

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Penelitian ini mengungkapkan tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Sunda Ikan Bakar Ciwidey melalui pemasaran jasa. Adapun penelitian ini terdapat dua variabel independen dan satu variabel dependen. Menurut Sugiyono (2013:39) variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen (terikat) variabel independen biasa disebut dengan variabel eksogen. Sementara variabel dependen atau sering disebut variabel terikat yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen. Variabel dependen biasa disebut dengan variabel endogen.

Adapun variabel independen dalam penelitian ini yaitu bauran pemasaran (variabel X) yang meliputi *product, price, place, promotions, people, process* dan *physical evidence*. Sementara variabel dependennya adalah kepuasan konsumen (Y). Penelitian dilakukan di Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey. Subjek atau responden dari penelitian ini adalah konsumen yang datang ke Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis pendekatan deskriptif dan verifikatif untuk melihat gambaran apakah ada pengaruh antara bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey. Menurut Sugiyono (2013:147) statistik deskriptif merupakan metode penelitian yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau menganalisis terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi yang ada, namun tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. sedangkan menurut Syatori & Gozali (2012:204) penelitian verifikatif merupakan

suatu penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji kebenaran hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data kuantitatif dimana menurut Sugiyono (2013:13) data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (*skoring*). Data kuantitatif terdapat dua kelompok, yaitu *data diskret* atau biasa disebut data nominal dan *data kontinum* dapat dikelompokkan lagi menjadi tiga, yaitu data ordinal, interval, dan rasio. Namun dalam jurnal internasional menurut Farida, Tarmizi, & November, (2016:14) penelitian kuantitatif karena menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan selanjutnya dilakukan analisis data dengan prosedur statistik.

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian sosial di mana instrumennya menggunakan teknik pengukuran atau skala likert.

3.3 Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini terdapat variabel-variabel yang akan diteliti yang saling berhubungan. Variabel-variabel ini biasa disebut juga sebagai objek penelitian. Menurut Kerlinger (1973 dalam (Sugiyono, 2013:58) variabel adalah sifat yang akan dipelajari. Sedangkan menurut Kidder (1981 dalam (Sugiyono, 2013:58) menyebutkan bahwa variabel adalah suatu kualitas dimana peneliti dapat mempelajari dan menarik kesimpulan.

Operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini akan dijabarkan dalam Tabel 3.1 di bawah ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	Nomor Item
Bauran Pemasaran (X)	Bauran pemasaran merupakan	1. Produk	Keragaman produk makanan dan minuman	Interval	1

<p>serangkaian aktivitas dalam manajemen pemasaran guna mencapai tujuan perusahaan atau biasa dikenal dengan 7P yang terdiri dari <i>product, price, place, promotions, people, process</i> dan <i>physical evidence</i></p> <p>(Zeithaml and Bitner, 2010, hlm. 8)</p>		Rasa produk makanan dan minuman		2
		Kemenarikan penyajian makanan dan minuman		3
		Kualitas produk makanan dan minuman		4
	2. Price	Kesesuaian harga dengan produk	Interval	5
		Keterjangkauan harga bagi konsumen		6
	3. Place	Akses lokasi yang strategis	Interval	7
		Kemudahan akses menuju lokasi		8
		Lokasi mudah dijangkau		9
	4. Promotions	Kemenarikan promosi di media sosial	Interval	10
		Kemenarikan promosi di website		11

		5. People	Keterampilan dan kesigapan pegawai dalam melayani tamu	Interval	12
			Wawasan pegawai mengenai produk dan jasa yang ditawarkan		13
		6. Process	Kecepatan dalam melayani tamu	Interval	14
			Keramahan pegawai kepada tamu		15
			Kemudahan proses pemesanan produk makanan dan minuman		16
			Kemudahan proses transaksi pembayaran		17
		7. Physical Evidence	Kebersihan ruang makan	Interval	18
			Fasilitas sarana dan prasarana yang lengkap		19

			Design interior dan layout yang menarik		20
			Penampilan karyawan		21
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan sebuah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. (Lupiyoadi,2013)	1. Kualitas Produk	Tingkat kepuasan terhadap kualitas makanan dan minuman	Interval	22
		2. Pelayanan	Tingkat ketepatan pelayanan	Interval	23
		3. Emosional	Tingkat kesabaran karyawan	Interval	24
		4. Harga	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas	Interval	25
		5. Biaya	Tingkat kesesuaian biaya dengan mutu hiding	Interval	26

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan elemen penting untuk mendukung sebuah penelitian. Data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sekaran & Bougie (2013:113) data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti pada variabel minat untuk tujuan khusus penelitian. Sedangkan data sekunder mengacu pada informasi yang

dikumpulkan dari sumber – sumber yang sudah ada. Untuk lebih jelasnya, data dan sumber data dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Mempertanyakan permasalahan yang ada di Rumah Makan Sunda Ikan Bakar Ciwidey	Primer	Wawancara dengan Owner Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey via telfon selama kurang lebih 30 menit.
2.	Data tanggapan konsumen terhadap bauran pemasaran di Rumah Makan Sunda Ikan Bakar Ciwidey	Primer	Penyebaran kuesioner pra-penelitian pada konsumen Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey secara langsung.
3.	Data tanggapan konsumen terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Sunda Ikan Bakar Ciwidey	Primer	Penyebaran kuesioner pra-penelitian pada konsumen Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey secara langsung.
4.	Data pendapatan keuangan di Rumah Makan Sunda Ikan Bakar Ciwidey	Sekunder	Dikirim oleh owner Rumah Makan Sunda Ikan Bakar Ciwidey by email.

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:115) populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi karakteristik/sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek yang diteliti itu.

Berdasarkan pengertian di atas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang datang ke Rumah Makan Sunda Ikan Bakar Ciwidey pada tahun 2019 terhitung konsumen yang datang sejumlah 1937 orang.

3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013:118) menyebutkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Bila populasinya besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Jadi apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya dapat diberlakukan untuk seluruh populasi.

Sedangkan menurut Acharya, Prakash, Saxena, & Nigam, (2013:42) sampel adalah himpunan bagian dari populasi, dipilih sehingga dapat mewakili populasi yang lebih besar. Maka dari itu sampel yang diambil dari populasi harus representative (mewakili). Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel yaitu rumus dari Slovin, sebagai berikut:

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

$$n = \frac{1937}{1 + 1937(0,10)^2} = 95,090 \approx 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan dengan $\alpha = 0,10$ diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 100 responden.

3.6 Alat Ukur dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling incidental*. Menurut :52) *Accidental Sampling* ini merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti maka orang itu dapat digunakan sebagai sampel dan orang tersebut yang kebetulan ditemuinya cocok dijadikan sebagai sumber. Ada pula menurut Etikan, (2017:122) *accidental sampling* adalah kenyamanan dalam membaca populasi sampling, sebagian besar digunakan di kalangan pemasar atau peneliti surat kabar. *Accidental sampling* memiliki kelebihan dan kekurangan yang sama dengan pengambilan sampel kuota dan tidak dipandu oleh karakteristik yang jelas.

Adapun langkah-langkah dalam menentukan sampel dengan menggunakan teknik ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan populasi pada konsumen yang datang ke Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah pada tahun 2019 yang berjumlah 1937 konsumen.
2. Menentukan ukuran sampel dari besarnya populasi, yaitu sebesar 100 orang (hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin).
3. Pengambilan sampel ini dapat dilakukan secara acak, kepada siapa saja yang datang ke Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey pada saat dilakukannya penelitian. Artinya semua konsumen pada hari pengambilan data penelitian tersebut apabila ada 100 orang yang datang maka mereka semua akan menjadi anggota sampel untuk penelitian ini.

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diperlukan agar diperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara mengkombinasikan secara langsung atau tidak langsung. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yaitu sebagai berikut:

1. Observasi atau pengamatan adalah kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh indera. Teknik observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi partisipatif, di mana pengamat terlibat langsung dalam kegiatan.
2. Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan ditujukan langsung oleh peneliti kepada pihak perusahaan yang bersangkutan yaitu pemilik usaha dengan tujuan untuk memperoleh data mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan kondisi lingkungan kerja.
3. Diskusi merupakan cara untuk bertukar pendapat dan bertukar pikiran mengenai permasalahan dan kondisi yang ada dengan pihak Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey.
4. Kuesioner merupakan pengumpulan informasi melalui menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan maupun pernyataan kepada responden dimana responden tersebut adalah konsumen Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey.
5. Studi kepustakaan (*library research*) merupakan untuk memperoleh data sekunder yang akan digunakan sebagai landasan teori masalah yang akan diteliti. Teknik ini digunakan agar penulis memiliki tinjauan teori-teori dari buku, jurnal, skripsi dan literatur lain yang berhubungan dengan variabel yang akan diteliti yaitu bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, orang/karyawan, proses, dan bukti fisik), serta kepuasan konsumen.

Teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah dengan teknik Skala Likert.

Menurut Umar (2003:22) menyatakan Skala Likert juga biasa disebut dengan *summated rating scale*. Responden diminta untuk mengisi pernyataan dalam skala interval berbentuk verbal dengan jumlah kategori tertentu, bisa nilainya 5, 7, dan seterusnya tetapi disarankan angka ganjil agar terdapat kategori “netral” atau memasukkan kategori “tidak tahu”. Skala Likert dapat memberi peluang kepada responden untuk menyatakan perasaannya dalam bentuk persetujuan terhadap suatu pernyataan, sehingga Skala Likert banyak digunakan oleh para peneliti. Dalam analisis kuantitatif Skala Likert memerlukan skor seperti berikut:

Tabel 3.3

Skor Skala Likert

<i>Skor</i>	<i>Jawaban</i>
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber: Metodologi Penelitian (Sugiyono, 2013)

a. Uji Instrumen

i. Uji Validitas

Validitas adalah suatu instrument untuk menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keshahihan suatu penelitian. Suatu instrument yang valid mempunyai validitas tinggi dan sebaiknya instrument yang kurang valid memiliki validitas rendah (Arikunto, 2010:211).

Uji validitas instrument dimaksudkan untuk mendapatkan alat ukur yang shahih dan terpercaya. Penelitian ini setiap butir item di uji validitasnya dengan menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* (PPM), yaitu sebagai berikut (Agus, 2013:68).

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

Keterangan:

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

n = Banyaknya responden penelitian

xy = Jumlah perkalian antara skor x dan skor y

x = Jumlah skor tiap item dari seluruh responden penelitian

y = Jumlah skor total seluruh item dari keseluruhan responden penelitian

Kemudian untuk menentukan instrument tersebut dinyatakan valid atau tidak, maka dijelaskan kriteria sebagai berikut:

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

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

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No.	Pernyataan	R_{hitung}	><	R_{tabel}	Keterangan
BAURAN PEMASARAN					
Produk (<i>product</i>)					
1.	Tingkat keberagaman produk makanan dan minuman	0.792	>	0.361	Valid
2.	Tingkat kemenarikan penyajian makanan dan minuman	0.708	>	0.361	Valid
3.	Tingkat rasa produk makanan dan minuman	0.685	>	0.361	Valid
4.	Tingkat kualitas produk makanan dan minuman	0.745	>	0.361	Valid
Harga (<i>price</i>)					

5.	Kesesuaian harga dengan produk makanan dan minuman	0.946	>	0.361	Valid
6.	Harga makanan dan minuman yang terjangkau bagi konsumen	0.915	>	0.361	Valid
Tempat (<i>place</i>)					
7.	Akses lokasi yang strategis untuk menuju ke Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey	0.921	>	0.361	Valid
8.	Kemudahan akses menuju lokasi ke Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey	0.856	>	0.361	Valid
9.	Lokasi ke Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey mudah dijangkau	0.934	>	0.361	Valid
Promosi (<i>promotion</i>)					
10.	Promosi di media sosial Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey	0.964	>	0.361	Valid
11.	Promosi di website Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey	0.956	>	0.361	Valid
Orang (<i>people</i>)					
12.	Karyawan sigap dan terampil dalam melayani tamu	0.870	>	0.361	Valid
13.	Karyawan memiliki wawasan mengenai produk yang ditawarkan	0.878	>	0.361	Valid
Bukti Fisik (<i>physical evidence</i>)					
14.	Ruang makan yang bersih di Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey	0.830	>	0.361	Valid

15.	Fasilitas sarana dan prasarana yang lengkap di Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey	0.736	>	0.361	Valid
16.	Design interior dan layout yang menarik di Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey	0.774	>	0.361	Valid
17.	Kerapihan penampilan pegawai (di tempat kerja) di Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey	0.654	>	0.361	Valid
Proses (<i>process</i>)					
18.	Kecepatan pegawai dalam melayani tamu	0.761	>	0.361	Valid
19.	Keramahan pegawai kepada tamu	0.943	>	0.361	Valid
20.	Kemudahan dalam melakukan pemesanan makanan dan minuman	0.868	>	0.361	Valid
21.	Proses transaksi pembayaran yang mudah	0.822	>	0.361	Valid
KEPUASAN KONSUMEN					
1.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kualitas makanan dan minuman	0.839	>	0.361	Valid
2.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang ketepatan pelayanan	0.802	>	0.361	Valid
3.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kesabaran karyawan	0.750	>	0.361	Valid

4.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kesesuaian harga dengan kualitas (produk)	0.888	>	0.361	Valid
5.	Tingkat perbandingan antara kenyataan dan harapan tentang kesesuaian biaya dengan mutu hidangan	0.876	>	0.361	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan (2020)

Hasil perhitungan data di atas menyatakan bahwa hasil dari tanggapan kuesioner yang disebar kepada responden dinyatakan valid. Hal tersebut dibuktikan bahwa hasil perhitungan setiap item pernyataan mempunyai nilai lebih dari 0.361.

ii. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013:96) reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan yang merupakan dimensi dari variabel yang disusun dalam kuesioner. Reliabilitas adalah objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Metode *Alpha Cronbach* merupakan rumus matematis yang digunakan untuk menguji tingkat reliabilitas ukuran. *Alpha Cronbach* (α) dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics* versi 25.0 for windows. Suatu instrument dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,5 yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

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

σ_1^2 = Varians total

Koefisien *Cronbach's Alpha* merupakan statistic yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,600. *Cronbach's Alpha* dihitung dalam hal rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *Cronbach's Alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal, digunakan uji reliabilitas yang gunanya untuk mengetahui ketetapan nilai kuesioner, artinya instrumen penelitian bila diujikan pada kelompok yang sama walaupun pada waktu yang berbeda hasilnya akan sama. Berikut merupakan hasil pengujian dengan menggunakan *software* SPSS Versi 25, maka diperoleh hasil uji reliabilitas di bawah ini.

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas *Cronbach's Alpha*

No.	Variabel	$C\alpha$ hitung	$C\alpha$ minimal	Keterangan
1.	Produk	0.713	0.600	<i>Reliable</i>
2.	Harga	0.836	0.600	<i>Reliable</i>
3.	Tempat	0.879	0.600	<i>Reliable</i>
4.	Promosi	0.913	0.600	<i>Reliable</i>
5.	Orang	0.692	0.600	<i>Reliable</i>
6.	Bukti Fisik	0.722	0.600	<i>Reliable</i>
7.	Proses	0.868	0.600	<i>Reliable</i>
8.	Kepuasan Konsumen	0.884	0.600	<i>Reliable</i>

Sumber: Data Hasil Pengolahan (2020)

Berdasarkan tabel 3.5 hasil uji reliabilitas *cronbach's alpha* dapat diketahui bahwa hasil pengukuran reliabilitas untuk variabel X yaitu Bauran Pemasaran dan Variabel Y yaitu Kepuasan Konsumen dinyatakan **reliabel** dengan perolehan nilai variabel X₁ yaitu 0.713, variabel X₂ 0.836, variabel X₃ 0.879, variabel X₄ 0.913, variabel X₅ 0.692, variabel X₆ 0.722, variabel X₇ 0.868, sedangkan variabel Y memperoleh nilai 0.884 yang berarti lebih besar dari $C\alpha$ minimal 0.60.

3.7 Rancangan Analisis Data

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

Penelitian ini menggunakan dua jenis analisis data, yaitu analisis data deskriptif dan analisis verifikatif, berupa pengujian hipotesis menggunakan uji statistik. Pengolahan data dari hasil wawancara kuesioner dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

1. Menyusun Data

Menyusun data bertujuan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi Data

Tabulasi data terdapat beberapa poin, yaitu;

- a. memberi skor pada setiap item
- b. menjumlahkan skor pada setiap item
- c. menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian

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

Tabel 3.6

Skor Alternatif Jawaban Pernyataan Variabel X dan Y

Alternatif Jawaban	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Positif	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5

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

Nesa Laila Firdaus, 2020

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN IKAN BAKAR CIWIDEY
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

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

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Muhidin & Abdurahman (2007:70) analisis data diartikan sebagai upaya mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Menurut Sugiyono (2016:134), analisis data penelitian diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal.

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

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel independen dan variabel dependen. (Nazir, 2013:91) mengatakan bahwa metode deskripsi ini digunakan untuk menjawab permasalahan mengenai seluruh variabel penelitian secara independen. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian:

- a. Analisis deskriptif mengenai bauran pemasaran di Rumah Makan Sunda Ikan Bakar Ciwidey.
- b. Analisis deskriptif mengenai kepuasan konsumen.

Demi memperoleh makna yang bermanfaat terhadap pemecahan masalah, angket yang telah diisi oleh responden harus diolah untuk keseragaman dan memudahkan dalam penafsiran data dan membuat kesimpulan (fakta). Menurut Syaodih (2011:118) terdapat beberapa golongan golongan presentase (Rukajat, 2018:15).

Tabel 3.7

Kriteria Penafsiran Perhitungan Responden

No.	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1.	0%	Tak Seorangpun Responden
2.	1% - 24%	Sebagian Kecil Responden
3.	25% - 49%	Kurang dari setengah Responden
4.	50%	Setengah Responden
5.	51% - 74%	Lebih dari setengah Responden
6.	75% - 99%	Sebagian besar Responden
7.	100%	Seluruh Responden

Sumber: Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Rukajat, 2018)

3.8.2 Analisis Verifikatif

Variabel-variabel dalam penelitian ini kemudian disusun menjadi kuesioner (angket), untuk melihat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. angket yang telah disusun diharapkan dapat memberikan hasil mengenai bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen. Setelah melakukan konversi data, selanjutnya melakukan analisis verifikatif untuk menguji hipotesis.

3.9 Uji Asumsi Klasik

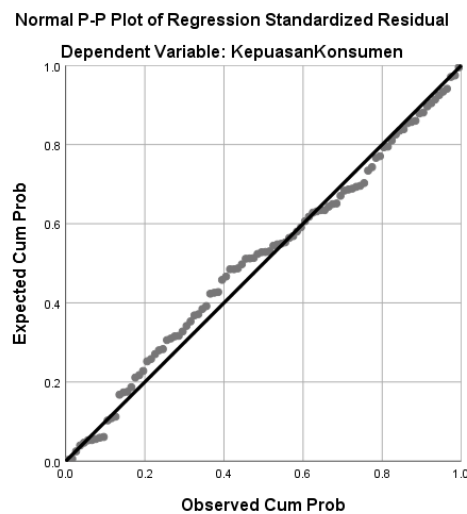
3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2013:160). Dalam penelitian ini untuk menguji normal tidaknya sebuah model regresi uji normalitas yang digunakan adalah model grafik dan histogram. Pengujian normalitas menggunakan analisa grafik dilakukan dengan menggunakan histogram, jika histogram regression residual membentuk kurva seperti lonceng maka nilai residual tersebut dinyatakan normal atau model regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

Terdapat dua acara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara analisis grafik dan uji statistik. Untuk mengetahui apakah data yang

digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas:

1. Jika nilai sig. (signifikansi) $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal.
2. Jika nilai sig. (signifikansi) $< 0,05$ maka data terdistribusi tidak normal, selain itu dapat dilihat berdasarkan bentuk kurva.
3. Jika bentuk kurva tidak miring atau cenderung seimbang, baik sisi kiri maupun sisi kanan dan kurva berbentuk lonceng yang hampir sempurna (*bell-shaped-curve*) maka data tersebut berdistribusi normal.



Gambar 3.1

Garis Normal Probability Plot

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

3.9.2 Uji Linearitas

Menurut Priyatno (2014:73), uji linearitas bertujuan untuk mengetahui hubungan yang linier atau tidak secara signifikan variabel penelitian. Uji ini digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian linearitas pada penelitian ini menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikan 0,05. Variabel penelitian dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila signifikansi (linearitas) kurang dari 0,05. Adapun kriteria dari uji linearitas adalah apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka data tersebut adalah linear dan sebaliknya apabila diketahui nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka data tersebut tidak linear. Perhitungan dilakukan menggunakan program perhitungan SPSS Versi 25.

3.9.3 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2013:105), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pengujian

multikolinieritas dilakukan dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

3.10 Analisis Korelasi

3.10.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear regresi berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen, bila terdapat dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi, analisis regresi berganda dilakukan apabila terdapat paling sedikitnya dua variabel independen. Menurut Sugiyono (2015:80) persamaan regresi untuk empat prediktor adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y = Kepuasan Konsumen
- A = Koefisien Konstanta
- b_1, b_2, \dots = Koefisien Regresi
- X_1 = Bauran Pemasaran
- ε = Error, variabel gangguan

3.10.2 Uji Koefisien Korelasi

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

Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel-variabel independen yaitu Bauran Pemasaran secara parsial dengan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen. Penulis menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* (r). Menurut (Akdon & Riduwan, 2010) korelasi person product moment (r) adalah suatu hubungan untuk mengetahui derajat hubungan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*). Rumus korelasi pearson product moment (r) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

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

n = Banyaknya responden penelitian

xy = Jumlah perkalian antara skor x dan skor y

x = Jumlah skor tiap item dari seluruh responden penelitian

y = Jumlah skor total seluruh item dari keseluruhan responden penelitian

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

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

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

Tabel 3.8

Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

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

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

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi

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

Di mana:

KP = Nilai Koefisien Determinan

r = Nilai Koefisien Korelasi

3.10.4 Uji Hipotesis

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

3.10.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2013:98), uji parsial (t=test) pada dasarnya menunjukkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

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

3.10.4.2 Uji Simultan (Uji f)

Uji F pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui signifikan hubungan antara semua variabel bebas dan variabel terikat, apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh ketujuh variabel bauran pemasaran secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel terikatnya. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung terhadap F tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika F hitung $> F$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.