. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, baik variabel dependen maupun variabel independen, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah, model regresi yang mempunyai distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2013). Terdapat dua cara untuk

mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara analisis grafik dan uji statistik. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas:

1. Jika nilai sig (signifikansi) $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal.
2. Jika nilai sig (signifikansi) $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal, selain itu dapat dilihat berdasarkan bentuk kurva.
3. 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.



Gambar 3.1
Garis Normal Probability Plot

Gambar 3.1 menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2 Uji Linearitas

Menurut (Prayitno., 2010) uji linieritas bertujuan untuk mengetahui hubungan yang linier atau tidak secara signifikan variabel penelitian. Uji ini digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian Linieritas pada penelitian ini menggunakan *Test for linearity* pada taraf signifikan 0,05. Variabel penelitian dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila signifikansi (Linieritas) kurang dari 0,05. Adapun kriteria dari uji linieritas adalah

apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka data tersebut adalah linier dan sebaliknya apabila diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka data tersebut tidak linier. Perhitungan dilakukan menggunakan program perhitungan SPSS Versi 25.

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2013) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

3.8.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Santoso, 2012). Pada prosedur pendeteksian masalah autokorelasi dapat digunakan besaran Durbin-Watson. Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW) dengan ketentuan sebagai berikut (Danang, 2013):

1. Terjadi autokorelasi positif jika nilai DW dibawah -2 atau $DW < -2$
2. Tidak terjadi autokorelasi jika nilai DW berada diantara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$
3. Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW di atas 2 atau $DW > 2$.

3.8.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan varians atau residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Menurut (Damodar, 2012) untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan *uji-rank Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual (*error*). Untuk mendeteksi gejala uji heteroskedastisitas, maka dibuat persamaan regresi dengan asumsi tidak ada heteroskedastisitas kemudian menentukan nilai absolut residual, selanjutnya

meregresikan nilai absolute residual diperoleh sebagai variabel dependen serta dilakukan regresi dari variabel independen. Jika nilai koefisien korelasi antara variabel independen dengan nilai absolut dari residual signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

3.9 Analisis Korelasi

3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear regresi berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen, bila terdapat dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi, analisis regresi berganda dilakukan apabila terdapat paling sedikitnya dua variabel independen. Menurut (Sugiyono, 2015) persamaan regresi untuk empat prediktor adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

| | | |
|-------------------|---|--------------------------|
| Y | = | Kepuasan konsumen |
| A | = | Koefisien konstanta |
| b_1, b_2, \dots | = | Koefisien regresi |
| X_1 | = | Kualitas Pelayanan |
| X_2 | = | Kualitas Produk |
| ε | = | Error, variabel gangguan |

3.9.2 Uji Koefisien Korelasi

Analisis korelasi merupakan suatu analisis untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara 2 variabel yaitu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) atau untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2015).

Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel – variabel independen yaitu kualitas menu dan *suggestive selling* secara parsial dengan variabel dependen yaitu volume penjualan. Penulis menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* (r). Menurut (Akdon & Riduwan, 2010) korelasi pearson product moment (r) adalah suatu hubungan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel bebas (*independent*)

dengan variabel terikat (*dependent*). Rumus korelasi pearson product moment (r) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan y

n = Banyaknya responden penelitian

xy = Jumlah perkalian antara skor x dan skor y

x = Jumlah skor tiap item dari seluruh responden penelitian

y = Jumlah skor total seluruh item dari keseluruhan responden penelitian

Koefisien korelasi (r) menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Nilai koefisien harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ($-1 < r \leq +1$), yang menghasilkan beberapa kemungkinan yaitu:

1. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif antara variabel-variabel yang di uji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan dan penurunan Y.
2. Tanda negatif menunjukkan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan Y dan sebaliknya.
3. Jika $r = 0$ atau mendekati 0, maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti.

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini:

Tabel 3.9
Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

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

Sumber: Rumus dan Data dalam Analisis Statistika (Akdon & Riduwan, 2010)

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan bahwa besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi dilambangkan dengan r^2 yang berarti koefisien korelasi. Adapun rumus koefisien determinan menurut (Akdon & Riduwan, 2010) sebagai berikut:

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

Di mana:

KP = Nilai Koefisien Determinan

r = Nilai Koefisien Korelasi

3.10 Uji Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan menggunakan beberapa cara, yaitu:

3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut (Ghozali, 2013) uji parsial (t test) pada dasarnya menunjukkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.10.2 Uji Simultan (Uji f)

Menurut Ghozali (Ghozali, 2013) uji statistik F pada dasarnya digunakan menunjukkan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa secara simultan kelima variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti secara simultan kelima variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.