

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti mengenai *restaurant attributes* serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen di Nanny's Pavillon Bandung dengan pendekatan ilmu manajemen pemasaran. Penelitian ini terdiri dari dua yaitu variabel X, dan variabel Y. "Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:38).

Variabel pada penelitian ini terbagi menjadi *independent variabel* dan *dependent variabel*. *Independent variabel* adalah kondisi-kondisi atau karakteristik-karakteristik oleh peneliti dimanipulasi dalam rangka untuk menerangkan hubungannya dengan fenomena yang diobservasi. Sedangkan *dependent variabel* menurut I Gusti Bagus (2012:35) yaitu kondisi atau karakteristik yang berubah atau muncul ketika penelitian mengintroduksi, pengubahan atau mengganti variabel bebas. Pada penelitian ini yang menjadi *independent variabel* adalah *restaurant attributes* (X) memiliki dimensi yang terdiri dari yang memiliki dimensi *food quality*, *service quality*, dan *atmosphere*. Sementara *dependent variabel* ini adalah kepuasan konsumen (Y) dengan dimensi *expectation* dan *perceived performance*.

Objek penelitian dari penelitian ini adalah konsumen di Nanny's Pavillon Bandung. Dari objek penelitian tersebut dapat diteliti mengenai pengaruh *restaurant attributes* terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun maka dari itu metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional*. Menurut Uma Sekaran (2013:106) mengemukakan bahwa *cross sectional study* adalah sebuah penelitian dimana data dikumpulkan hanya satu kali, selama beberapa hari atau minggu bahkan bulan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

3.2.1.1 Jenis Penelitian

Metode dan penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Berdasarkan tujuan penelitian dan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif

Menurut Sugiyono (2012:86) Penelitian deskriptif adalah uraian sistematis tentang teori dari hasil penelitian yang relevan dengan variabel yang diteliti. Melalui penelitian deskriptif ini maka dapat diperoleh deskripsi mengenai bagaimana gambaran *restaurant attributes*. Sugiyono (2014:55) juga mengartikan “penelitian verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”.

3.2.1.2 Metode yang Digunakan

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* maka metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dan *explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2014:08) metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi, sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut (Sugiyono 2014:11) bahwa yang dimaksud dengan metode *explanatory survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel populasi tersebut. Peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan, misalkan dengan mengedarkan kuesioner atau wawancara terstruktur

3.2.2 Operasional Variabel

Pengertian operasional variabel menurut Sugiyono (2010:58) adalah “Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.”

Variabel yang dikaji dan dianalisis dalam penelitian ini meliputi: *independent variabel restaurant attributes* (X) yang memiliki tiga dimensi yaitu: *food quality*, *service quality*, dan *atmosphere*.

Sedangkan kepuasan konsumen (Y) sebagai *dependent variabel* terdiri dari *expected* dan *perceived performance*. Secara lebih rinci dapat terlihat pada Tabel 3.1 berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
Restaurant Attributes (X)	<i>Restaurant attributes</i>	memberikan pengaruh positif dan negatif terhadap persepsi nilai bagi konsumen dan berujung kepada kepuasan konsumen. Harrington <i>et. al</i> (2012)			
Food Quality (X₁)	<i>Food quality</i> merupakan dimensi yang paling penting dalam restoran dan ditentukan berdasarkan food <i>presentation</i> , <i>menu variety</i> , <i>healthy options</i> , <i>taste</i> , <i>freshness</i> dan <i>temperature</i> dari restoran dari Namkung & Jang,2007; Harrington <i>et. al</i> (2012)	1. <i>Presentation</i>	Tingkat daya tarik presentasi makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal</i>	1
			Tingkat kesesuaian bentuk makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal</i>	2
			Tingkat kualitas rasa makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal</i>	3
		2. <i>Taste</i>	Tingkat kesesuaian tekstur dari makanan yang disajikan	<i>Ordinal</i>	4
			3. <i>Temperature</i>	Tingkat kesesuaian temperatur dari makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal</i>

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
		Tingkat kesesuaian kematangan dari makanan yang disajikan		<i>Ordinal</i>	6
		Tingkat kemenarikan variasi menu makanan dan minuman yang disajikan		<i>Ordinal</i>	7
		Tingkat kelengkapan menu yang disajikan		<i>Ordinal</i>	8
		Tingkat keberagaman menu makan dan minuman sehat		<i>Ordinal</i>	9
		Tingkat keberagaman jenis makanan dan minuman sehat		<i>Ordinal</i>	10
		Tingkat kesegaran makanan dan minuman saat disajikan		<i>Ordinal</i>	11
		Tingkat kesegaran warna makanan dan minuman saat disajikan		<i>Ordinal</i>	12
<i>Service Quality (X₂)</i>	<i>Service Quality</i> adalah penilaian pelanggan dari keseluruhan layanan yang luar biasa atau <i>superiority</i> dari restoran.	1. <i>Reliability</i>	Tingkat kemampuan karyawan saat melayani konsumen	<i>Ordinal</i>	13
			Tingkat kesesuaian <i>servicing delivery</i> karyawan	<i>Ordinal</i>	14

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
		2. <i>Responsiveness</i>	Tingkat kemampuan karyawan memberikan pelayanan yang cepat	<i>Ordinal</i>	15
			Tingkat keefektifan pelayanan	<i>Ordinal</i>	16
		3. <i>Assurance</i>	Tingkat keakuratan informasi mengenai produk & harga	<i>Ordinal</i>	17
			Tingkat keakuratan waktu pelayanan	<i>Ordinal</i>	18
		4. <i>Emphaty</i>	Tingkat kepedulian karyawan dalam mengerti kebutuhan konsumen.	<i>Ordinal</i>	19
			Tingkat keinginan karyawan dalam membantu konsumen	<i>Ordinal</i>	20
		5. <i>Tangibles</i>	Tingkat kerapihan dan kebersihan dan penampilan karyawan	<i>Ordinal</i>	21
			Tingkat kebersihan peralatan makan dan minum	<i>Ordinal</i>	22
<i>Atmosphere (X_s)²⁷</i>	Segala sesuatu yang membuat konsumen	1. <i>Ambient Factor</i>	Tingkat kesesuaian aroma pada area restoran	<i>Ordinal</i>	23

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	
1	2	3	4	5	6	
	merasa rileks dan menikmati suasana selama mereka berada di sebuah restoran. Ha & Jang, 2012; Harrington <i>et. al</i> (2012)		Tingkat kenyamanan suara pada area restoran	<i>Ordinal</i>	24	
			Tingkat kenyamanan dengan musik yang diputar di area restoran	<i>Ordinal</i>	25	
			Tingkat kenyamanan dengan tata pencahayaan di area restoran	<i>Ordinal</i>	26	
		2. <i>Design Factor</i>		Tingkat kemenarikan design exterior restoran	<i>Ordinal</i>	27
				Tingkat kemenarikan design interior restoran	<i>Ordinal</i>	28
				Tingkat kesesuaian pengaturan layout agar konsumen leluasa bergerak dalam area restoran	<i>Ordinal</i>	29
		3. <i>Cleanliness</i>		Tingkat kebersihan meja dan kursi restoran	<i>Ordinal</i>	30
				Tingkat kebersihan restoran secara menyeluruh	<i>Ordinal</i>	31
Kepuasan Konsumen (Y)		“Kepuasan konsumen sebagai perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan dari hasil membandingkan penerimaan performa produk lebih buruk dengan harapan” (Singh & Kumar, 2015)				
		Perbandingan antara kenyataan (<i>perceived</i>) dan	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan	<i>Ordinal</i>	32	

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
		harapan (<i>expectation</i>) dengan <i>food</i> <i>quality</i>	harapan dengan daya tarik presentasi makanan dan minuman yang disajikan		
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kesesuaian porsi makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal</i>	33
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kualitas rasa makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal</i>	34
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kesesuaian tekstur dari makanan yang disajikan	<i>Ordinal</i>	35
			Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kesesuaian temperatur dari makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal</i>	36
			Tingkat perbandingan antara	<i>Ordinal</i>	37

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
		kenyataan dan harapan dengan kesesuaian kematangan dari makanan yang disajikan			
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kemenarikan variasi menu makanan dan minuman yang disajikan		<i>Ordinal</i>	38
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kelengkapan menu yang disajikan		<i>Ordinal</i>	39
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan keberagaman menu makanan dan minuman sehat		<i>Ordinal</i>	40
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan keberagaman jenis makanan dan minuman sehat		<i>Ordinal</i>	41
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan		<i>Ordinal</i>	42

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
		harapan dengan kesegaran makanan dan minuman disajikan			
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kesegaran warna makanan dan minuman saat disajikan		<i>Ordinal</i>	43
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kemampuan pegawai saat melayani konsumen		<i>Ordinal</i>	44
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kesesuaian menu yang <i>serving delivery</i> karyawan		<i>Ordinal</i>	45
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kemampuan memberikan pelayanan yang cepat		<i>Ordinal</i>	46
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan		<i>Ordinal</i>	47

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
		harapan dengan keefektifan pelayanan			
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan keakuratan informasi mengenai produk & harga		<i>Ordinal</i>	48
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan keakuratan waktu penyajian		<i>Ordinal</i>	49
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kepedulian karyawan dalam mengerti kebutuhan konsumen.		<i>Ordinal</i>	50
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan keinginan karyawan dalam membantu konsumen		<i>Ordinal</i>	51
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kerapihan dan		<i>Ordinal</i>	52

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
		kebersihan penampilan karyawan			
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kebersihan peralatan makan dan minum		<i>Ordinal</i>	53
	Perbandingan antara kenyataan (<i>perceived</i>) dan harapan (<i>expectation</i>) dengan <i>atmosphere</i>	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kesesuaian aroma pada area restoran		<i>Ordinal</i>	54
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kenyamanan suara pada area restoran		<i>Ordinal</i>	55
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kenyamanan dengan musik yang diputar di area restoran		<i>Ordinal</i>	56
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kenyamanan		<i>Ordinal</i>	57

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
		dengan tata pencahayaan di area restoran			
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kemenarikan design exterior restoran		<i>Ordinal</i>	58
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kemenarikan design interior restoran		<i>Ordinal</i>	59
		Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan dengan kesesuaian pengaturan layout agar konsumen leluasa bergerak dalam area restoran		<i>Ordinal</i>	60
		Tingkat kebersihan meja dan kursi restoran		<i>Ordinal</i>	61
		Tingkat kebersihan restoran secara menyeluruh		<i>Ordinal</i>	62

Sumber: Diolah dari Berbagai Sumber Literatur (2019)

3.2.3 Jenis dan sumber data

Menurut Mark Saunders et al (2009:590) data merupakan “*Facts, opinions, and statistics that have been collected together and recorded for reference or for*

analysis”. Data penelitian digolongkan sebagai data primer dan sekunder. I Gusti Bagus (2012:82) memberikan pengertian sebagai berikut.

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA PENELITIAN

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Revenue dan Data Kunjungan	Sekunder	<ul style="list-style-type: none"> • Managemen Nanny’s Pavillon Bandung
2.	Wawancara	Sekunder	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Restaurant Supervisor</i> Nanny’s Pavillon Bandung • <i>Restaurant Manager</i> Nanny’s Pavillon Bandung
3	Tanggapan ketidakpuasan konsumen melalui <i>Online Review</i>	Sekunder	<i>Google Review Summary</i> dan <i>Tripadvisor</i> 2016-2018.
3.	Tanggapan responden tentang variabel <i>restaurant attributes</i>	Primer	Konsumen Nanny’s Pavillon Bandung
4	Tanggapan responden tentang variabel <i>customer satisfaction</i>	Primer	Konsumen Nanny’s Pavillon Bandung

Sumber: Hasil pengolahan data, 2019

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Mark Saunders et al. (2009:597) menyatakan Populasi “*The complete set of cases or group members*” Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:80).

Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi pada penelitian ini adalah konsumen di Nanny’s Pavillon Bandung. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Nanny’s Pavillon Bandung pada tahun 2018 berdasarkan data yang didapat dari Manajemen Nanny’s Pavillon adalah sebanyak 14.400 konsumen.

3.2.4.2 Sampel

Sugiyono (2014:81) menyatakan bahwa, “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2010:131) mendefinisikan, “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Suatu penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi diteliti. Hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu. Maka dari itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang tidak diteliti atau representatif. Menurut Sugiyono (2010:116):

Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi, untuk itu sampel dari populasi harus benar-benar representatif.

Agar memperoleh sampel yang representatif (mewakili) dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, yakni ukuran sampel yang merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan presentasi kelonggaran ketidaktelitian, karena dalam pengambilan sampel dapat ditolerir atau diinginkan. Dalam pengambilan sampel ini digunakan taraf kesalahan

sebesar 5% atau 0,05. Rumus Slovin (Husein Umar, 2013:65) yang digunakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir (e = 5%)

Dalam mendapatkan populasi (N), maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan rata-rata. Berdasarkan rumus slovin, maka ukuran sampel adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{14.400}{1 + 14.400 (0,05)^2} = \frac{14.400}{1 + 36} = 389 \text{ atau } n = 390$$

Jumlah populasi dalam penelitian ini konsumen di Nanny's Pavillon Bandung pada tahun 2018 adalah 14.400 konsumen, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 5% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan menjadi 390 untuk mencapai kesesuaian. Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative.

3.2.4.3 Teknik Sampel

Menurut Uma Sekaran (2016:239) Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan yang akan digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu;

1. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2014:82). Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *systematic random sample*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan *sampling area (cluster sampling)*.
2. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014:84). Teknik ini meliputi *systematic*

sampling, quota sampling, incidental sampling, purposive sampling, sampling jenuh, snowball sampling

I Gusti Bagus (2012:71-74) menyatakan *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang menjadikan tiap individu mendapat *probability* atau kemungkinan untuk dipilih sebagai sampel, sedangkan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang menjadikan individu tidak mendapat *probability* atau kemungkinan yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *systematic random sampling* merupakan bagian dari teknik *probability sampling*. Peneliti memilih metode tersebut agar mudah dalam menentukan objek untuk dijadikan sampel tetap yaitu dengan menerapkan aturan pada setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama. Langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan *systematic random sampling* sebagai berikut:

1. Menentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah konsumen yang melakukan pembelian di Nanny's Pavillon Bandung
2. Menentukan sebuah tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* merupakan pintu masuk atau kasir.
3. Menentukan waktu yang digunakan untuk menentukan *sampling*.
4. Responden adalah *Mobile Population*.

3.2.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Nanny's Pavillon Bandung khususnya mengenai *restaurant attributes* dan kepuasan konsumen di Nanny's Pavillon Bandung.

2. Kuesioner (Angket)

I Gusti Bagus (2012:57) kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang diteliti. Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, *restaurant attributes* dan kepuasan konsumen di Nanny's Pavillon Bandung.

3. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori yang berkaitan dengan masalah variabel yang diteliti yaitu *restaurant attributes* dan kepuasan konsumen

Untuk mengetahui lebih jelas teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikan dalam tabel berikut ini:

TABEL 3.3
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Observasi	Bagaimana <i>restaurant attributes</i> dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
2	Angket/ Kuesioner	Konsumen Nanny's Pavillon Bandung
3	Studi literature	Pengumpulan data dengan cara mempelajari buku dan jurnal ilmiah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Sumber: Hasil pengolahan data 2019

3.2.6. Uji Validitas serta Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, diperlukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Untuk menguji layak atau tidaknya instrument penelitian (kuesioner) yang disebarkan kepada responden dilakukan dua tahap pengujian yaitu uji validitas dan reliabilitas. Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data yang valid dan reliabel. Oleh karena itu dibutuhkan instrument penelitian yang valid dan reliabel.

Sugiyono (2014:121) mengungkapkan bahwa, data valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Dengan menggunakan instrument yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu software komputer program *SPSS (Statistical Product for Service Solutions) 20.0 for windows*.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Menurut (Sekaran & Bougie, 2013), validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu. Dengan demikian bahwa data valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur.

Suharsimi Arikunto (2010:168) mengemukakan bahwa, “validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah”.

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan mana yang tidak. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi setiap item pernyataan dengan skor total pernyataan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran interval. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrument dalam penelitian ini adalah rumus Korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

(Sugiyono, 2014:228)

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari
 X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
 Y = Skor total
 $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
 $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
 $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
 n = Banyaknya responden

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan ialah sebagai berikut:

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

3.2.6.1.1 Hasil Pengujian Validitas

Perhitungan uji validitas instrumen dilakukan menggunakan program IBM SPSS *Statistic (Statistical Product for Service Solution) 23 for Windows*.

Dengan langkah – langkah sebagai berikut :

1. Distribusi data pada excel copy ke SPSS data view
2. Klik variabel *view* (letaknya dikiri bawah) isi kolom name dengan variabel – variabel penelitian. *Width, decimal, label* (isi degan nama – nama atas variabel penelitian), *column, align (left, center, right, justify)* dan isi juga kolom *measure (skala : ordinal)*
3. Pengisian data : pilih data *view* pada SPSS data editor
4. Pengolahan data : pilih *analyze, correlate, bivariate*
5. Pengisian (dari *bivariate correlation*) : masukan skor jawaban dan total ke *variables, correlation, coefficient pilih pearson, test of significance klik two tailed*
6. Klik Ok untuk mengakhiri perintah.

Setelah keluar output dari pengujian menggunakan langkah – langkah tersebut, Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan r tabel dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.
3. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r tabel sebesar 0,361.

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas dari variabel *restaurant attributes* sebagai instrumen variabel (X) dan kepuasan konsumen (Y). Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 20 for windows*. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti:

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS ITEM PERTANYAAN RESTAURANT
ATRIBUTES TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Expected</i>				
A.	<i>Food Quality</i>			
1.	Tingkat daya presentasi makanan dan minuman yang disajikan	0,766	0,361	Valid
2.	Tingkat kesesuaian bentuk makanan dan minuman yang disajikan	0,602	0,361	Valid
3.	Tingkat kesesuaian kualitas rasa makanan dan minuman yang disajikan	0,602	0,361	Valid
4.	Tingkat kesesuaian tekstur dari makanan yang disajikan	0,721	0,361	Valid
5.	Tingkat kesesuaian temperatur dari makanan dan minuman yang disajikan	0,717	0,361	Valid
6.	Tingkat kesesuaian kematangan dari makanan yang disajikan	0,761	0,361	Valid
7.	Tingkat kemenarikan variasi makanan dan minuman yang disajikan	0,814	0,361	Valid
8.	Tingkat kelengkapan menu yang ditawarkan	0,523	0,361	Valid
9.	Tingkat keberagaman menu makanan dan minuman sehat	0,421	0,361	Valid
10.	Tingkat keberagaman jenis makanan dan minuman sehat	0,396	0,361	Valid
11.	Tingkat kesegaran makanan dan minuman saat disajikan	0,696	0,361	Valid
12.	Tingkat kesegaran warna makanan dan minuman yang disajikan	0,727	0,361	Valid

B				
	<i>Service Quality</i>			
13.	Tingkat kemampuan karyawan saat melayani konsumen	0,858	0,361	Valid
14.	Tingkat kesesuaian <i>servicing delivery</i> karyawan	0,889	0,361	Valid
15.	Tingkat kemampuan karyawan memberikan pelayanan yang cepat	0,832	0,361	Valid
16.	Tingkat keefektifan pelayanan	0,801	0,361	Valid
17.	Tingkat keakuratan informasi mengenai produk & harga	0,797	0,361	Valid
18.	Tingkat keakuratan waktu penyajian	0,778	0,361	Valid
19.	Tingkat kepedulian karyawan dalam mengerti kebutuhan konsumen	0,816	0,361	Valid
20.	Tingkat keinginan karyawan dalam membantu konsumen	0,769	0,361	Valid
21.	Tingkat kerapihan dan kebersihan penampilan karyawan	0,780	0,361	Valid
22.	Tingkat kebersihan peralatan makanan dan minuman	0,792	0,361	Valid
C.				
	<i>Atmosphere</i>			
23.	Tingkat kesesuaian aroma pada area restoran	0,635	0,361	Valid
24.	Tingkat kenyamanan suara pada area restoran	0,820	0,361	Valid
25.	Tingkat kenyamanan dengan musik yang diputar di area restoran	0,726	0,361	Valid
26.	Tingkat kenyamanan dengan tata pencahayaan di area restoran	0,681	0,361	Valid
27.	Tingkat kemenarikan design exterior restoran	0,542	0,361	Valid
28.	Tingkat kemenarikan design interior restoran	0,681	0,361	Valid
29.	Tingkat kesesuaian pengaturan layout agar konsumen leluasa bergerak dalam area restoran	0,761	0,361	Valid
30.	Tingkat kebersihan meja dan kursi restoran	0,851	0,361	Valid
31.	Tingkat kebersiha restoran secara keseluruhan	0,878	0,361	Valid
<i>Perceived</i>				
A.				
	<i>Food Quality</i>			
1.	Tingkat daya presentasi makanan dan minuman yang disajikan	0,588	0,361	Valid
2.	Tingkat kesesuaian bentuk makanan dan minuman yang disajikan	0,802	0,361	Valid
3.	Tingkat kesesuaian kualitas rasa makanan dan minuman yang disajikan	0,734	0,361	Valid
4.	Tingkat kesesuaian tekstur dari makanan yang disajikan	0,869	0,361	Valid
5.	Tingkat kesesuaian temperatur dari makanan dan minuman yang disajikan	0,878	0,361	Valid

6.	Tingkat kesesuaian kematangan dari makanan yang disajikan	0,790	0,361	Valid
7.	Tingkat kemenarikan variasi makanan dan minuman yang disajikan	0,718	0,361	Valid
8.	Tingkat kelengkapan menu yang ditawarkan	0,758	0,361	Valid
9.	Tingkat keberagaman menu makanan dan minuman sehat	0,868	0,361	Valid
10.	Tingkat keberagaman jenis makanan dan minuman sehat	0,822	0,361	Valid
11.	Tingkat kesegaran makanan dan minuman saat disajikan	0,866	0,361	Valid
12.	Tingkat kesegaran warna makanan dan minuman yang disajikan	0,689	0,361	Valid
B	<i>Service Quality</i>			
13.	Tingkat kemampuan karyawan saat melayani konsumen	0,854	0,361	Valid
14.	Tingkat kesesuaian <i>servicing delivery</i> karyawan	0,909	0,361	Valid
15.	Tingkat kemampuan karyawan memberikan pelayanan yang cepat	0,866	0,361	Valid
16.	Tingkat keefektifan pelayanan	0,910	0,361	Valid
17.	Tingkat keakuratan informasi mengenai produk & harga	0,855	0,361	Valid
18.	Tingkat keakuratan waktu penyajian	0,868	0,361	Valid
19.	Tingkat kepedulian karyawan dalam mengerti kebutuhan konsumen	0,897	0,361	Valid
20.	Tingkat keinginan karyawan dalam membantu konsumen	0,920	0,361	Valid
21.	Tingkat kerapian dan kebersihan penampilan karyawan	0,885	0,361	Valid
22.	Tingkat kebersihan peralatan makanan dan minuman	0,876	0,361	Valid
C.	<i>Atmosphere</i>			
23.	Tingkat kesesuaian aroma pada area restoran	0,792	0,361	Valid
24.	Tingkat kenyamanan suara pada area restoran	0,903	0,361	Valid
25.	Tingkat kenyamanan dengan musik yang diputar di area restoran	0,753	0,361	Valid
26.	Tingkat kenyamanan dengan tata pencahayaan di area restoran	0,863	0,361	Valid
27.	Tingkat kemenarikan design exterior restoran	0,829	0,361	Valid
28.	Tingkat kemenarikan design interior restoran	0,810	0,361	Valid
29.	Tingkat kesesuaian pengaturan layout agar konsumen leluasa bergerak dalam area restoran	0,860	0,361	Valid
30.	Tingkat kebersihan meja dan kursi restoran	0,854	0,361	Valid
31.	Tingkat kebersiha restoran secara keseluruhan	0,788	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan Tabel 3.4 diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dalam instrumen penelitian (62 item) adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari skor r_{hitung} tiap item pertanyaan yang selalu lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} (0,361) pada derajat kebebasan ($df = n-2$).

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Instrumen penelitian disamping harus valid juga harus dapat dipercaya (reliable). Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketetapan (keterandalan) alat pengumpul data (instrumen) yang digunakan. Kuesioner dikatakan reliable jika masing-masing pertanyaan dijawab responden secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu meskipun dilakukan pada waktu yang tidak sama. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan yang reliable akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Menurut Sugiyono (2013:183), “Reliabilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten”. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2010: 178) mengungkapkan bahwa:

“Reliabilitas adalah menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu.

Apabila suatu instrument dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan cronbach alpha. Rumus cronbach alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrument yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

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

(Suharsimi Arikunto, 2010:196)

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas Instrumen
- k = Banyaknya butir pertanyaan
- σ_t^2 = Varians Total
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

Jumlah varians butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians t butir kemudian jumlahkan seperti berikut ini:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{[\sum X]^2}{N}}{N}$$

(Suharsimi Arikunto, 2010:184)

Keterangan:

N = Jumlah sampel

σ^2 = Nilai varians

X = Nilai skor yang dipilih

3.2.6.1 Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan reliabilitas internal dengan rumus *Cronbach Alpha*. Hal ini dikarenakan instrument yang digunakan memiliki skor yang merupakan rentangan antara beberapa nilai (misalnya 0-10 atau 0-100) atau yang terbentuk skala 1-3, 1-5, atau 1-7 dan seterusnya. Namun dalam penelitian ini, pengujian validitas tidak dilakukan secara manual tetapi menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solution) 20 for Windows.

Dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Distribusi data pada excel copy ke spss data view.
2. Klik Variabel View (letaknya kiri bawah) isi kolom name dengan variabel-variabel penelitian. *width, decimal, label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *colom, align, (left, center, right, justify)* dan isi juga kolom *measure* (skala ordinal)
3. Kembali ke data view, pilih *analyze*, pada toolbar pilih *reability analyze*.
4. pindahkan data yang diuji atau klik *alpha*
5. klik *continue*, kemudian klik *OK* untuk mengakhiri perintah.

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika *cronbach alpha* $\geq 0,700$ maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
2. Jika *cronbach alpha* $< 0,700$ maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 20 for windows. Item pertanyaan dikatakan reliabel apabila $C\alpha_{hitung}$

$\geq 0,700$.Koefisien *cronbach alpha* (C_{σ}) merupakan statistik paling umum yang digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen.

TABEL 3.5
HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No.	Variabel	C_{σ} hitung	C_{σ} minimal	Keterangan
1	<i>Restaurant Attributes (Perceived)</i>	0.972	0,700	Reliabel
2	Kepuasan Konsumen <i>(Expected)</i>	0.969	0,700	Reliabel

Tabel 3.5 menunjukkan bahwa variabel yang memiliki nilai lebih besar adalah Kepuasan konsumen dengan C_{σ} hitung sebesar 0,969 dan variabel *restaurant attributes* dengan C_{σ} hitung sebesar 0,972 dengan keterangan kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel karena kedua angka tersebut bernilai lebih besar dari nilai C_{σ} minimal yaitu 0,700.

3.3 Teknik Analisis

3.3.1 Analisis Data

3.3.1.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan data mentah menjadi informasi yang mudah dipahami, hal ini dilakukan dengan cara menggolongkan, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan data-data yang didapat yang selanjutnya dianalisis, sehingga dapat diperoleh gambaran umum mengenai variabel berdasarkan beberapa analisis berikut:

1. Analisis frekuensi adalah distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkapkan jumlah dalam presentase (Naresh K. Maholtra, 2009:480)
2. Analisis Cross Tabulation adalah teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan hasil dalam tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dari dua atau lebih yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda (Naresh K. Maholtra, 2009: 493)

Teknik analisis tersebut digunakan untuk memberikan gambaran keterkaitan identitas dan pengalaman responden. Selanjutnya untuk memperoleh gambaran mengenai variabel yang diteliti digunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

- a. Analisis data deskriptif mengenai gambaran *restaurant attributes* di Nanny's Pavillon Bandung melalui tiga dimensi yaitu *food quality*, *service quality* dan *atmosphere*.
- b. Analisis data deskriptif mengenai gambaran kepuasan konsumen di Nanny's Pavillon Bandung dengan indikator *perceived* dan *expected*.

Teknik analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian melalui perhitungan skor ideal. Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel X yang terdiri dari *food quality*, *service quality*, dan *atmosphere* yang terdapat di objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal.

- a) Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden.
- b) Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden
- c) Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
- d) Jarak Interval

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area below upper limit}) - (\text{Area below lower limit})}$$

3.3.1.2 Analisis Data Verifikatif

Teknik analisis data merupakan cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Proses untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi berganda. Dalam hal ini, regresi berganda adalah nilai dua pengaruh variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidak adanya hubungan kasual antara dua variabel bebas atau lebih.

Analisis verifikatif diperlukan untuk menguji hipotesis secara statistik yang menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap sebagai berikut:

1. Menyusun data
2. Menyeleksi data Kegiatan seleksi data ditunjukkan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.
3. Tabulasi data
 - a. Memberi skor pada setiap item.
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item.
 - c. Menyusun ranking pada setiap item.
4. Menganalisis data
Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan

5. Pengujian

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan menggunakan analisis regresi berganda.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variable yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu *restaurant attributes* terdiri dari *food quality*, *service quality* dan *atmosphere*. Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu kepuasan konsumen.

3.3.1.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda merupakan satu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Sehingga analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2014:275).

Bentuk persamaan regresi berganda untuk tiga prediktor sebagai berikut:

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

(Sugiyono, 2014:283)

Keterangan :

a = Konstanta

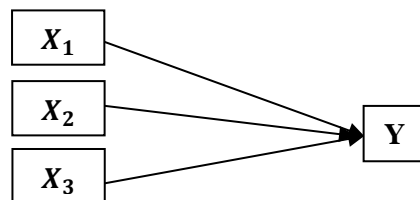
b = Koefisien regresi

Y = Variabel dependen (variabel terikat)

X = Variabel independen (variabel bebas)

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) *restaurant attributes* yang memiliki tiga dimensi yaitu X1 (*food quality*), X2 (*service quality*), dan X3 (*atmosphere*). Sedangkan variabel dependen (Y) adalah kepuasan konsumen yang terdiri dari *expected* dan *perceived*.

Analisis regresi berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X) *Restaurant Attributes* yang terdiri dari *Food Quality* (X1), *Service Quality* (X2), dan *Atmosphere* (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Nanny's Pavillon Bandung. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti Gambar 3.1 berikut:



GAMBAR 3.1

REGRESI BERGANDA

Keterangan:

X = *Restaurant Attributes*

X₁ = *Food Quality*

X₂ = *Service Quality*

X₃ = *Atmosphere*

Y = Kepuasan Konsumen

1. Uji Asumsi Regresi

Teknik analisis regresi linear berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Normalitas

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

b. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai VIF (Variance Inflation Factor). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinearitas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

d. Analisis Korelasi (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Nilai semakin mendekati

1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

e. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1, X_2, X_3) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Silalahi (2009:375) mengungkapkan koefisien ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar presentase variasi perubahan dalam satu variabel (dependen) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independen). $R^2 = 0$, maka tidak ada sedikitpun presentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen.

3.2.2 Uji Hipotesis

Langkah terakhir dalam analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel independen dengan variabel dependen, yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Tujuan dari pengujian hipotesis yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan apakah H_0 ditolak atau H_a diterima. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara Simultan

Pengujian secara simultan berfungsi untuk membuktikan bahwa variabel independen (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya *Restaurant Attributes* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya *Restaurant Attributes* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Rumusan hipotesisnya adalah:

- a. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Restaurant Attributes* yang terdiri dari *Food Quality*, *Service Quality*, dan *Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen.
- b. H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan *Restaurant Attributes* yang terdiri dari *Food Quality*, *Service Quality*, dan *Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Secara Parsial

Kriteri pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka artinya terdapat pengaruh antara (X1) *Food Quality* terhadap Kepuasan Konsumen.
Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka artinya tidak terdapat pengaruh antara (X1) *Food Quality* terhadap Kepuasan Konsumen.
- b. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka artinya terdapat pengaruh antara (X2) *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen.
- c. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka artinya tidak terdapat pengaruh antara (X2) *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen.
- d. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka artinya terdapat pengaruh antara (X3) *Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen..
- e. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka artinya tidak terdapat pengaruh antara (X3) *Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen..