

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Armor Kopi Dago Pakar Bandung yang terletak di Jl. Bukit Pakar Utara No.10, Ciburial, Kec. Cimenyan, Bandung, Jawa Barat. Peneliti menganalisis bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independence variable* (X) adalah kualitas produk (X1) yang berisi bukti fisik yaitu *flavor, consistency, texture/farm/shape, nutrional content, visual appeal, aromatic appeal* dan *temperature*. Serta kualitas pelayanan (X2) yang berisi reliabilitas (*reliability*), responsif (*responsiveness*), kepastian/jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), nyata (*tangibles*).

Variabel terikat atau *dependent variable* (Y) adalah kepuasan konsumen dengan indikator kualitas produk dan kualitas pelayanan. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Armor Kopi Dago Pakar Bandung, dan respondennya adalah konsumen atau orang yang pernah berkunjung ke Armor Kopi Dago Pakar Bandung.

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan tujuan penelitian, dan menguji hubungan antara variabel dan menguji hipotesis, oleh karena itu jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2015) metode kuantitatif adalah penelitian populasi berdasarkan filsafat positivis atau sampel tertentu, dan pengambilan sampel acak Gunakan instrumen untuk pengumpulan data, dan analisis data bersifat statistik.

3.3 Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian Sugiyono (2015) adalah atribut, properti atau nilai objek, atau Aktivitas dengan perubahan tertentu Peneliti melakukan penelitian dan menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini untuk membedakan konsep analisis perlu dijelaskan melalui konsep operasi variabel.

Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y). Variabel ini memiliki pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan penjualan Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung. Berikut adalah pengoperasian variabel-variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	No. Item
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk didasarkan pada kondisi untuk mengevaluasi apakah suatu produk memenuhi standar pengukuran yang ditetapkan atau memenuhi dimensi kualitas produk. Semakin tepat standarnya, semakin tinggi kualitas produknya dan	1. <i>Flavour</i> (Rasa)	1. <i>Flavour</i> (Rasa)	Ordinal	1
			a. Komposisi pada makanan dan minuman terasa pas tidak ada yang rasa yang dominan		2
			b. Memiliki cita rasa yang khas berbeda dengan tempat lain		3
			c. Memiliki cita rasa yang sesuai dengan selera		

	semakin tinggi pula kepuasan pelanggannya. (Kotler & Keller, 2009)				
		2. <i>Consistency</i> (kemantapan/ketetapan)	2. <i>Consistency</i> (kemantapan/ketetapan) a. Selalu konsisten terhadap rasa pada menu yang disajikan b. Selalu konsisten terhadap tampilan pada menu yang disajikan c. Selalu konsisten terhadap cara penyajian menu yang disajikan	Ordinal	4 5 6
		3. <i>Texture/Farm /Shape</i> (susunan/bentuk/potongan)	3. <i>Texture/Farm /Shape</i> (susunan/bentuk/potongan) a. Memiliki	Ordinal	

			susunan yang menarik dalam penyajian produk makanan		7
			b. Memiliki bentuk hidangan yang berbeda pada makanan yang disajikan		8
			c. Memiliki potongan yang pas (tidak terlalu besar atau tidak terlalu kecil) pada makanan yang disajikan		9
		4. <i>Nutritional Content</i> (kandungan gizi)	4. <i>Nutritional Content</i> (kandungan gizi) a. Menyediakan menu yang sesuai dengan standar pedoman kandungan gizi b. Menyajikan makanan dan minuman yang	Ordinal	10 11

			higienis dalam pengolahan dan pembuatan		12
			c. Menyajikan menu makanan dan minuman yang <i>fresh</i> (dibuat saat itu juga)		
		5. <i>Visual Appeal</i> (Daya penarik lewat ketajaman mata)	5. <i>Visual Appeal</i> (Daya penarik lewat ketajaman mata)	Ordinal	13
			a. Mengutamakan kebersihan pada wadah makanan dan minuman yang akan disajikan		14
			b. Menggunakan <i>plating</i> yang menarik pada setiap produk		15
			c. Memberikan kombinasi warna yang menarik pada setiap makanan		

			dan minuman yang disajikan.		
		6. <i>Aromatic Appeal</i> (Daya penarik lewat aroma)	6. <i>Aromatic Appeal</i> (Daya penarik lewat aroma) a. Memberikan makanan dengan menu yang sesuai dengan bahan yang terdapat di dalam menu b. Memberikan makanan dengan komposisi aroma yang pas (tidak berlebihan atau tidak kekurangan) sehingga menggugah selera konsumen	Ordinal	16 17
		7. <i>Temperature</i> (Suhu makanan)	7. <i>Temperature</i> (Suhu makanan) a. Memberikan makanan dan minuman	Ordinal	18

			dengan suhu yang sesuai dengan menu yang ditawarkan		19
			b. Memberikan makanan dan minuman dengan suhu yang tahan lama sesuai dengan suhu penyajian		
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan adalah penjumlahan dari karakteristik barang dan jasa, yang menunjukkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (baik yang jelas maupun yang tersembunyi). Bagi perusahaan	1. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik), fasilitas fisik, perlengkapan dan pegawai	<i>1. Tangibles</i> a. Kebersihan ruangan restoran b. Kerapihan karyawan c. Kelengkapan fasilitas d. Kemudahan tempat parkir	Ordinal	20 21 22 23

<p>yang bergerak di bidang industri jasa, agar perusahaan tersebut berhasil, mutlak diperlukan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. (Kotler & Keller, 2009)</p>	<p>2. <i>Reliability</i> (Keandalan), kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan</p>	<p>2. <i>Reliability</i></p> <p>a. Kecepatan karyawan memberikan pelayanan</p> <p>b. Produk yang dibuat sesuai dengan pesanan</p> <p>c. Nilai struk sesuai dengan pesanan</p> <p>d. Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan konsumen</p> <p>e. Kemampuan karyawan menyajikan makanan dengan baik</p>	<p>Ordinal</p>	24
				25
				26
				27
				28

		3. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap), suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cepat dan tepat	3. <i>Responsiveness</i> a. Respon karyawan terhadap keluhan konsumen b. Kecepatan menangani kebutuhan konsumen c. Karyawan membantu konsumen yang ragu terhadap pesanan	Ordinal	29 30 31
--	--	---	---	---------	------------------------

		4. <i>Assurance</i> (Kepastian), kesopanan yang dimiliki para pegawai, untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen.	4. <i>Assurance</i> a. Karyawan menguasai tentang produk yang dijual b. Kesopanan karyawan terhadap pelanggan c. Konsumen merasa aman saat melakukan proses transaksi	Ordinal	32 33 34
		5. <i>Emphaty</i> (Kepedulian), memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual.	5. <i>Empathy</i> a. Kemudahan melakukan pemesanan b. Kemudahan dalam memberikan saran dan keluhan c. Karyawan mampu memahami	Ordinal	35 36 37

			dengan baik keinginan konsumen		
Kepuasan konsumen (Y)	Setelah membandingkan kinerja atau hasil produk, kepuasan konsumen dengan produk yang diterima atau dipersepsikan harus memenuhi harapan konsumen. (Handoko, 2010a).	Kualitas Produk	Rasa pada produk makanan dan minuman sesuai dengan selera yang diinginkan konsumen	Ordinal	38
			Konsistensi pada produk sesuai dengan yang diharapkan konsumen		39
			Tekstur pada produk sesuai dengan yang diharapkan		40

			konsumen		
			Kandungan gizi pada produk sesuai dengan yang diharapkan konsumen		41
			Produk yang disajikan tampilannya menarik sesuai selera yang diinginkan konsumen		42
			Produk yang disajikan aromanya menarik sesuai selera yang diinginkan konsumen		43
			Suhu pada produk sesuai dengan keinginan konsumen		44
		Kualitas Pelayanan	a. Tingkat harapan ketetapan pelayanan yang		45

			diberikan		
			b. Tingkat harapan kesabaran karyawan melayani konsumen		46
			c. Tingkat harapan terhadap biaya yang dikeluarkan sesuai dengan produk yang didapatkan		47
			d. Tingkat kenyataan terhadap biaya yang dikeluarkan sesuai dengan produk yang didapatkan		48

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sudjana (2010) populasi adalah penjumlahan dari semua kemungkinan nilai, hitungan atau hasil pengukuran baik kuantitatif maupun kualitatif dari semua anggota kelompok yang lengkap dan jelas yang ingin mempelajari karakteristiknya.

Berdasarkan definisi populasi tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata jumlah kunjungan pelanggan per bulan di Armor Kopi Dago Pakar Bandung. Rata-rata jumlah pengunjung per bulan di Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung berjumlah 8.430 pengunjung terhitung dari bulan Januari 2021.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2009) sampel merupakan bagian dari ukuran dan karakteristik populasi. Untuk mendapatkan sampel reaktif dari populasi, setiap subjek dalam populasi berusaha memilih kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Karena keterbatasan peneliti, tidak semua populasi dapat dilacak oleh penulis selama pelaksanaan penelitian ini. Keterbatasan itu di antara lain:

1. Keterbatasan biaya
2. Keterbatasan waktu yang tersedia
3. Keterbatasan tenaga

Oleh karena itu, peneliti mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil itu mewakili yang lain yang tidak diteliti. (Sugiyono, 2009) mengemukakan bahwa jika populasinya besar maka tidak mungkin peneliti mempelajari semua yang ada dalam populasi tersebut.

Adapun perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin:

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

$$n = \frac{8430}{1 + 8430 \times (0,10)^2} = 98,827 = 100$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir.

Perhitungan kelonggaran ketidaktelitian pada rumus Slovin ini yaitu 10% atau sama dengan 0,1.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi lain dalam penelitian yang sedang berlangsung. Saat mengumpulkan data penelitian, peneliti mengumpulkan data dari berbagai data dan berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian. Peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner.

Tujuan utama penelitian adalah untuk mendapatkan data. Sugiyono (2013) mengemukakan bahwa data dibedakan menjadi dua data menurut sumbernya, yaitu data primer dan data sekunder. Peneliti menggunakan teknik berikut untuk mengumpulkan data:

1. Data primer.

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung saat penelitian. Untuk memperoleh data primer, peneliti melakukan :

a. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013) kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data dilakukan melalui sekumpulan pertanyaan atau jawaban tertulis kepada responden. Dalam penelitian ini kuesioner diberikan kepada konsumen Armor Kopi Dago Pakar Bandung untuk mengetahui kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Armor Kopi Dago Pakar Bandung. Kuesioner ini berbentuk *Google Form* yang berisi tentang pertanyaan pertanyaan

mengenai hal hal yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari berbagai pihak. Data sekunder dapat diambil jika adanya keterbatasan waktu penelitian sehingga tidak sempat atau tidak memungkinkan untuk mengambil data primer, biaya penelitian yang tinggi, dan sulitnya menemukan informasi atau responden. Peneliti melakukan penelitian pustaka (*library research*), seperti membaca buku yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, harga, produk, dan promosi, jurnal, artikel, dan situs internet yang berkaitan dengan harga, produk, dan promosi untuk mendapatkan landasan teoritis untuk memecahkan masalah penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu metode untuk mengolah data yang diperoleh dalam penelitian dan menguji hipotesis penelitian, dengan menggunakan teknik analisis data. Menurut analisis data penelitian Sugiyono (2013), tujuannya adalah untuk menjawab pertanyaan yang diajukan atau menguji hipotesis yang sudah diajukan. Kemudian meringkas variabel dalam penelitian ini ke dalam kuesioner untuk melihat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Kuisisioner yang telah disusun diharapkan dapat memberikan hasil tentang kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk. Setelah data ditransformasikan, dilakukan analisis verifikasi untuk menguji hipotesis. Adapun metode untuk melakukan teknik analisis data verifikasi adalah sebagai berikut

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai-nilai variabel bebas dan variabel terikat. (Nazir, 2013) percaya bahwa “metode deskriptif ini digunakan untuk menjawab pertanyaan secara independen tentang semua variabel penelitian”.

Sementara itu, Sugiyono (2015) menyatakan bahwa analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk melihat gambaran umum data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan secara umum. Analisis dilakukan dengan cara menghitung hasil skor pada kuesioner yang telah terisi. Rumus untuk mencari skor ideal adalah sebagai berikut :

- 1) Nilai Indeks Maksimum = skor tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden
- 2) Nilai Indeks Minimum = skor terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden
- 3) Jenjang variabel = Nilai indeks maksimum – Nilai indeks minimum
- 4) Jejak variabel = Jenjang variabel : Banyak kelas interval
- 5) Presentase Skor = (total skor : nilai maksimum) x 100%

Analisis deskriptif pada penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran mengenai :

- 1) Kualitas Produk di Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung
- 2) Kualitas Pelayanan di Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung
- 3) Kepuasan Konsumen di Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung

Hasil perhitungan data responden akan dikategorikan dalam kriteria penafsiran sebagai berikut :

Demi memperoleh makna yang bermanfaat terhadap pemecahan masalah, angket yang telah diisi oleh responden harus diolah, sehingga untuk keseragaman dan memudahkan dalam penafsiran data dan membuat kesimpulan (fakta). Terdapat beberapa golongan presentase (Rukajat, 2018).

Tabel 3. 2 Kriteria Penafsiran Perhitungan Responden

No.	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1.	0%	Tak seorangpun Responden
2.	1% - 24%	Sebagian Kecil Responden

3.	24% - 49%	Kurang dari setengah Responden
4.	50%	Setengah Responden
5.	51-74%	Lebih dari setengah Responden
6.	75% - 99%	Sebagian besar Responden
7.	100%	Seluruh Responden

Sumber: Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Rukajat, 2018)

2. Analisa Verifikatif

Sugiyono (2012) mengungkapkan metode verifikatif diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diisi oleh responden yang disusun dari variabel-variabel mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Metode yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui apakah sampel uji coba berasal dari populasi uji coba yang berdistribusi normal atau tidak. Menurut (Ghozali, 2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

4. Uji Multikolinearitas

Kusnendi (2017) menjelaskan bahwa uji multikolinearitas digunakan untuk menggambarkan kondisi variabel bebas atau variabel penyebab terhadap

hubungan yang sempurna. Sondari dkk. (2011) juga menjelaskan parameter uji multikolinieritas dipandang dari nilai VIF. Jika nilai VIF < 10,00 maka data yang dapat disimpulkan bebas dari gejala multikolinieritas.

5. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011) uji heteroskedastisitas merupakan suatu pengujian untuk melihat apakah terdapat perbedaan varian dalam model regresi dari residuan antara satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya. Dalam keperluan ini model regresi yang diterapkan yakni pengujian terhadap model regresi pada kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Kedua model regresi ini akan digunakan dalam menunjukkan bentuk model yang terjadi antara variabel bebas dan terikat.

6. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam perspektif Ghozali (2011) bertujuan untuk menguji bagaimana model regresi linier berfungsi, adakah korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode t-1. Pada penelitian ini akan menguji autokorelasi dengan menggunakan metode Durbin Watson atau disebut DW Test dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika $dU < DW < 4 - dU$, maka tidak terdapat autokorelasi

7. Uji Linearitas

Menurut Sugiyono (2015) uji linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan melalui test of linearity. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada linearity $\leq 0,05$, maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu instrumen untuk menunjukkan tingkat-tingkat

kevalidan atau kesahihan suatu penelitian. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya, instrumen yang kurang valid memiliki validitas rendah (Arikunto, 2010).

Syarat minimum untuk dianggap valid adalah $r_{hitung} > r_{tabel}$. Uji validitas instrumen dapat menggunakan rumus korelasi. Untuk mencari nilai korelasinya peneliti menggunakan rumus *Pearson Product Moment (Product Moment Correlation Analyst)*, dengan menggunakan rumus konsep yang diajukan Sugiyono (2013) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2\} \{n \sum y_1^2 - (\sum y_1)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi pearson product moment

n = Banyaknya sampel

$\sum x$ = Jumlah nilai variabel x

$\sum y$ = Jumlah nilai variabel y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat variabel x

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat variabel y

Dengan memakai nilai signifikan $\alpha = 0,05$ koefisien korelasi yang didapat dari hasil perhitungan dibandingkan dengan nilai dari tabel korelasi nilai r dengan derajat kebebasan dengan n menyatakan jumlah banyak responden. Jika $r_{hitung} > r_{0.05}$ dikatakan valid, sebaliknya jika $r_{hitung} \leq r_{0.05}$ dikatakan tidak valid. Perhitungan uji validitas instrumen angket dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi Product Moment. Data yang dianalisis diperoleh dari hasil uji instrumen angket keterampilan membuka dan menutup pembelajaran yang terdiri dari 28 butir pernyataan. Setelah data diperoleh, dilakukan pengujian validitas yang dihitung secara manual dengan bantuan Microsoft Excel.

Ketentuan validasi instrumen diukur berdasarkan kriteria validitas menurut Riduwan (2012: 98) yang menyatakan jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, instrumen dinyatakan valid, tetapi jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, instrumen dinyatakan tidak valid. Diketahui bahwa

r_{tabel} menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dengan $n = 30$, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Untuk mempermudah menguji validitas tiap-tiap butir soal pada instrumen angket, peneliti menggunakan bantuan SPSS *software* 25.0

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas

No.	Pertanyaan	R_{hitung}	X	R_{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk					
1.	Komposisi pada produk makanan dan minuman di Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung terasa pas sehingga tidak ada satu rasa yang dominan bahkan merusak kenikmatan (manis, asin, asam, pahit).	0,771	>	0,361	Valid
2.	Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung memiliki cita rasa produk yang unik dan berbeda dengan makanan dan minuman sejenis di Cafe lain.	0,713	>	0,361	Valid
3.	Armor Kopi Dago Pakar Kota	0,784	>	0,361	Valid

	Bandung memiliki cita rasa produk yang enak/sesuai selera pada setiap produk yang dihidangkan.				
4.	Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung selalu konsisten terhadap rasa pada menu yang disajikan.	0,608	>	0,361	Valid
5.	Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung selalu konsisten terhadap tampilan menu yang disajikan.	0,692	>	0,361	Valid
6.	Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung selalu konsisten terhadap cara penyajian menu yang disajikan.	0,677	>	0,361	Valid
7.	Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung memiliki susunan yang menarik dalam penyajian produk	0,753	>	0,361	Valid

	makanan.				
8.	Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung memiliki bentuk hidangan yang berbeda pada makanan yang disajikan	0,701	>	0,361	Valid
9.	Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung memiliki potongan (tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil) yang pas pada makanan yang disajikan.	0,804	>	0,361	Valid
10.	Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung menyediakan menu yang sesuai dengan standar pedoman kandungan gizi.	0,822	>	0,361	Valid
11.	Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung menyajikan makanan dan minuman yang higienes dalam	0,772	>	0,361	Valid

	pengolahan dan pembuatan.				
12.	Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung menyajikan menu makanan dan minuman yang fresh (dibuat saat itu juga)	0,502	>	0,361	Valid
13.	Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung mengutamakan kebersihan pada wadah makanan dan minuman yang akan disajikan	0,743	>	0,361	Valid
14.	Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung menggunakan plating yang menarik pada setiap makanan dan minuman.	0,732	>	0,361	Valid
15.	Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung memberikan kombinasi warna	0,775	>	0,361	Valid

	yang menarik pada setiap makanan dan minuman yang disajikan.				
16.	Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung memberikan makanan dengan aroma yang sesuai dengan bahan yang terdapat di dalam menu.	0,789	>	0,361	Valid
17.	Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung memberikan makanan dengan komposisi aroma yang pas (tidak berlebihan ataupun tidak kekurangan) sehingga menggugah selera konsumen sesuai.	0,784	>	0,361	Valid
18.	Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung memberikan makanan dan minuman dengan	0,684	>	0,361	Valid

	suhu yang sesuai dengan menu yang di tawarkan.				
19.	Armor Kopi Dago Pakar Bandung memberikan makanan dan minuman dengan suhu yang tahan lama sesuai dengan suhu penyajian.	0,825	>	0,361	Valid
No.	Pertanyaan	R_{hitung}	X	R_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan					
1.	Tingkat kebersihan ruangan	0,753	>	0,361	Valid
2.	Tingkat kelengkapan fasilitas yang ada	0,650	>	0,361	Valid
3.	Kemudahan tempat parkir	0,503	>	0,361	Valid
4.	Tingkat kerapihan karyawan	0,628	>	0,361	Valid
5.	Kecepatan karyawan memberikan pelayanan	0,645	>	0,361	Valid
6.	Produk yang dibuat sesuai dengan pesanan	0,485	>	0,361	Valid
7.	Nilai struk sesuai	0,728	>	0,361	Valid

	dengan yang dipesan				
8.	Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan konsumen	0,713	>	0,361	Valid
9.	Kemampuan karyawan menyajikan produk dengan baik	0,786	>	0,361	Valid
10.	Kecepatan karyawan menangani kebutuhan konsumen	0,403	>	0,361	Valid
11.	Respon karyawan terhadap keluhan konsumen	0,734	>	0,361	Valid
12.	Karyawan membantu konsumen yang ragu terhadap pesanan	0,709	>	0,361	Valid
13.	Karyawan menguasai tentang produk yang dijual	0,728	>	0,361	Valid
14.	Kesopanan karyawan terhadap konsumen	0,714	>	0,361	Valid
15.	Konsumen merasa	0,790	>	0,361	Valid

	aman saat melakukan proses transaksi				
16.	Kemudahan melakukan pesanan	0,818	>	0,361	Valid
17.	Kemudahan tempat tersebut dalam memberikan atau menerima saran dan masukan	0,782	>	0,361	Valid
18.	Karyawan mampu memahami dengan baik keinginan konsumen	0,812	>	0,361	Valid
No.	Pertanyaan	R_{hitung}	X	R_{tabel}	Keterangan
Kepuasan Konsumen					
1.	Rasa pada produk makanan dan minuman di Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung sesuai dengan selera yang diinginkan konsumen	0,819	>	0,361	Valid
2.	Konsistensi pada produk di Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung sesuai dengan yang	0,822	>	0,361	Valid

	diharapkan konsumen				
3.	Tekstur pada produk di Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung sesuai dengan yang diharapkan konsumen	0,763	>	0,361	Valid
4.	Kandungan gizi pada produk di Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung sesuai dengan yang diharapkan konsumen	0,705	>	0,361	Valid
5.	Produk di Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung disajikan dengan tampilan menarik sesuai selera yang diinginkan konsumen	0,840	>	0,361	Valid
6.	Produk di Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung disajikan dengan aroma yang menarik sesuai	0,798	>	0,361	Valid

	dengan selera yang diinginkan konsumen				
7.	Suhu pada produk di Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung sesuai dengan keinginan konsumen	0,825	>	0,361	Valid
8.	Tingkat harapan terhadap ketetapan pelayanan yang diberikan	0,751	>	0,361	Valid
9.	Tingkat harapan terhadap kesabaran karyawan melayani konsumen	0,750	>	0,361	Valid
10.	Tingkat harapan terhadap biaya yang dikeluarkan sesuai dengan jasa dan produk yang didapatkan	0,751	>	0,361	Valid
11.	Tingkat kenyataan terhadap biaya yang dikeluarkan sesuai dengan jasa dan produk yang didapatkan	0,866	>	0,361	Valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Merupakan ukuran konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan yang merupakan dimensi dari variabel yang disusun dalam kuesioner. Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Alpha cronbach adalah rumus matematis yang digunakan untuk menguji tingkat reliabilitas ukuran. *Cornbach Alpha* (α) dengan menggunakan software IBM SPSS *Statisticts* versi 25.0 *for windows*. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *cornbach's alpha* lebih besar dari 5% atau 0,361 yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

$$A = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1) \cdot r}$$

Keterangan:

A= Koefisien reliabilitas

k = Jumlah item reliabilitas

r = Rata-rata korelasi antar item

1 = Bilangan konstanta

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r_{xy}	$r_{\text{tabel } 5\%}$	Keterangan
X1	0,764	0,361	Reliabel
X2	0,760	0,361	Reliabel
Y	0,778	0,361	Reliabel

3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi berganda adalah model regresi atau prediksi yang melibatkan beberapa variabel independen atau variabel prediktor. Analisis Regresi Linear

Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat.

Adapun persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Y = variabel terikat

a = konstanta

b₁, b₂ = koefisien regresi

X₁, X₂ = variabel bebas

Keadaan-keadaan bila koefisien-koefisien regresi, yaitu b₁ dan b₂ mempunyai nilai :

1. Nilai=0. Dalam hal ini variabel Y tidak dipengaruhi oleh X₁ dan X₂
2. Nilainya negative. Disini terjadi hubungan dengan arah terbalik antara variabel tak bebas Y dengan variabel-variabel X₁ dan X₂
3. Nilainya positif. Disini terjadi hubungan yang searah antara variabel tak bebas Y dengan variabel bebas X₁ dan X₂

3.9 Uji Hipotesis

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

3.9.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah respon sementara terhadap perumusan masalah, yang meminta hubungan antara dua variabel atau lebih. Desain tes hipotesis digunakan untuk menentukan korelasi dari dua variabel yang diteliti (Sugiyono, 2018). Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti

Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah:

1. Menentukan hipotesis statistik Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berhubungan dengan ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel

bebas atau independen yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel tidak bebas atau dependen yaitu kepuasan konsumen. Apabila hipotesis penelitian tersebut dinyatakan ke dalam hipotesis statistik adalah:

a. Hipotesis pertama $H_0 : \beta_2 = 0$, Menunjukkan variabel X1 (kualitas produk) tidak berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen). $H_a : \beta_2 \neq 0$, Menunjukkan variabel X1 (kualitas produk) berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen).

b. Hipotesis kedua $H_0 : \beta_2 = 0$, Menunjukkan variabel X2 (kualitas pelayanan) tidak berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen). $H_a : \beta_2 \neq 0$, Menunjukkan variabel X2 (kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen).

2. Menentukan tingkat signifikan yaitu sebesar $\alpha = 0,05$.

3. Mencari t hitung 2 pihak dengan menggunakan program SPSS pada komputer dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Sumber: (Sugiyono, 2012)

Keterangan:

t = nilai uji t

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel yang diobservasi

4. Mengambil Kesimpulan

- H_0 diterima jika nilai hitung statistik uji t berada di daerah penerimaan H_0 , dimana $t_{hitung} - t_{tabel} < - t_{hitung}$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$.

- H_0 ditolak jika nilai hitung statistik uji t berada di daerah penolakan H_0 , dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $- t_{hitung} < - t_{tabel}$.

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F berfungsi untuk menguji hipotesis pada seluruh variabel dalam penelitian. Pengujian hipotesis secara keseluruhan dilakukan dengan cara menggabungkan penghitungan variabel bebas terhadap variabel terikat untuk kemudian diketahui seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan (Kusnendi, 2017). Adapun langkah-langkah menghitung uji F ialah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

$$H_1 : \text{minimal ada sebuah } b \neq 0$$

$$F = \frac{RJK_{reg}}{RJK_{res}}$$

(Kusnendi, 2017)

3.9.3 Koefisien Determinasi

Tujuan dari uji koefisien determinasi ialah untuk mengetahui persentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun perhitungannya adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD : Nilai koefisien determinan

r^2 : Nilai koefisien korelasi