

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti mengenai upaya meningkatkan kepuasan konsumen Rumah Makan Ponyo Cinunuk melalui atribut restoran. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini Variabel yang diteliti terdiri dari variabel *independent* atau bebas (X) dan variabel *dependent* atau terikat (Y). Variabel *independent* merupakan variabel yang mempengaruhi atau variabel *dependent*, sedangkan variabel *dependent* merupakan variabel yang dipengaruhi dengan adanya variabel bebas atau *independent* (Sugiono, 2014)

Pada penelitian ini variabel bebas (X) yang diteliti yaitu atribut restoran yang terdiri dari empat sub variabel yaitu *value*, *service*, *atmosphere* dan *food*, sedangkan variabel terikat (Y) yang digunakan adalah kepuasan konsumen . Objek penelitian dalam penelitian ini adalah restoran atau rumah makan yang terdapat di kota Bandung, yaitu Rumah Makan Ponyo yang terletak di Cinunuk, Cibiru, Bandung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif karena di dalam penelitian ini akan menguji apakah atribut restoran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian deskriptif adalah uraian sistematis tentang teori (bukan sekedar pakar atau penulis buku) dari hasil penelitian yang relevan dengan variabel yang diteliti (Sugiyono 2012:86). Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji hipotesis dengan mengumpulkan data di lapangan. Penelitian verifikatif menurut Sugiono (2014:55) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Berdasarkan jenis penelitian yang dilakukan yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dan metode *explanatory survey*. Penelitian kuantitatif didefinisikan oleh Sugiono digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik untuk tujuan menguji hipotesis yang sudah

ditetapkan (Sugiono, 2014). Metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar atau kecil, tetapi data yang diteliti adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiono, 2014)

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, variabel yang dioperasionalkan adalah *restaurant attributes* sebagai variabel bebas (X) dengan dimensi *food quality* (X₁), *service quality* (X₂), *atmosphere* (X₃), dan *value* (X₄). Kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (Y). Secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel / Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Atribut Restoran (X)				
Atribut restoran merupakan kriteria-kriteria penting dalam memilih restoran secara menyeluruh dalam mendapatkan suatu pengalaman yang meliputi <i>value</i> , <i>service</i> , <i>atmosphere</i> , dan <i>food</i> (Rhee et al., 2016)				
Value Kebanyakan orang mengasosiasikannya sebagai harga yang harus dibayar untuk suatu produk atau layanan (Rhee et al., 2016)	<i>Pricing benefit</i>	Tingkat kesesuaian harga dengan menu yang disajikan	Ordinal scale	III-1
		Tingkat kesesuaian menu yang dibayarkan dengan pelayanan yang diterima	Ordinal scale	III-2
		Tingkat kesesuaian keseluruhan total harga yang dibayarkan dengan produk dan pelayanan yang diterima	Ordinal scale	III-3
Service Layanan yang diberikan oleh restoran (penyedia layanan) yang meliputi <i>tangible</i> , <i>reliability</i> , <i>responsibility</i> , <i>assurance</i> , dan <i>empathy</i> (Rhee et al., 2016)	<i>Tangible</i>	Tingkat kemenarikan penampilan karyawan	Ordinal scale	III-4
		Tingkat kebersihan restoran	Ordinal scale	III-5
		Tingkat kenyamanan area meja makan	Ordinal scale	III-6
	<i>Reliability</i>	Tingkat kejelasan daftar menu yang tersedia	Ordinal scale	III-7
		Tingkat ketepatan waktu penyajian menu yang dipesan	Ordinal scale	III-8

		Tingkat ketepatan penyajian menu yang dipesan	Ordinal scale	III-9
	<i>Responsibility</i>	Tingkat perhatian dan kecepatan tindakan karyawan dalam melayani tamu	Ordinal scale	III-10
	<i>Assurance</i>	Tingkat pengetahuan karyawan akan menu yang ditawarkan secara detail	Ordinal scale	III-11
		Tingkat kesopanan dan profesional karyawan dalam menjawab pertanyaan konsumen	Ordinal scale	III-12
	<i>Empathy</i>	Tingkat perhatian / kepedulian karyawan kepada kebutuhan dan keinginan konsumen	Ordinal scale	III-13
<i>JAtmosphere</i> Merupakan kesadaran dalam merancang ruangan untuk memberikan efek kepada konsumen, digunakan untuk mengekspresikan kualitas yang ada di sekitar (Rhee et al., 2016)	<i>Ambient factors</i>	Tingkat kenyamanan aroma restoran	Ordinal scale	III-14
		Tingkat kebisingan di area restoran	Ordinal scale	III-15
		Tingkat kenyamanan musik yang diputar di area restoran	Ordinal scale	III-16
	<i>Temperature</i>	Tingkat kenyamanan temperatur restoran	Ordinal scale	III-17
	<i>Design Factor</i>	Tingkat kemenarikan design exterior restoran	Ordinal scale	III-18
		Tingkat kemenarikan design interior restoran	Ordinal scale	III-19
	<i>Color</i>	Tingkat kemenarikan warna design exterior restoran	Ordinal scale	III-20
		Tingkat kemenarikan warna design interior restoran	Ordinal scale	III-21
		Tingkat kenyamanan warna tata pencahayaan di restoran	Ordinal scale	III-22
	<i>Lighting</i>	Tingkat kenyamanan dengan tata pencahayaan di area restoran	Ordinal scale	III-23

Food Merupakan atribut penting untuk kepuasan konsumen saat makan (Rhee et al., 2016)	<i>Presentation</i>	Tingkat daya tarik presentasi makanan yang disajikan	Ordinal scale	III-24
		Tingkat daya tarik presentasi minuman yang disajikan	Ordinal scale	III-25
	<i>Taste</i>	Tingkat kualitas rasa makanan yang disajikan	Ordinal scale	III-26
		Tingkat kualitas rasa minuman yang disajikan	Ordinal scale	III-27
	<i>Temperature</i>	Tingkat kesesuaian temperatur makanan yang disajikan	Ordinal scale	III-28
		Tingkat kesesuaian temperatur minuman yang disajikan	Ordinal scale	III-29
	<i>Menu Variety</i>	Tingkat variasi menu makanan yang tersedia	Ordinal scale	III-30
		Tingkat variasi menu minuman yang tersedia	Ordinal scale	III-31
	<i>Health food option</i>	Tingkat ragam pilihan menu makanan sehat yang tersedia	Ordinal scale	III-32
		Tingkat ragam pilihan menu minuman yang tersedia	Ordinal scale	III-33
<i>Freshness</i>	Tingkat kesegaran menu makanan yang disajikan	Ordinal scale	III-34	
	Tingkat kesegaran menu minuman yang disajikan	Ordinal scale	III-35	

Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan merupakan perasaan seseorang atas kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan melalui perbandingan antara kinerja yang diterima dengan yang diharapkan dari sebuah produk (Kotler & Keller, 2012).

Kepuasan	Tingkat kepuasan konsumen akan diterima	Ordinal scale	IV-1
	Tingkat kepuasan konsumen terhadap service yang dirasakan	Ordinal scale	IV-2

	Tingkat kepuasan konsumen terhadap <i>atmosphere</i> restoran	Ordinal scale	IV-3
	Tingkat kepuasan konsumen terhadap <i>food</i> yang dipesan	Ordinal scale	IV-4
Kepentingan	Tingkat kepentingan konsumen akan <i>value</i> yang diterima	Ordinal scale	IV-1
	Tingkat kepentingan konsumen terhadap <i>service</i> yang dirasakan	Ordinal scale	IV-2
	Tingkat kepentingan konsumen terhadap <i>atmosphere</i> restoran	Ordinal scale	IV-3
	Tingkat kepentingan konsumen terhadap <i>food</i> yang dipesan	Ordinal scale	IV-4

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan sesuatu yang harus dikumpulkan lebih dulu oleh peneliti sebelum mengolahnya menjadi informasi. Berdasarkan urutan signifikansinya, jenis data terbagi dalam dua jenis yaitu data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer memberikan definisi bahwa sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sugiyono (2008, 19).

2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung yang diberikan kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen sebagai informasi (Sugiyono, 2008). Data sekunder juga dapat dikatakan sebagai data yang mengacu informasi yang dikumpulkan dari sumber yang ada (Sekaran, 2003). Pada penelitian ini data sekunder yang digunakan sebagai data merupakan data yang dapat menunjang penelitian.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Gambaran atribut restoran pada Rumah Makan Ponyo	Sekunder	Konsumen Rumah Makan Ponyo
2.	Gambaran kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ponyo	Sekunder	Konsumen Rumah Makan Ponyo.

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Dalam melakukan penelitian, Kegiatan pengumpulan data adalah langkah utama untuk mengetahui karakteristik dan populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian keputusan untuk menguji hipotesis. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atau objek yang mempunyai kualitas dari karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk ditarik kesimpulan (Sugiyono. 2013:115).

Hingga saat ini restoran yang terdapat di Bandung cukup banyak. Populasi yang diambil merupakan konsumen yang sudah pernah berkunjung ke Ponyo Cinunuk yang ada di Bandung. Populasi yang akan diambil adalah Konsumen Rumah Makan Ponyo pada tahun 2018 yaitu sebesar 58.765.

3.2.4.2 Sampel

Untuk mengetahui dan mengambil sampel yang presentatif mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut (Sugiono, 2014). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Adapun rumus yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini akan menggunakan rumus slovin menentukan ukuran sampel dapat ditentukan dengan menggunakan teknik slovin berikut:

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai presisi = 5% = 0,05

Adapun Perhitungan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

N = 58.765

e = Nilai presisi = 5% = 0,05

Syahla Fauzatis Syuhud, 2019

UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN PONYO CINUNUK MELALUI ATRIBUT RESTORAN

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

$$n = \frac{58.765}{1+58.765 \times 0.05^2}$$

$$n = \frac{58.765}{147,9225}$$

$n = 397, 295$, dibulatkan menjadi $n=400$

Berdasarkan perhitungan penentuan sampel menggunakan rumus slovin *sampling* dengan tingkat signifikansi 5% jumlah sampel yang dihasilkan adalah sebanyak 400 sampel.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik Sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Sugiyono (2011:181) Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan data sampel yang akan digunakan. Teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu probability sampling dan nonprobability sampling.

- a) *Probability sampling* merupakan proses pengambilan sampel yang dilakukan secara acak dan objektif, sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan tertentu untuk terpilih menjadi sampel (Abdurahman, Maman. Sambas Ali Muhidin. Ating Somantri, 2011:134). Teknik ini meliputi sampel acak sederhana (*simple random sampling*), sampel sistematis (*systematic random sample*), sampel berstrata (*stratified random sampling*) dan sampel kluster (*cluster sampling*).
- b) *Nonprobability sampling* merupakan pemilihan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan-pertimbangan peneliti, sehingga membuat semua anggota populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel (Abdurahman, Maman. Sambas Ali Muhidin. Ating Somantri, 2011:134). Teknik ini meliputi *convenience sampling* atau *accidental sampling*, *quota sampling*, *purposive sampling* atau *judgement sampling*, dan *snowball sampling*

Berdasarkan teknik sampling di atas penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk kepentingan penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi kuantitatif dari responden. Teknik penelitian yang diperlukan dan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Pada wawancara akan dilakukan dengan pihak restoran yang terkait mengenai profil perusahaan

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti khususnya mengenai implementasi *value, service, atmosphere*, dan *food*.

3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakter responden tentang atribut restoran yang diterapkan serta kepuasan pelanggan.

Alat ukur yang digunakan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yaitu dengan menggunakan skala likert. Skala Likert menurut Malhotra (2009) adalah *a measurement scale with five response categories ranging from "strongly disagree" to "strongly agree" which requires the respondent to indicate a degree of agreement or disagreement with each of series of statements related to stimulus object.*

4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah variabel yang diteliti yang terdiri dari *value, service, atmosphere* dan *food*.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reabilitas

Saat data telah diperoleh, selanjutnya peneliti mengolah dan menafsirkan data. Benar tidaknya suatu data akan mempengaruhi dalam menentukan mutu hasil penelitian. Karena pengumpulan data menggunakan kuesioner, peneliti dapat melihat apakah antara variabel X (atribut restoran) mempengaruhi atau tidak pada variabel Y (kepuasan konsumen).

3.2.6.1 Pengujian Validalitas

Menurut Aaker, Kumsr dan Day (2004:303) validitas adalah suatu metode yang mengukur keabsahan dari item yang seharusnya diukur. Suatu penelitian dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan yang dimaksud pengukuran tersebut. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2013:147)

Menurut Sugiyono (2012:176), validitasi merupakan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian bahwa data valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Untuk mengetahui mengenai data yang digunakan merupakan valid atau tidak maka dilakukan pengujian menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic, langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Masukkan data variabel X atau variabel Y setiap item jawaban pada data view
- 2) Lalu ubah atau isi nama sesuai item pertanyaan pada kolom *name*
- 3) Pilih menu *analyze*, pilih *correlate*, lalu pilih *bivariate*
- 4) Lalu akan muncul jendela pada layar dari aplikasi SPSS, pilih dan pindahkan data ke kolom *variables*
- 5) Tentukan Uji *Correlate*, centang *Pearson* pada *Correlate Coeffisien*. Setelahnya tekan OK.
- 6) Maka hasil validitas akan muncul di *output*.

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-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
- 3) Item pertanyaan-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.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS maka didapatkan hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti yang menunjukkan bahwa item pertanyaan dalam kuesioner valid karena nilai signifikansi lebih besar dibandingkan dengan taraf signifikansi. Berikut ini hasil dari uji validitas instrumen penelitian.

TABEL 3.3
HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
ATRIBUT RESTORAN					
<i>Value</i>					
1	Antara harga dengan menu yang disajikan sudah sesuai	0,944	0,000	0,05	Valid
2	Menu yang dibayarkan dengan pelayanan yang diterima sesuai	0,909	0,000	0,05	Valid
3	Keseluruhan total harga yang dibayarkan dengan produk yang diterima sesuai	0,881	0,000	0,05	Valid
<i>Service</i>					
1	Penampilan karyawan restoran menarik	0,686	0,000	0,05	Valid
2	Menurut saya, area restoran bersih	0,733	0,000	0,05	Valid
3	Saya merasakan kenyamanan akan area meja makan yang saya tempati	0,766	0,000	0,05	Valid
4	Daftar menu yang tersedia jelas	0,826	0,000	0,05	Valid
5	Waktu penyajian menu yang tersedia jelas	0,636	0,000	0,05	Valid
6	Menu yang disajikan dengan menu yang dipesan tepat	0,692	0,000	0,05	Valid
7	Karyawan memberikan perhatian dan kecepatan dalam melayani konsumen	0,591	0,000	0,05	Valid
8	Karyawan memiliki pengetahuan akan menu yang ditawarkan secara detail	0,726	0,000	0,05	Valid
9	Karyawan profesional dan sopan dalam menjawab pertanyaan konsumen	0,744	0,000	0,05	Valid
10	Karyawan memberikan perhatian / kepedulian kepada kebutuhan dan keinginan konsumen	0,771	0,000	0,05	Valid
<i>Atmosphere</i>					
1	Nyaman dengan aroma yang ada di restoran	0,474	0,000	0,05	Valid

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
2	Area restoran tidak terlalu bising	0,487	0,000	0,05	Valid
3	Merasa nyaman dengan musik yang diputar di area restoran	0,332	0,000	0,05	Valid
4	Nyaman dengan temperatur udara di restoran	0,563	0,000	0,05	Valid
5	<i>Design exterior</i> restoran menarik	0,631	0,000	0,05	Valid
6	<i>Design interior</i> restoran menarik	0,772	0,000	0,05	Valid
7	Warna <i>design exterior</i> restoran menarik	0,830	0,000	0,05	Valid
8	Warna <i>design interior</i> restoran menarik	0,730	0,000	0,05	Valid
9	Nyaman dengan warna tata pencahayaan di restoran	0,758	0,000	0,05	Valid
10	Tata pencahayaan di restoran nyaman	0,694	0,000	0,05	Valid
Food					
1	Presentasi makanan yang disajikan menarik	0,725	0,000	0,05	Valid
2	Presentasi minuman yang disajikan menarik	0,781	0,000	0,05	Valid
3	Kualitas rasa makanan yang disajikan baik	0,727	0,000	0,05	Valid
4.	Kualitas rasa minuman yang disajikan baik	0,735	0,000	0,05	Valid
5	Makanan yang disajikan memiliki temperatur yang sesuai	0,737	0,000	0,05	Valid
6	Minuman yang disajikan memiliki temperatur yang sesuai	0,791	0,000	0,05	Valid
7	Memiliki banyak variasi menu makanan yang tersedia	0,744	0,000	0,05	Valid
8	Memiliki banyak variasi menu minuman yang tersedia	0,753	0,000	0,05	Valid
9	Terdapat beberapa pilihan menu makanan sehat yang tersedia di restoran	0,587	0,000	0,05	Valid
10	Terdapat beberapa pilihan menu minuman sehat yang tersedia di restoran	0,496	0,000	0,05	Valid
11	Menu makanan yang disajikan menggunakan bahan yang segar	0,735	0,000	0,05	Valid
12	Menu minuman yang disajikan menggunakan bahan yang segar	0,766	0,000	0,05	Valid
No.	Pertanyaan	r_{hitung}	Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
Kepuasan Konsumen					
1	Kepuasan terhadap <i>value</i> yang didapatkan dari Rumah Makan Ponyo Cinunuk	0,894	0,000	0,05	Valid

No.	Pertanyaan	r _{hitung}	Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
2	Kepuasan terhadap <i>service</i> yang didapatkan dari Rumah Makan Ponyo Cinunuk	0,874	0,000	0,05	Valid
3	Kepuasan terhadap <i>atmosphere</i> yang didapatkan dari Rumah Makan Ponyo Cinunuk	0,864	0,000	0,05	Valid
4	Kepuasan terhadap <i>food</i> yang didapatkan dari Rumah Makan Ponyo Cinunuk	0,877	0,000	0,05	Valid

Berdasarkan tabel di atas semua item pertanyaan baik variabel atribut restoran yang memiliki 35 item pertanyaan dan kepuasan konsumen memiliki 4 item pertanyaan, memiliki nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya tiap item pertanyaan adalah valid.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Instrumen penelitian disamping harus valid, juga harus dapat dipercaya (*reliabel*). Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner (Sujarweni, 2014, hlm. 85). Sejalan dengan yang telah diungkapkan Malhotra (2009, hlm. 315) dalam mendefinisikan reliabilitas sebagai "*The extent to which a scale produces consistent results of repeated measurement are made on the characteristic*" penjelasan tersebut dapat di simpulkan bahwa sejauh mana suatu skala menghasilkan angka yang konsisten dari pengukuran yang berulang. Uji reliabilitas juga diartikan sebagai alat pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten. Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* yang dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butiran pertanyaan. *Cronbach Alpha* merupakan statistik paling umum digunakan dalam penelitian. Rumus *Cronbach Alpha* merupakan rumus yang digunakan untuk menguji kereliableitasan suatu instrumen (Sujarweni, 2014, hlm. 86). Untuk menguji reliabilitas dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data variabel X dan Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada *data view*.

- 2) Klik *variable view*, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X,Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloum*, *align* (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure*.
- 3) Kembali ke *data view*, lalu klik *analyze*, *scale*, *reliability analysis*.
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sbagai berikut:

- 1) Jika *cronbach alpha* > 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
- 2) Jika *cronbach alpha* < 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Berikut merupakan hasil reliabilitas instrumen penelitian pada 100 konsumen.

TABEL 3.4
HASIL UJI RELIABILITAS CRONBACH'S ALPHA

No.	Variabel	Ca Hitung	Ca	Keterangan
1	Atribut Restoran (X)	0,949	0,700	Reliabel
2	Kepuasan Konsumen (Y)	0,940	0,700	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3.4 hasil pengolahan data kuisisioner pengukuran reliabilitas untuk variabel atribut restoran dan kepuasan konsumen dinyatakan reliabel karena skor *cronbach's alpha* hitungnya lebih besar dibandingkan dengan koefisien yang bernilai 0,700. Variabel atribut restoran dengan nilai Ca Hitung sebesar 0,949 lebih besar dari 0,700, maka variabel tersebut reliabel. Variabel kepuasan konsumen memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,940 yang juga lebih besar dari 0,700, maka kepuasan konsumen dinyatakan reliabel..

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Pengolahan data merupakan kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data. Menurut Sujarweni (2014, hlm. 103) analisis data merupakan upaya pengolahan data yang sudah tersedia dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Terdapat dua jenis analisis yang digunakan pada penelitian ini, yaitu analisis deskriptif yang biasa digunakan untuk data kualitatif dan pengujian hipoteses yang telah dirumuskan dengan menggunakan perhitungan uji statistik. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuisisioner. Kuisisioner ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel untuk memberikan informasi mengenai data yang diamati agar bermakna dan komunikatif. Purwanto dan Sulistyastuti (2011, hlm. 109) menjelaskan tentang tujuan dalam analisis deskriptif yaitu melakukan eksplorasi mengenai karakteristik data dan meringkas serta mendeskripsikan data. Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian.

- 1) Distribusi frekuensi adalah distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkap jumlah dalam presentase. (Naresh K. Malhotra, 2009:480)
- 2) Analisis statistik *cross-tabulation* ialah teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan hasil dalam tabel yang mencerminkan bahwa distribusi gabungan dari dua atau lebih variabel yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda. Analisis statistik *cross-tabulation* digunakan untuk mengetahui distribusi frekuensi respon dari hubungan diantara dua variabel penelitian dalam bentuk baris dan kolom. (Naresh K. Malhotra, 2009:493)
- 3) Untuk perhitungan skor ideal, terdapat lima tahapan perhitungan yaitu:
 - a. Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden.
 - b. Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden.
 - c. Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum.
 - d. Jarak interval = jenjang : banyaknya kelas interval
- 4) Analisis data deskriptif mengenai atribut restoran di Rumah Makan Ponyo Cinunuk melalui empat dimensi yaitu *food quality*, *service quality*, *atmosphere*, dan *value*.
- 5) Analisis data deskriptif mengenai kepuasan konsumen di Rumah Makan Ponyo Cinunuk di Bandung

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Verifikatif diperlukan untuk menguji hipotesis secara statistik yang menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis data

dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut:

1. Menyusun data
2. Kegiatan seleksi data ditujukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian
3. Tabulasi data, yaitu:
 - a. Memberi skor pada setiap item
 - b. Menjumlahkan skor setiap item
 - c. Menyusun ranking pada setiap item
 - d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian
4. Menganalisis data Proses pengolahan data dengan menggunakan rumus rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.
5. Pengujian Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah melalui adalah metode verifikatif, dengan dilakukan analisis regresi linier sederhana. Data yang dihasilkan dari penelitian ini merupakan data ordinal yang harus ditransformasi kedalam bentuk data interval agar data dapat diproses. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan *Method of Succesive Interval* (MSI).

3.2.7.3 Rancangan Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah hubungan kasual secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Variabel yang dianalisis adalah variabel independen $X_1 = value$, $X_2 = service$, $X_3 = atmosphere$, dan $X_4 = food$. Sedangkan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y). Langkah-langkah dalam menghitung analisis regresi berganda dengan menentukan model persamaan regresi berganda. Persamaan regresi linier berganda empat variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan :

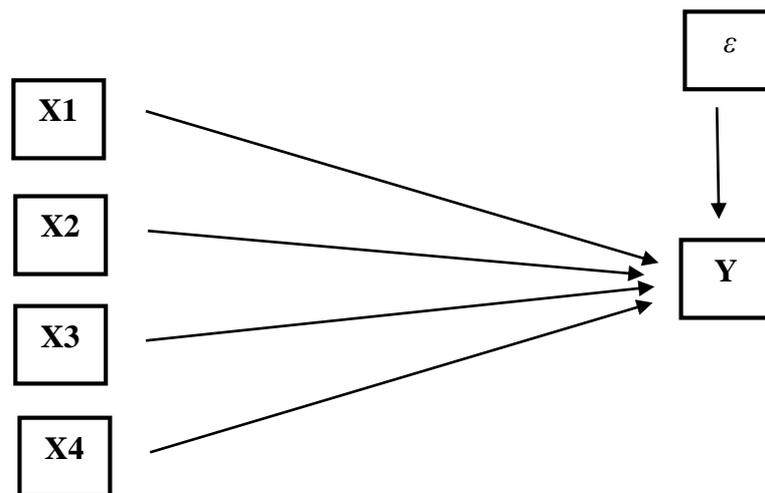
Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan (kepuasan pelanggan)

a = harga Y bila $X = 0$

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila $b (+)$ maka terjadi kenaikan, bila $b (-)$ maka terjadi penurunan.

x = subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu

X_1 (*value*), X_2 (*service*), X_3 (*atmosphere*), X_4 (*food*), adalah variabel penyebab.



Gambar 3.1
Regresi Linier Berganda

Keterangan:

$X_1 = value$

$X_2 = service$

$X_3 = atmosphere$

$X_4 = food$

$Y =$ kepuasan konsumen

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

1) Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal.

Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

2) 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.

3) Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinieritas 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 multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

4) Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi yang tidak mempunyai hubungan kausal atau sebab akibat, atau hubungan fungsional. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Adapun interpretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi adalah sebagai berikut :

TABEL 3.2
INTEPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

3.2.7.4 Importance Performance Analysis (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* pertama kali diciptakan oleh Martilla & James pada tahun 1977. Menurut Parasuraman dalam Rangskuti (2006), konsep ini berasal dari konsep SERVQUAL. Intinya tingkat kepentingan pelanggan (*Customer expectation*) diukur dalam kaitannya dengan dengan apa yang seharusnya dikerjakan oleh perusahaan agar menghasilkan produk atau jasa berkualitas tinggi. Namun untuk memperjelas konsep ini istilah *expectation* sebaiknya diganti dengan *importance* atau tingkat kepentingan menurut persepsi pelanggan (Wardhani, 2006)

Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan, sehingga tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan skala prioritas yang akan dipakai dalam penanganan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan. Tingkat Kepentingan (*Importance*) sebagai pedoman bagi konsumen untuk menilai tingkat kepentingan kualitas pelayanan, digunakan skala likert dengan nilai 1-5. Begitu pula dengan Tingkat Kinerja (*Performance*) Sebagai pedoman bagi konsumen untuk menilai tingkat kinerja layanan, juga menggunakan skala likert dengan nilai 1-5 . Seperti pada tabel 3.3 dan tabel 3.4 sebagai berikut:

TABEL 3.3
TINGKAT KEPENTINGAN KEPUASAN KONSUMEN

Nilai	Keterangan
1	Sangat Tidak Penting
2	Tidak Penting
3	Cukup Penting
4	Penting
5	Sangat Penting

Sumber : (Yola & Budianto, 2013)

TABEL 3.4
TINGKAT KINERJA (*PERFORMANCE*) KEPUASAN KONSUMEN

Nilai	Keterangan
1	Sangat Tidak Baik
2	Tidak Baik
3	Cukup Baik
4	Baik
5	Sangat Baik

Sumber : (Yola & Budianto, 2013)

Kuisisioner yang telah disebarkan kepada konsumen, setiap item pertanyaan memiliki dua jawaban dalam skali Likert, yaitu apakah menurut pelanggan hal tersebut penting dilakukan atau dilaksanakan dan bagaimana kinerjanya, baik atau tidak baik. Untuk tingkat kesesuaian mempunyai arti yaitu hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang kepuasan pelanggan. (Yola & Budianto, 2013)

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan indeks yang digunakan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur. CSI memberikan data yang jelas mengenai tingkat kepuasan pelanggan sehingga pada satuan waktu tertentu dapat melakukan evaluasi secara berkala untuk memperbaiki apa yang kurang dan meningkatkan pelayanan yang dinilai customer adalah sebuah nilai lebih.

TABEL 3.3
CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)

Atribut	Kepentingan (I) Skala 1-5	Kepuasan (P) Skala 1-5	Skor (S) (S) = (I) x (P)
.....			
.....			
Skor Total	Rata-rata total (I) = (Y)	Total (S) = (T)	

Sumber : (Maiyanti, n.d.)

Perhitungan keseluruhan CSI menurut Bhote (1996), nilai rata-rata pada kolom kepentingan (I) dijumlahkan sehingga diperoleh Y dan juga hasil kali I dengan P pada kolom skor (S) dijumlahkan dan diperoleh T. CSI diperoleh dari perhitungan $(T/5Y) \times 100\%$. Nilai 5 (pada 5Y) adalah nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran. CSI dihitung dengan rumus:

$$CSI = \frac{T}{5Y} \times 100\%$$

Keterangan :

T = Nilai Total Dari CSI

5 = Nilai Maksimum pada skala Pengukuran

Y = Nilai Total Dari Kolom Harapan

TABEL 3.6
KRITERIA TINGKAT KEPUASAN

No	Nilai CSI (%)	Keterangan (CSI)
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80.99%	Puas
3	51% - 65.99%	Cukup Puas
4	35% - 50.99%	Kurang Puas
5	0% - 34.99%	Tidak Puas

Nilai maksimum CSI adalah 100%. Nilai CSI 50% atau lebih rendah menandakan kinerja pelayanan yang kurang baik. Nilai CSI 80% atau lebih tinggi mengindikasikan pengguna merasa puas terhadap kinerja pelayanan.

Pada diagram kartesius sumbu (Y) diisi dengan skor tingkat kepentingan atau ekspektasi, dan pada sumbu mendatar (X) akan diisi dengan skor tingkat pelaksanaan/realita. Maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah dengan:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dengan :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/realita

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan /ekspektasi =

n = Jumlah responden

Diagram Kartesius merupakan suatu bangunan atas empat bagian yang batasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X, Y). Dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan konsumen dari sebuah faktor atribut dan Y adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Seluruhnya ada K faktor. Rumus berikutnya yang digunakan adalah :

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{X}_i}{n} \qquad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{Y}_i}{n}$$

Dimana :

K = Banyaknya faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Setelah diketahui tingkat kepentingan dan kinerja setiap atribut, maka langkah selanjutnya adalah memetakan hasil perhitungan yang telah didapat ke dalam diagram kartesius. Martiks IPA dalam Rangkuti (2006), terdiri dari empat kuadran yang masing-masing menjelaskan keadaan yang berbeda. Keadaan tersebut yaitu : kuadran menurut (Zagreb, 2019), interpretasi dari setiap kuadran adalah sebagai berikut:

1. Pertahankan Kinerja (*Keep Up the Good Work*)

Pada kuadran kinerja ini faktor yang terdapat dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang untuk kepuasan pelanggan, sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa proses kinerja yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang dicapai.

2. Prioritas Utama (*Concentrate Here*)

Faktor yang terdapat pada kuadran “*concentrate here*” dianggap sebagai faktor yang sangat penting dibandingkan faktor-faktor lainnya, pihak manajemen berkewajiban memberikan sumber daya yang lebih dan memberikan perhatian yang lebih pada faktor yang berada pada kuadran ini.

3. Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Faktor yang berada pada kuadran ini mempunyai tingkat prioritas yang rendah daripada faktor lainnya, sehingga pihak manajemen tidak perlu lebih memprioritaskan faktor ini.

4. Berlebihan (*Possibly Overkill*)

Faktor yang berada pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting, sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan faktor yang terkait pada kuadran ini kepada faktor lain yang membutuhkan prioritas penanganan lebih tinggi.

Diagram kartesius dalam IPA ditunjukkan pada diagram di bawah ini:



GAMBAR 3.2
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS MATRIX (Zagreb, 2019)

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan tahap terakhir yang dari analisis data yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang akan menentukan akhir dan dapat disimpulkan hasil antara H_0 ditolak atau H_0 diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan terdapat pengaruh yang signifikan antara atribut restoran (X) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Analisis digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh *independent* variabel (X) yaitu atribut restoran yang terdiri dari *food quality*, *service quality*, *atmosphere*, dan *value* terhadap dependent variabel (Y) yaitu kepuasan konsumen. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

a. Secara Simultan

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus (Sudjana, 2005). Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut

a) Jika $f_{hitung} \geq f_{tabel}$,maka H_0 ditolak yang artinya X memiliki pengaruh terhadap Y

$f_{hitung} < f_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara atribut restoran yang terdiri dari *value*, *service*, *atmosphere*, dan *food* terhadap kepuasan konsumen.

- b) Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima yang artinya X tidak memiliki pengaruh terhadap Y

$f_{hitung} < f_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh antara atribut restoran yang terdiri dari *value*, *service*, *atmosphere*, dan *food* terhadap kepuasan konsumen.

$f_{hitung} \geq f_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara atribut restoran terhadap kepuasan konsumen.

b. Secara Parsial

Pengujian hipotesis penelitian dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus (Sudjana, 2005). Pengujian hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis pada pengujian parsial dapat ditulis sebagai berikut:

- a. X_1 , $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *value* terhadap kepuasan konsumen

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *value* terhadap kepuasan konsumen

- b. X_2 , $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *service* terhadap kepuasan konsumen

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *service* terhadap kepuasan konsumen

- c. X_3 , $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *atmosphere* terhadap kepuasan konsumen

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *atmosphere* terhadap kepuasan konsumen

- d. X_4 , $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *food* terhadap kepuasan konsumen

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *food* terhadap kepuasan konsumen