

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisa mengenai pengaruh *dining experience* dalam upaya meningkatkan *costumer satisfaction* di *Congo Café & Gallery* Bandung. Dalam penelitian ini menggunakan 2 variable yaitu variable *Eksogen* (variable bebas) dan variable *Endogen* (variable terikat). Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variable bebas (variable *eksogen*) yaitu *dining experience* yang terdiri dari *pre-meal experience* (X_1), *meal experience* (X_2) *post meal experience* (X_3), dan yang menjadi variable terikat (variable *endogen*) merupakan *customer satisfaction* yang terdiri dari *Expectation* dan *Perserveid Performa*. Menurut Sugiyono (2012, hal.59) 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.

Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi *Congo café & gallery* dago di Bandung . Penelitian ini menggunakan metode pengembangan *cross sectional method* melihat dari penelitian ini yang hanya di lakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun. Menurut Silalahi (2012, hal.37) penelitian *cross sectional method* adalah penelitian yang hanya dilakukan pada saat waktu tertentu. *Cross sectional* yang merupakan penelitian mengenai sejumlah satuan analisis yang dilihat berdasarkan ciri-ciri tertentu, misalnya tingkat pendidikan, pendapatan, tingkat pertumbuhan, motivasi kerja, kepuasan dan sebagainya di mana pengumpulan datanya dilaksanakan dalam satu waktu (Sanusi, 2012:29).

3.2. Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Menurut Sugiyono (2015 : 53) pengertian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel eksogen, karena kalau variabel eksogen selalu dipasangkan dengan variabel endogen). Sedangkan penelitian verifikatif menurut Suharsimi Arikunto

(2010, hal.135) penelitian verifikasi pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hubungan antara *dining experience* dan *customer satisfaction*.

Berdasarkan jenis penelitian yang *deskriptif* dan *verifikatif* maka metode pengambilan data penelitian yang digunakan adalah *metode survey*, dan karena jenis penelitian adalah *deskriptif* dan *verifikatif* maka *survey* yang digunakan adalah *deskriptif survey* dan *explanatory survey*. Metode penelitian merupakan suatu cara untuk memecahkan masalah ataupun mengembangkan ilmu pengetahuan dengan metode ilmiah, seperti yang di jelaskan oleh Sugyono (2010, hal.5) yang menjelaskan bahwa metode penelitian adalah cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang *valid*, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis. (Sugyono 2012, hal.2)

Dalam bukunya sugiyono (2010) menjelaskan bahwa metode *deskriptif* adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Metode *deskriptif* dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan tentang gambaran tingkat *dining experience* dan tingkat *customer satisfaction*. Menurut Sugiyono (2010, hal.9) menjelaskan Metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain.

3.2.1. Operasionalisasi Variabel

Seperti yang dikemukakan dalam objek penelitian, variabel yang diteliti adalah *dining experience* (X) yang terdiri dari *Pre-meal Experience* (X1), *Meal Experience* (X2), dan *Post meal Experience* (X3) dalam upaya peningkatan *customer satisfaction* (Y) yang terdiri dari *Expectation* dan *Perserveid Performa*. Secara lebih rinci operasional variabel dapat dilihat pada table 3.1.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Skor
<i>Dining Experience</i> (X)	<i>The dining experience is a continuous which starts with the customers' first engagement with the restaurant, through the pre-meal experience stage (reservation experience stage, the arrival experience stage and), during the meal experience stage (the seating experience and the actual meal), and the post-meal experience stage (the payment experience stage and the departure experience stage). Ismail (2012:256)</i> <i>dining experience</i> merupakan proses yang yang dimulai dengan keterlibatan pertama pelanggan dengan restoran, melalui pengalaman sebelum makan (pengalaman saat pertama kali mengetahui restaurant, saat melakukan reservasi, dan saat kedatangan pertama), selama tahap pengalaman makan (pengalaman duduk dan makan yang sebenarnya), dan pengalaman tahap pasca-makan (tahap pengalaman pembayaran dan pengalaman saat meninggalkan restoran).					
	<i>Pre-meal experience (x1)</i>	menjelaskan bahwa Ada tiga tahap dari pengalaman bersantap <i>pre-meal experience, antecedent experience, reservation experience stage</i> dan <i>arrival experience</i> (Ismail, 2012, hal. 258)	<i>Antecedent Experience</i>	Tingkatan kemudahan akses menuju restoran	Ordinal	1
				Tingkat kemenarikan restoran	Ordinal	2
			<i>Arrival Experience</i>	Tingkat kesesuaian jam oprasional	Ordinal	3
				Tingkat Kenyamanan Area Parkir	Ordinal	4
	<i>Meal Experience (x2)</i>	<i>meal experience</i> yang sebenarnya terdiri dari tiga pengalaman yang merupakan pengalaman yang yang di hasilkan berdasarkan penataan tempat saat konsumen menikmati makanan (tempat duduk), makanan yang konsumen makan dan pengalaman yang dihasilkan oleh kualitas layanan. (dalam Sarimah Ismail, 2012, hal.261).	<i>Seating Experience</i>	Tingkat Kenyamanan pemandangan di luar café	Ordinal	5
				Tingkat kenyamanan interior café	Ordinal	6
				Tingkat kesesuaian dan kemenarikan interior <i>café</i>	Ordinal	7
				Tingkat kesigapan karyawan dalam menempatkan konsumen pada mejanya	Ordinal	8
			<i>Food Experience</i>	Tingkat kelezatan rasa makanan dan minuman	Ordinal	9
				Tingkat kesesuaian rasa dengan aroma makanan dan minuman	Ordinal	10
				Tingkat kesesuaian suhu makan dan minuman	Ordinal	11
				Tingkat kesesuaian kematangan makanan	Ordinal	12
				Tingkat kesesuaian dan kemenarikan presentasi makanan	Ordinal	13
				Tingkat kesesuaian porsi makanan dan minuman	Ordinal	14
				Tingkat keragaman penawaran makanan dan minuman	Ordinal	15
				Tingkat ketepatan dalam waktu menyajikan makanan	Ordinal	16
<i>Service Quality</i>				Tingkat kesigapan karyawan dalam	Ordinal	17

				menanggapi permintaan konsumen		
				Tingkat kesigapan karyawan dalam menempatkan konsumen pada mejanya	Ordinal	18
				Tingkat Kesigapan karyawan dalam menanggapi keluhan	Ordinal	19
				Tingkat Keramahan karyawan	Ordinal	20
				Tingkat Pengetahuan karyawan dalam mengenal produk	Ordinal	21
				Tingkat kemampuan yang diberikan karyawan	Ordinal	22
				Tingkat Keadilan dalam melayani konsumen	Ordinal	23
				Tingkat Kerapihan Penampilan Karyawan	Ordinal	24
	<i>Post meal experience (X3)</i>	Pembayaran dan keberangkatan adalah dua tahap akhir yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: pengalaman pasca-makan. (Sarimah Ismail, 2012)	<i>Payment Experience</i>	Tingkat kesesuaian harga makanan	Ordinal	25
				Tingkat kemudahan dalam pembayaran	Ordinal	26
			<i>Departure Experience</i>	Tingkat keramahan karyawan dalam melepas kepergian konsumen	Ordinal	27
<i>Customer Satisfaction (Y)</i>	<i>Satisfaction is a person's feelings of pleasure or dissapointment that result from comparing a product's perceived performance or outcome to expectations. If the performance falls short of expectations, the outcome is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied or delighted.</i> Yang berarti kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka pelanggan akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas					
	Perbandingan antara harapan (<i>expected</i>) dan kenyataan (<i>perceived</i>) atas <i>Pre-meal experience</i>	Perbandingan antara harapan dan kenyataan kemudahan akses menuju restoran	Tingkatan kemudahan akses menuju restoran	Ordinal	1	
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan kemenarikan restoran	Tingkat kemenarikan restoran	Ordinal	2	
	Perbandingan antara harapan (<i>expected</i>) dan kenyataan (<i>perceived</i>) atas <i>Meal experience</i>	Perbandingan antara harapan dan kenyataan kesesuaian jam oprasional	Tingkat kesesuaian jam oprasional	Ordinal	3	
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan Kenyamanan Area Parkir	Tingkat Kenyamanan Area Parkir	Ordinal	4	
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan Kenyamanan pemandangan di luar cafe	Tingkat Kenyamanan pemandangan di luar café	Ordinal	5	
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan kenyamanan interior café	Tingkat kenyamanan interior café	Ordinal	6	
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan kesesuaian dan kemenarikan interior café	Tingkat kesesuaian dan kemenarikan interior café	Ordinal	7	
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan kesigapan karyawan dalam menempatkan konsumen pada mejanya	Tingkat kesigapan karyawan dalam menempatkan konsumen pada mejanya	Ordinal	8	

		Perbandingan antara harapan dan kenyataan kelezatan rasa makanan dan minuman	Tingkat kelezatan rasa makanan dan minuman	Ordinal	9
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan kesesuaian rasa dengan aroma makanan dan minuman	Tingkat kesesuaian rasa dengan aroma makanan dan minuman	Ordinal	10
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan kesesuaian suhu makan dan minuman	Tingkat kesesuaian suhu makan dan minuman	Ordinal	11
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan kesesuaian kematangan makanan	Tingkat kesesuaian kematangan makanan	Ordinal	12
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan kesesuaian dan kemenarikan presentasi makanan	Tingkat kesesuaian dan kemenarikan presentasi makanan	Ordinal	13
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan kesesuaian porsi makanan dan minuman	Tingkat kesesuaian porsi makanan dan minuman	Ordinal	14
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan keragaman penawaran makanan dan minuman	Tingkat keragaman penawaran makanan dan minuman	Ordinal	15
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan ketepatan dalam waktu menyajikan makanan	Tingkat ketepatan dalam waktu menyajikan makanan	Ordinal	16
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan kesigapan karyawan dalam menanggapi permintaan konsumen	Tingkat kesigapan karyawan dalam menanggapi permintaan konsumen	Ordinal	17
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan kesigapan karyawan dalam menempatkan konsumen pada mejanya	Tingkat kesigapan karyawan dalam menempatkan konsumen pada mejanya	Ordinal	18
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan Kesigapan karyawan dalam menanggapi keluhan	Tingkat Kesigapan karyawan dalam menanggapi keluhan	Ordinal	19
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan Keramahan karyawan	Tingkat Keramahan karyawan	Ordinal	20
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan Pengetahuan karyawan dalam mengenal produk	Tingkat Pengetahuan karyawan dalam mengenal produk	Ordinal	21
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan kemampuan yang diberikan karyawan	Tingkat kemampuan yang diberikan karyawan	Ordinal	22
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan Keadilan dalam melayani konsumen	Tingkat Keadilan dalam melayani konsumen	Ordinal	23
	Perbandingan antara harapan (<i>expected</i>) dan kenyataan (<i>perceived</i>) atas <i>Post meal experience (X3)</i>	Perbandingan antara harapan dan kenyataan Kerapihan Penampilan Karyawan	Tingkat Kerapihan Penampilan Karyawan	Ordinal	24
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan kesesuaian harga makanan	Tingkat kesesuaian harga makanan	Ordinal	25
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan kemudahan dalam pembayaran	Tingkat kemudahan dalam pembayaran	Ordinal	26
		Perbandingan antara harapan dan kenyataan keramahan karyawan dalam melepas kepergian konsumen	Tingkat keramahan karyawan dalam melepas kepergian konsumen	Ordinal	27

Sumber : hasil pengolahan data 2016

3.2.2. Jenis dan Sumber Data

Ada 2 jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini, yaitu adalah data primer dan sekunder. Lebih jelasnya pengertian data primer dan sekunder sebagai berikut:

Mishel Aliffa Tania, 2019

UPAYA PENINGKATAN CUSTOMER SATISFACTIONS MELALU DINING EXPERIENCE DI CONGO GALLERY & CAFÉ

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

1. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner kepada responden. Menurut Sambas Ali (2007, hal. 17) menjelaskan bahwa data primer merupakan data yang di dapat dan diolah langsung dari objeknya.
2. Data sekunder merupakan data yang dapat mendukung penelitian yang diperoleh dari studi litelatur, buku-buku dan sumber-sumber referensi seperti *journal*, *web*, majalah dan lainnya. Menurut Sambas Ali data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, hasil dari pengumpulan dan pengolahan pihak lain.

Berdasarkan data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menuliskannya dalam Tabel 3.2 sebagai berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER

No	Data	Jenis	Sumber data
1	Pertumbuhan kegiatan pariwisata di dunia	Sekunder	UNWTO <i>tourist Highlight</i> 2016
2	Tingkat Kunjungan Pariwisata Mancanegara ke Indonesia	Sekunder	Pusdatin Kemenparekraf & BPS
3	Jumlah kunjungan wisatawan Domestik dan Mancanegara ke Bandung tahun 2013-2015	Sekunder	Pusdatin Kemenparekraf & BPS
4	Jumlah restoran di Bandung berdasarkan jenisnya tahun 2013	Sekunder	Pusdatin Kemenparekraf & BPS
5	Jumlah kunjungan Congo Gallery & Café tahun 2013-2015	Sekunder	Manajemen Congo Café & Gallery
6	Strategi <i>Dining Experience</i> Congo Gallery & Café	Sekunder	Manajemen Congo Café & Gallery
7	Gambar mengenai tingkat kepuasan konsumen Congo Gallery & Café berdasarkan hasil Pra-penelitian	Primer	Pengunjung Congo Café & Gallery

Sumber : Hasil pengolahan data 2016

3.2.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel

3.2.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:80). Berdasarkan

pengertian populasi tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu individu yang mengunjungi *Congo café & gallery* Bandung pada tahun 2015 yaitu sebanyak 59.480 populasi.

3.2.3.2. Sampel

Menurut Sugyono (2014 :81) *Sample* adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Berdasarkan pengertian mengenai *sample* yang telah dikemukakan sebelumnya, maka *semple* yang digunakan dalam penelitian ini hanya digunakan sebagian dari jumlah keseluruhan populasi penelitian. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan peneliti menggunakan rumus pengambilan sampel dari Solvin (Husen Umar 2010:146) yaitu sebagai berikut :

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

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir
(e= 0,01 atau 10%)

Berdasar perhitungan pada rumus Slovin, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{59480}{1 + 59480 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{59480}{1 + 59480 (0,01)}$$

$$n = \frac{59480}{1 + 594,8}$$

$$n = \frac{59480}{595,8}$$

$$n = 99,83$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 99,83 responden. Jadi dalam penelitian ini sampel yang akan diambil berjumlah 100 responden.

3.2.3.3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan disunukan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Secara garis besar, teknik sampling dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling* (Sugiyono 2014, hal. 81)

Menurut Sugiyono (2014, hal. 82), *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *sampling area (cluster) sampling* (sampling menurut daerah)

Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, *snowball* (sugiyono, 2014, hal.84).

Metode pengambilan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling* yang digunakan yaitu teknik sampling aksidental atau incidental karena sample yang diambil secara kebetulan, dimana siapa saja konsumen yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang tersebut dianggap cocok sebagai sumber data.

3.2.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun untuk mengumpulkan data mengenai objek penelitian, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penelitian lapangan (*field research*), terdiri dari:
 - a. Wawancara, yaitu mengajukan beberapa pertanyaan kepada pihak *Congo Café & gallery*

- b. Kuesioner, yaitu dengan penyebaran kuesioner melalui metode sampling aksidental kepada tamu Congo Café & Gallery.
 - c. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan langsung kegiatan Congo Café & Gallery.
2. Penelitian pusatakaan (*library research*), yaitu mempelajari literature-literatur yang sesuai dengan pokok bahasan yang sedang diteliti agar menjadi landasan dalam penyusunan ini terdiri dari:
 - a. Buku-buku perpustakaan dan sumber-sumber bacaan lainnya.
 - b. Catatan-catatan ilmiah seperti jurnal dan skripsi.

3.2.5. Pengujian Validitas dan Realibilitas

3.2.5.1. Validitas

Sugiyono (2010, hal. 177) mengungkapkan bahwa, Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Instrumen yaitu alat untuk mengumpulkan data. Suatu *instrument* yang valid memiliki validitas yang tinggi, sebaliknya instrument yang tidak valid memiliki validitas yang rendah.

Product moment merupakan rumus yang biasanya digunakan untuk mengukur kevalidan suatu instrument. Rumusan untuk mengukur kevalidan menurut Arikunto dalam Ali (2011:31) yaitu 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 = 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 X
- $\sum y^2$ = jumlah kuadrat dalam skor y
- n = banyaknya responden

Dalam penelitian ini akan diuji validitas dari variabel *dining experience* melalui *meal experience*, *pre-meal experience* dan *post meal experience* sebagai instrumen variabel X serta kepuasan pelanggan melalui nilai *expected quality* dan

perceived quality sebagai instrumen variabel Y. Pengujian validitas ini dibantu oleh program SPSS 24 *for windows*, adapun cara-cara menghitung reliabilitas menggunakan SPSS 24 ini sebagai berikut :

1. Memasukkan data variabel X, dan Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada *data view*.
2. Klik *variabel view*, lalu isi kolom name dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *column*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
3. Kembali ke data view, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Correlate*, lalu pilih *bivariate*.
4. Pindahkan seluruh variable/ item beserta total skor, lalu tekan OK
5. Akan dihasilkan *output*, apakah data tersebut valid atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

- a. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika rhitung lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
- b. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika rhitung lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$).
- c. Berdasarkan jumlah kuesioner yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r table sebesar 0,361 dan menghasilkan rhitung yang dapat di liat pada table 3.3.

TABEL 3.3.
HASIL UJI VALIDITAS ITEM PERNYATAAN DINING EXPERIENCE
DAN SATISFACTION

NO	<i>Dining Experience</i>	r hitung	r tabel	Kesimpulan
<i>Pre-meal Experience</i>				
1.	Akses menuju Congo Gallery & Cafe	0,418	0,361	Valid
2.	Kemenariakan Congo Gallery & Café	0,736	0,361	Valid
3.	Kesesuaian jam oprasional buka dan tutup Congo Café & Gallery	0,533	0,361	Valid
4.	Kenyamanan area Parkir	0,648	0,361	Valid

Mishel Aliffa Tania, 2019

UPAYA PENINGKATAN CUSTOMER SATISFACTIONS MELALU DINING EXPERIENCE DI CONGO GALLERY & CAFÉ

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

Meal Experience		r hitung	r tabel	Kesimpulan
5.	Keadaan suasana area <i>outdoor café</i>	0,657	0,361	Valid
6.	Kenyamanan <i>interior café</i>	0,535	0,361	Valid
7.	Kesesuaian dan kemenarikan <i>interior cafe</i>	0,589	0,361	Valid
8.	Kelezatan makanan dan minuman	0,699	0,361	Valid
9.	Kesesuaian rasa dengan aroma makanan dan minuman	0,827	0,361	Valid
10.	Kesesuaian suhu makan dan minuman	0,799	0,361	Valid
11.	Kesesuaian tingkat kematangan makanan	0,728	0,361	Valid
12.	Kemenarikan presentasi makanan	0,720	0,361	Valid
13.	Kesesuaian porsi makanan dan minuman	0,480	0,361	Valid
14.	Keberagaman makanan dan minuman yang ditawarkan	0,618	0,361	Valid
15.	Kesigapan Karyawan dalam menempatkan konsumen pada mejanya	0,594	0,361	Valid
16.	Ketepatanwaktuan karyawan dalam menyajikan makanan	0,799	0,361	Valid
17.	Kesigapan dalam menanggapi permintaan konsumen	0,781	0,361	Valid
18.	Kesigapan Karyawan dalam menanggapi keluhan	0,821	0,361	Valid
19.	Keramahan karyawan	0,786	0,361	Valid
20.	Pengetahuan karyawan akan Produk Congo <i>café & gallery</i> yang ditawarkan	0,841	0,361	Valid
21.	Kemampuan karyawan dalam melayani	0,838	0,361	Valid
22.	Keadilan karyawan dalam melayani semua konsumen tanpa membedakan	0,774	0,361	Valid
23.	Kerapihan penampilan karyawan	0,787	0,361	Valid
Post Meal Experience		r hitung	r tabel	Kesimpulan
24.	Kesesuaian Harga	0,684	0,361	Valid
25.	Kemudahan proses pembayaran	0,564	0,361	Valid
26.	Keramahan karyawan dalam melepas para tamu yang telah selesai melakukan aktivitas di <i>café</i>	0,513	0,361	Valid

Sumber : pengolahan data 2017

3.2.5.2 Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2008:268) Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau

karakter utama pengukuran instrumen yang baik. Dalam penelitian ini rumus yang digunakan adalah rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

σt^2 = Varians total

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

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan menggunakan rumus varians (Sambas Ali 2011:38) yaitu sebagai berikut ini :

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

σ = varians

$\sum X$ = jumlah skor

n = jumlah sampel

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $\geq r_{\text{tabel}}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $< r_{\text{tabel}}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan reliabilitas ini menggunakan program SPSS 24 *for windows*. Adapun cara-cara menghitung reliabilitas menggunakan SPSS 24 ini sebagai berikut :

1. Memasukkan data variabel X, dan Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
2. Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *column*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).

3. Kembali ke data *view*, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Scale*, lalu pilih *Reliability Analyze*
4. Pindahkan variabel yang akan diuji tanpa memindahkan total skor yang ada atau klik Alpha, OK. Perhitungan menggunakan SPSS menghasilkan nilai $C\sigma$ (*Cronbach alpha*) sebagai berikut:

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN REABILITAS *PERCEIVED* DAN *EXPECTED*
ATRIBUT *DINING EXPERIENCE*

No	Variabel	r hitung (<i>Cronbach alpha</i>)	r tabel	Keterangan
1	<i>Dining Experience (Expected)</i>	0,970	0,361	Reliabel
2	<i>Dining Experience (Perceived)</i>	0,952	0,361	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2016)

3.2.6. Rancangan Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis

3.2.6.1. Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata perbandingan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa diuji signifikasinya (Sugiyono, 2014:207). Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, yaitu:

1. Analisis data deskriptif mengenai *dining experience* yang terdiri dari *meal experience*, *pre-meal experience* dan *post meal experience* di Congo *café & gallery*.
2. Analisis deskriptif mengenai kepuasan pelanggan di Congo *café & Gallery* yang terdiri dari *expected quality* dan *perceived quality*.

Untuk analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan alat penelitian dari penafsiran Moh. Ali (1985:184), kategori hasil penghitungan responden dengan kriteria penafsiran sebagai berikut:

TABEL 3.5
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

Kriteria Penafsiran	Keterangan
0%	Tidak seorangpun
1% - 25%	Sebagian kecil
26% - 49%	Hampir setengahnya

Mishel Aliffa Tania, 2019

UPAYA PENINGKATAN CUSTOMER SATISFACTIONS MELALU DINING EXPERIENCE DI CONGO GALLERY & CAFÉ

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

Kriteria Penafsiran	Keterangan
50%	Setengahnya
51% - 75%	Sebagian besar
76% - 99%	Hampir seluruhnya
100%	Seluruhnya

Sumber: Moh. Ali (1985:184)

3.2.6.2. Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis data verifikatif dilakukan dengan tujuan suatu penelitian yang dilakukan untuk menguji kebenaran sesuatu (pengetahuan) dalam bidang yang telah ada (Ir. Syofian Siregar 2013:3). Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi/penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval*. Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diper oleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata (*scale value*) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$Scale Value = \frac{(DensityAtLowerLimit) - (DensityAtUpperLimit)}{(AreaBelowUpperLimit) - (AreaBelowLowerLimit)}$$

6. Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumus persamaan berikut:

$$Nilai Hasil Transformasi: Score = Scale Value_{minimum} + 1$$

Uraian yang telah di sajikan merupakan cara merubah data ordinal menjadi data interval menggunakan langkah-langkah manual. Namun banyak juga cara lain dimana data diolah menggunakan software sehingga berubah menjadi data interval seperti menggunakan program XLSTAT pada Microsoft excel, atau menggunakan SPSS. Setelah data di ubah menjadi skala interval, dilakukan analisis data dimana langkah-langkah menganalisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Mishel Aliffa Tania, 2019

UPAYA PENINGKATAN CUSTOMER SATISFACTIONS MELALU DINING EXPERIENCE DI CONGO GALLERY & CAFÉ

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

1. Menyusun Data
Kegiatan ini bertujuan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, pengisian data yang disesuaikan dengan penelitian.
2. Tabulasi Data
Tabulasi Data yang dilakukan yaitu : a) memberikan skor pada setiap item, b) menjumlahkan skor setiap item, dan c) menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.
3. Menganalisis Data
Merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, mengintergrasi data agar diperoleh suatu kesimpulan. Adapun metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis data deskriptif dan verifikatif.
4. Pengujian
Penelitian ini menggunakan metode verifikatif dalam pengujian hipotesis, maka dilakukan analisis regresi berganda.

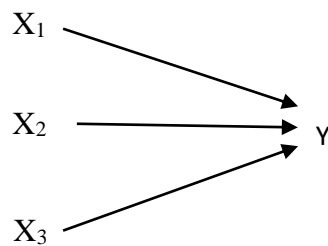
3.2.6.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan langkah terakhir dari analisis data. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan satu tipe analisis multivariate untuk mempelajari efek-efek langsung dan tidak langsung dari sejumlah variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel sebab (yang disebut *ultimate variable*) terhadap variabel lainnya yang disebut variabel akibat. Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen yaitu *dining experience* (X) yang terdiri dari *meal experience* (X_1), *pre-meal experience* (X_2) dan *post meal experience* (X_3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan.

Sebelumnya data berskala ordinal yang digunakan telah di ubah menjadi data berskala interval maka kali ini akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang dianjurkan, terdapat hubungan antar tiap variabel. Hipotesis konseptual digambarkan dalam paradigma pada Gambar 3.1 sebagai berikut:

ϵ





GAMBAR 3.1
STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL ANTAR X DAN Y

Keterangan:

X_1 = *Pre-meal experience*

Y = *Costumer satisfaction*

X_2 = *Meal experience*

ε = Epsilon (variable lain)

X_3 = *Post meal experience*

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Selain itu terdapat factor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara

dining experience (X) dan (Y) kepuasan pelanggan yaitu variable residu dan dilambangkan dengan ε namun pada penelitian ini variable tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara X dan Y yang diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yaitu terdapat pengaruh yang signifikan dari *dining experience* (X) yang terdiri dari *meal experience*(X_1); *pre-meal experience* (X_2); *post meal experience* (X_3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

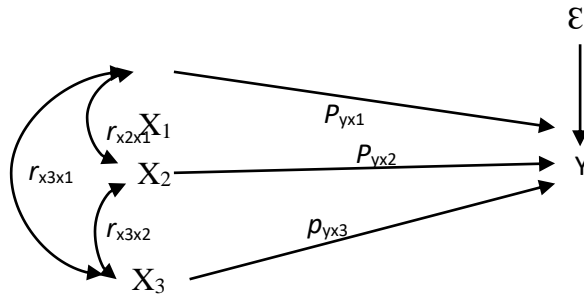
1. Menggambar Hipotesis



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

2. Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub-variabel independen yang paling

dominan terhadap variable dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.3. berikut.



GAMBAR 3.3.
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS

Keterangan:

X_1 : *Pre-Meal Experience*

X_2 : *Meal Experience*

X_3 : *Post Meal Experience*

Y : *Customer Satisfaction*

ϵ : epsilon (variable lain yang tidak diteliti)

$r_{x_i x_j}$: korelasi

$p \dots$: pengaruh

- Menghitung matriks korelasi antar variable bebas ($r_{x_i x_j}$)

$$R = \begin{matrix} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \end{matrix} \begin{bmatrix} r_{x_1 x_1} & r_{x_2 x_1} & r_{x_3 x_1} \\ & r_{x_2 x_2} & r_{x_3 x_2} \\ & & r_{x_3 x_3} \end{bmatrix}$$

- Kemudian menghitung matriks invers korelasi

$$R^{-1} = \begin{matrix} X_1 & X_2 & X_3 \end{matrix} \begin{bmatrix} C_{1.1} & & \\ & C_{2.2} & \\ & & C_{3.3} \end{bmatrix}$$

- Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis, menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{matrix} & X_1 & X_2 & X_3 \\ \begin{bmatrix} Pyx_1 \\ Pyx_2 \\ Pyx_3 \end{bmatrix} & = & \begin{bmatrix} C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} \\ & & C_{3.3} \end{bmatrix} & \begin{bmatrix} r_{x_2x_1} \\ r_{x_3x_1} \\ r_{x_3x_2} \end{bmatrix} \end{matrix}$$

Rumus koefisien jalur jika tidak menggunakan matrix:

$$Pyxi = \sum_i^3 CRij \cdot r_{yxi}$$

Dengan, $i= 1,2,3,4$

$pyxi$ = koefisien jalur dari variable X_i terhadap Y

rxj = koefisien korelasi sederhana antara variable Y dan variable X

$CRij$ = Unsur pada baris ke i dan kolom ke j dari matriks invers korelasi.

5. Hitung $R^2Y (X_1, X_2, X_3)$ yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1, X_2, X_3 terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$Py\Sigma = \sqrt{1 - R^2yx_1x_2x_3}$$

jadi

$$R^2Y(x_1, x_2, x_3) = \sum_{i=1}^3 Pyxi \cdot r_{yxi}$$

atau

$$R^2Y (X_1, \dots, X_{1.3}) = [Pyx_1, \dots, Pyx_3] \begin{bmatrix} r_{yx1} \\ \dots \\ r_{yx3} \end{bmatrix}$$

6. Menguji pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung dari setiap variable. Dari gambar 3.3 maka dihasilkan hubungan langsung dan tidak langsung sebagai berikut:

Pengaruh X terhadap Y

Pengaruh X_1 terhadap Y

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= p_{YX_1} \cdot p_{YX_1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_2 &= p_{YX_1} \cdot r_{X_2X_1} \cdot p_{YX_2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_3 &= p_{YX_1} \cdot r_{X_3X_1} \cdot p_{YX_3} + \\ \text{Pengaruh total } (X_1) \text{ terhadap Y} &= \dots \end{aligned}$$

Pengaruh X_2 terhadap Y

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= p_{YX_2} \cdot p_{YX_2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_1 &= p_{YX_2} \cdot r_{X_1X_2} \cdot p_{YX_1} \end{aligned}$$

Mishel Aliffa Tania, 2019

UPAYA PENINGKATAN CUSTOMER SATISFACTIONS MELALU DINING EXPERIENCE DI CONGO GALLERY & CAFÉ

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

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_3 &= p_{YX_2} \cdot r_{X_3X_2} \cdot p_{YX_3} + \\ \text{Pengaruh total } (X_2) \text{ terhadap } Y &= \dots \end{aligned}$$

Pengaruh X_3 terhadap Y

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= p_{YX_3} \cdot p_{YX_3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_1 &= p_{YX_3} \cdot r_{X_1X_3} \cdot p_{YX_1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_2 &= p_{YX_3} \cdot r_{X_2X_3} \cdot p_{YX_2} + \\ \text{Pengaruh total } (X_3) \text{ terhadap } Y &= \dots \end{aligned}$$

7. Pengujian secara keseluruhan dengan uji F

Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

a. Perumusan hipotesis oprasional:

$$H_0 : \rho_{YX_1} \approx \rho_{YX_2} \approx \rho_{YX_3} = 0$$

H_1 : sekurang-kurangnya satu $\rho_{YX_i} \neq 0$ dengan $i=1,2$, dan 3. Statistic uji yang digunakan adalah :

$$F = \frac{(n - k - 10) R^2_{yx_1x_2x_3}}{(k - 1)(1 - R^2_{yx_1x_2x_3})}$$

Kriteria pengujian dengan mengambil taraf kesalahan $\alpha = 0,05$ atau 5% maka H_0 di tolak jika $F_{hitung} \geq F_{\alpha}(n-k)$, dengan demikian dapat diteruskan dengan melakukan penafsiran secara individu yang dilakukan dengan cara:

$$t_i = \frac{\rho_{yx_1}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{yx_1x_2x_3}) C R_{ij}}{n - k}}}$$

Kriteria pengujian dengan mengambil taraf α , maka H_0 ditolak jika $t_i > t_{[(1-\alpha), (n-3)]}$. Kriteria penerimaan atau penolakan sub hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut.

H_0 : $\rho = 0$, artinya *dining experience* yang terdiri dari *pre-meal experience*, *meal experience* dan *post meal experience* tidak berpengaruh terhadap Customer Satisfaction konsumen Congo Gallery & Café.

H_1 : $\rho > 0$, artinya *dining experience* yang terdiri dari *pre-meal experience*, *meal experience* dan *post meal experience* berpengaruh terhadap Customer Satisfaction konsumen Congo Gallery & Café

Sedangkan ada beberapa sub hipotesis yang akan di uji yaitu:

Sub hipotesis 1

$H_0 : p = 0$, artinya *pre-meal experience* tidak berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* konsumen Congo Gallery & Café.

$H_1 : p > 0$, artinya *pre-meal experience* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* konsumen Congo Gallery & Café

Sub hipotesis 2

$H_0 : p = 0$, artinya *meal experience* tidak berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* konsumen Congo Gallery & Café.

$H_1 : p > 0$, artinya *meal experience* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* konsumen Congo Gallery & Café.

Sub hipotesis 3

$H_0 : p = 0$, artinya *post meal experience* tidak berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* konsumen Congo Gallery & Café.

$H_1 : p > 0$, artinya *post meal experience* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* konsumen Congo Gallery & Café

Untuk membantu menganalisis data dan menguji hipotesis dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *software SPSS 18 for windows* dan juga menggunakan *software Microsoft Excel*.