

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau (*independent variable*) yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan bauran promosi (X_2). Kemudian variabel terikat (*dependent variable*) adalah loyalitas konsumen (Y) di restoran D'cost seafood yang terletak di Jl. Sukajadi No. 197 Bandung. Jawa Barat – Indonesia.

Telp : (022) 204 4200 ; Fax : (022) 203 1856

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Jenis penelitian ini adalah *Penelitian Deskriptif dan Verifikatif*, karena jenis penelitian ini merupakan suatu metode status sekelompok manusia atau objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Moh. Nazir, 2005: 54). Sedangkan penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel.

Karena sifat penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan, maka metode penelitian yang digunakan

adalah metode *eksplanatory survey* yaitu metode survey untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

Menurut David Kline dalam Sugiyono (2008:5),

Metode survey pada umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam. Walaupun metode survei ini tidak memerlukan kelompok kontrol seperti halnya pada metode eksperimen, namun generalisasi yang dilakukan biasanya lebih akurat bila digunakan sampel yang representatif.

Sugiyono berpendapat bahwa “*Metode penelitian adalah pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu*”. (Sugiyono, 2008:2). Menurut Suharsimi Arikunto (2006:160), metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu tertentu, maka metode penelitian yang digunakan adalah *Cross sectional method*. *Cross sectional method* adalah kegiatan riset yang dilakukan pada suatu saat tertentu. Jadi fakta yang dapat digambarkan merupakan kegiatan pada saat tertentu. Selanjutnya berdasarkan fakta tersebut dilakukan pengumpulan mengenai masalah-masalah penelitian yang ingin dibuktikan atau dicari hubungannya (Freddy Rangkuti 2003:20).

Dengan demikian penulis dapat menggambarkan dan menjelaskan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan bauran Promosi terhadap Loyalitas Konsumen Restoran D’cost Seafood Bandung.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi dua variabel independent yaitu kualitas pelayanan sebagai X_1 dan bauran promosi sebagai X_2 , sedangkan loyalitas konsumen sebagai variabel dependent (Y). Variabel-variabel tersebut digambarkan lebih jelas dalam tabel berikut:

Tabel 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

| Variabel | Konsep variabel | Indicator | Ukuran | Skala | No. Item |
|--|--|---------------------------------|--|--|----------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Kualitas Pelayanan (X_1) | Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan". (Tjiptono: 2000) | Tangibles Bukti fisik | • Tingkat fasilitas restoran (tempat makan, wc, tempat parkir) | Ordinal | I |
| | | | • Tingkat kondisi peralatan makan restoran | Ordinal | II |
| | | | • Tingkat penampilan pegawai restoran | Ordinal | III |
| | | Reliability Keandalan | • Tingkat ketepatan pelayanan | Ordinal | IV |
| | | | • Tingkat keakuratan pelayanan | Ordinal | V |
| | | | • Tingkat kemudahan proses pembayaran | Ordinal | VI |
| | | | Responsivess Daya Tanggap | • Tingkat kesiapan pegawai restoran menanggapi keluhan | Ordinal |
| • Tingkat kesiapan pegawai | Ordinal | | | | |

| | | | | | |
|---|---|-----------------------------|---|--------------|-----------------|
| | | | restoran memberikan bantuan | | VIII |
| | | | • Tingkat kecepatan pelayanan | Ordinal | IX |
| | | <i>Assurance</i> Jaminan | • Tingkat keterampilan pegawai restoran | Ordinal | X |
| | | | • Tingkat sikap pegawai restoran | Ordinal | XI |
| | | | • Tingkat pengetahuan menu pegawai restoran | Ordinal | XII |
| | | <i>Emphaty</i> Empati | • Tingkat kepedulian pegawai restoran kepada konsumen | Ordinal | XIII |
| | | | • Tingkat kepahaman pegawai restoran terhadap kebutuhan pelanggan | Ordinal | XIV |
| Variabel | Konsep variabel | Indicator | Ukuran | Skala | No. Item |
| Bauran promosi ((X₂)) | Bauran promosi adalah kombinasi dari alat-alat (periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas) untuk mempromosikan | Advertising | • Tingkat frekuensi konsumen melihat/mendengar iklan restoran | Ordinal | XV |
| | | | • Tingkat ketetapan media advertising yang digunakan restoran | Ordinal | XVI |
| | | | • Tingkat daya tarik media | | |

| | | | | |
|---|---|--|---------|-------|
| sebuah produk. Griffin dan Ebert dalam Resa Nurlaela Anwar (2007:18) | <p>Sales promotion</p> <p>Public relation</p> <p>Personal selling</p> <p>Direct marketing</p> | advertising yang digunakan restoran | Ordinal | XVII |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat produk sampel gratis yang diberikan restoran | Ordinal | XVIII |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian diskon yang diberikan restoran | Ordinal | XIX |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat tanggapan konsumen mengenai terbitan yang dilakukan restoran | Ordinal | XX |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat tanggapan konsumen mengenai media identitas yang digunakan restoran | Ordinal | XXI |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Frekuensi konsumen melihat / mendengar bahwa restoran D'cost adalah sponsor dari suatu acara | Ordinal | XXII |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat frekuensi melakukan komunikasi langsung secara tatap muka dengan salesman. | Ordinal | XXIII |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kejelasan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen | Ordinal | XXIV |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik | | XXV |

| | | | | | |
|-------------------------------|--|---|--|---------|--------|
| | | | <p>penawaran melalui internet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik penawaran melalui telephone | Ordinal | XXVI |
| Loyalitas Konsumen (Y) | Pembelian rutin konsumen yang didasarkan pada unit pengambilan keputusan. (Griffin, 2002:04) | Melakukan pembelian ulang secara teratur | <ul style="list-style-type: none"> • melakukan pembelian ulang secara teratur karena pelayanan yang baik • melakukan pembelian ulang secara teratur karena promosi yang baik • melakukan pembelian ulang secara teratur karena promosi dan pelayanan yang baik | Ordinal | XXVII |
| | | | | Ordinal | XXVIII |
| | | | | Ordinal | XXIX |
| | | Merefransikan D'cost seafood kepada orang lain | <ul style="list-style-type: none"> • memberitahukan restoran kepada orang lain karena pelayanan yang baik • memberitahukan restoran kepada orang lain karena promosi yang baik • memberitahukan restoran kepada orang lain karena promosi dan pelayanan yang baik | Ordinal | XXX |
| | | | | Ordinal | XXXI |
| | | Menunjukkan kekebalan terhadap tawaran pesaing | <ul style="list-style-type: none"> • Lebih sering tertarik oleh promosi dan layanan terhadap tawaran pesaing | Ordinal | XXXII |
| | | | | Ordinal | XXXIII |

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini, penulis menggunakan data primer dan sekunder adapun yang dimaksud dengan kedua data tersebut adalah :

a. Data Primer

Data primer pada penelitian ini penulis langsung mengambil data dengan cara penyebaran kuisioner yang diisi oleh para responden yaitu pengunjung restoran D'cost seafood Bandung.

b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah data yang tersedia dari bahan *literature*, majalah, dan media internet yang berkaitan dengan Restoran D'cost seafood, mengenai kualitas pelayanan, bauran promosi dan loyalitas konsumen.

Berikut ini tabel 3.2 yang merupakan jenis dan sumber data pada penelitian skripsi.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

| NO | JENIS DATA | SUMBER DATA | KATEGORI DATA |
|----|---|--|---------------|
| 1 | Jumlah bisnis restoran, rumah makan dan kafe di Kota / Kabupaten Bandung | DISBUDPAR Kota Bandung dan 2007 DIPARDA | Data Sekunder |
| 2 | Jumlah pengunjung Restoran D'cost seafood Bandung pada bulan Oktober 2008 -September 2009 | Management Restoran D'cost seafood Bandung | Data Sekunder |

| | | | |
|---|---|--|---------------|
| 3 | Profil Restoran D'cost seafood Bandung | Management Restoran D'cost seafood Bandung | Data Sekunder |
| 4 | Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Restoran D'cost | Konsumen D'cost seafood (kuesioner) | Data Primer |
| 5 | Tanggapan Konsumen Terhadap bauran promosi Restoran D'cost seafood Bandung | Konsumen D'cost seafood (kuesioner) | Data Primer |
| 6 | Tanggapan Konsumen Terhadap Loyalitas konsumen Restoran D'cost seafood Bandung | Konsumen D'cost seafood (kuesioner) | Data Primer |
| 7 | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas konsumen restoran D'cost seafood Bandung | Konsumen D'cost seafood (kuesioner) | Data Primer |
| 8 | Pengaruh Bauran promosi Terhadap Loyalitas konsumen restoran D'cost seafood Bandung | Konsumen D'cost seafood (kuesioner) | Data Primer |

Sumber : Berdasarkan hasil pengolahan data

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono dalam bukunya “Statistika Untuk Penelitian” menyatakan bahwa: “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulan”.(2008;61).

Populasi merupakan sekumpulan, unsur/unit yang merupakan objek penelitian. Populasi adalah banyaknya subyek yang diselidiki baik manusia, gejala benda-benda, atau peristiwa-peristiwa (Winarno Surakhmad, 1998:93). Populasi adalah suatu

kumpulan menyeluruh dari suatu obyek yang merupakan perhatian peneliti (Kountur, 2005:137).

Berdasarkan pengertian tersebut yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Restoran D'cost seafood Bandung.

TABEL 3.3
Jumlah pengunjung Restoran D'cost periode Oktober 2008 – September 2009

| Periode | Jumlah pengunjung |
|--|--------------------------|
| Triwulan I Oktober 08 – Desember 09 | 43.650 orang |
| Triwulan II Januari 09 – Maret 09 | 47.250 orang |
| Triwulan III April 09 – juni 09 | 44.370 orang |
| Triwulan IV Juli 09 – September 09 | 38.070 orang |
| Total Jumlah pengunjung pada periode Oktober – September 2009 | 173.340 |
| Jumlah rata-rata per bulan | 14.445 |
| Jumlah rata-rata per minggu | 3612 |

3.2.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono dalam bukunya “Statistika Untuk Penelitian” menyatakan bahwa: “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”.(2007:62)

Jadi berdasarkan pada data dari Restoran D'cost Seafood Bandung populasi restoran per minggu sebanyak 3612 orang, maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2002:141):

rumus:

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

$$n = \frac{3612}{1+2961(10\%^2)}$$

$$n = \frac{3612}{1+3612(0.1^2)}$$

$$n = \frac{3612}{1+3612(0,01)}$$

$$n = \frac{3612}{1+36,12} = 97,3 \approx 98$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = keyakinan/ kesalahan yang ditolelir

1 = Konstanta

Jadi, sampel minimal yang diambil pada penelitian ini adalah sebanyak 98 orang pengunjung yang melakukan transaksi pembelian. Menurut Winarno Surakmad (1998:100). “Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”. Agar sampel yang digunakan representatif maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan *sample* yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan. Sugiyono (2007:73) mengemukakan bahwa “teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel”. Dalam penelitian ini konsumen yang akan dijadikan sampel bersifat homogen dan belum tersedia kerangka samplingnya, maka teknik sampling penelitian ini menggunakan *Systematic Random Sampling*. (Harun Al Rasyid, (1994:66), *Systematic Random Sampling* memiliki kelebihan yaitu bisa dilakukan sekalipun tidak ada kerangka sampling.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik *Systematic Random Sampling* ini adalah :

1. Menentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah konsumen yang melakukan transaksi pembelian di Restoran D'cost seafood Bandung.
2. Menentukan tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah *counter* restoran D'cost seafood Bandung.
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu konkrit yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 15.00 – 20.00 WIB (rentang waktu kepadatan pengunjung).
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *checkpoint*. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama, atas dasar kepadatan pengunjung.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

- **Observasi Lapangan** : Teknik ini dimaksudkan untuk mendapatkan data primer dengan cara melakukan pengamatan dari sumber data (responden) secara langsung di lapangan.
- **Wawancara** : adalah kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara melakukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian. Teknik wawancara dilakukan dengan maksud untuk mendapat informasi langsung dari responden. Responden yang dimaksud yaitu Konsumen yang datang dan pihak manajemen restoran yang bersangkutan.
- **Angket (Kuesioner)** : Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden, Pertanyaan pada angket berpedoman pada indikator-indikator variabel, pengerjaannya dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang sedang diteliti, Setelah diisi oleh responden, pertanyaan tersebut dikumpulkan dan dikaji untuk menjadi sebuah data yang *riil*.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variable yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil

penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 17 for window. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 17 for window sebagai berikut :

1. Masukkan data variabel x dan y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view
2. Kembali ke data view, lalu klik analyze pada toolbar pilih *reliability analyze*
3. Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik alpha ok
4. Akan dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel

Setelah instrument dikatakan valid dan reliabel maka instrument tersebut dapat dipakai untuk mengumpulkan data.

3.2.6.1 Uji validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah memiliki validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2002:145).

Menurut Supardi (2005 : 155) “validitas merupakan tingkat dimana suatu alat pengukur mengukur apa yang seharusnya diukur”. Suatu angket dikatakan valid jika pertanyaan dalam suatu angket mampu mengungkap sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi masing-masing pernyataan dengan skor total dengan rumus *korelasi product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}} \quad \text{Rosady Ruslan, (2006:187)}$$

Dimana :

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

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika nilai r_{hitung} lebih besar atau sama dengan (\geq) nilai r_{tabel} , maka item instrument dinyatakan valid
- b. Jika nilai r_{hitung} lebih kecil ($<$) dari nilai r_{tabel} , maka item instrument dinyatakan tidak valid

Tabel 3.4

Hasil Pengujian Validitas Instrumen

| No. | Item Pertanyaan | Nilai r Hitung | Nilai r Tabel | Ket |
|---------------------------|---|----------------|---------------|-------|
| KUALITAS PELAYANAN | | | | |
| 1. | Fasilitas tempat makan, tempat parkir, toilet | 6,108 | 1,984 | valid |
| 2. | Kondisi peralatan makan | 5,637 | 1,984 | valid |
| 3. | Penampilan pegawai restoran D'cost | 10,163 | 1,984 | valid |
| 4. | Pegawai restoran D'cost melayani pesanan tamu dengan cepat | 9,955 | 1,984 | valid |
| 5. | Makanan yang datang sesuai dengan pesanan | 8,202 | 1,984 | valid |
| 6. | Mudahnya pembayaran dengan <i>debit</i> atau <i>credit card</i> | 6,795 | 1,984 | valid |
| 7. | Kesiapan Pegawai Menanggapi Keluhan Pelanggan | 4,359 | 1,984 | valid |
| 8. | Pegawai restoran D'cost selalu siap membantu tamu | 5,639 | 1,984 | valid |
| 9. | Pegawai restoran D'cost cepat dan tanggap dalam memberikan bantuan | 12,805 | 1,984 | valid |
| 10. | Pegawai restoran D'cost terlihat terampil dalam melayani pesanan | 9,072 | 1,984 | valid |
| 11. | Pegawai bersikap sopan dalam melayani pesanan | 2,839 | 1,984 | valid |
| 12. | Pegawai restoran D'cost menguasai atau dapat menjelaskan menu makanan dan minuman. | 10,439 | 1,984 | valid |
| 13. | Pegawai restoran D'cost memiliki kepedulian yang tinggi dalam membantu konsumen | 6,478 | 1,984 | valid |
| 14. | Pegawai restoran D'cost memahami sekali kebutuhan konsumen | 2,045 | 1,984 | valid |
| BAURAN PROMOSI | | | | |
| 15. | Frekuensi seringnya anda melihat / mendengar iklan Restoran D'cost dari TV | 7,363 | 1,984 | valid |
| 16. | Frekuensi seringnya anda melihat / mendengar iklan Restoran D'cost dari radio | 2,549 | 1,984 | valid |
| 17. | Frekuensi seringnya anda melihat / mendengar iklan Restoran D'cost dari Koran/majalah | 2,784 | 1,984 | valid |
| 18. | Frekuensi seringnya anda melihat / mendengar iklan Restoran D'cost dari billboard, spanduk/brosur | 9,929 | 1,984 | valid |
| 19. | Ketepatan media Advertising yang digunakan melalui TV | 4,499 | 1,984 | valid |
| 20. | Ketepatan media Advertising yang digunakan melalui radio | 4,715 | 1,984 | valid |
| 21. | Ketepatan media Advertising yang digunakan melalui Koran/majalah | 6,020 | 1,984 | valid |
| 22. | Ketepatan media Advertising yang digunakan melalui billboard,spanduk/brosur | 11,063 | 1,984 | valid |

| | | | | |
|---------------------------|---|--------|-------|-------|
| 23. | Daya tarik media advertising yang digunakan Restoran D'cost dari TV | 8,034 | 1,984 | valid |
| 24. | Daya tarik media advertising yang digunakan Restoran D'cost dari radio | 6,261 | 1,984 | valid |
| 25. | Daya tarik media advertising yang digunakan Restoran D'cost dari Koran/majalah | 7,477 | 1,984 | valid |
| 26. | Daya tarik media advertising yang digunakan Restoran D'cost dari billboard, spanduk/brosur | 6,960 | 1,984 | valid |
| 27. | Produk sampel gratis yang diberikan restoran | 2,450 | 1,984 | valid |
| 28. | Diskon yang diberikan restoran D'cost | 2,603 | 1,984 | valid |
| 29. | Tanggapan anda mengenai terbitan yang dilakukan restoran D'cost dari pesan yang disampaikan pada brosur | 4,155 | 1,984 | valid |
| 30. | Tanggapan anda mengenai terbitan yang dilakukan restoran D'cost dari design pada brosur | 3,692 | 1,984 | valid |
| 31. | Tanggapan anda mengenai terbitan yang dilakukan restoran D'cost dari gambar pada brosur | 4,271 | 1,984 | valid |
| 32. | Tanggapan anda mengenai terbitan yang dilakukan restoran D'cost Warna pada brosur | 6,043 | 1,984 | valid |
| 33. | Tanggapan anda mengenai Media identitas yang digunakan restoran D'cost dari design & warna pada logo | 4,351 | 1,984 | valid |
| 34. | Tanggapan anda mengenai Media identitas yang digunakan restoran D'cost dari semboyan yang digunakan Restoran | 4,855 | 1,984 | valid |
| 35. | Tanggapan anda mengenai Media identitas yang digunakan restoran D'cost dari design & warna seragam | 4,122 | 1,984 | valid |
| 36. | Frekuensi seringnya anda melihat / mendengar bahwa restoran D'cost adalah sponsor dari suatu acara yang memberikan dana sponsor | 4,666 | 1,984 | valid |
| 37. | Frekuensi seringnya anda melihat / mendengar bahwa restoran D'cost sering mengikuti suatu program acara | 4,629 | 1,984 | valid |
| 38. | Frekuensi melakukan komunikasi langsung secara tatap muka | 4,467 | 1,984 | valid |
| 39. | kejelasan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen | 5,897 | 1,984 | valid |
| 40. | Daya tarik penawaran melalui internet | 4,289 | 1,984 | valid |
| LOYALITAS KONSUMEN | | | | |
| 41. | Anda melakukan pembelian ulang secara teratur karena pelayanan yang baik | 5,673 | 1,984 | valid |
| 42. | Anda melakukan pembelian ulang secara teratur karena promosi yang baik | 7,961 | 1,984 | valid |
| 43. | Anda melakukan pembelian ulang secara teratur karena pelayanan dan promosi yang baik | 8,293 | 1,984 | valid |
| 44. | Anda lebih sering tertarik oleh layanan dan promosi terhadap tawaran pesaing | 12,469 | 1,984 | valid |
| 45. | Anda memberitahukan Restoran D'cost kepada orang lain karena pelayanan yang baik | 8,913 | 1,984 | valid |
| 46. | Anda memberitahukan restoran D'cost kepada orang lain karena promosi yang baik | 9,904 | 1,984 | valid |
| 47. | Anda memberitahukan restoran D'cost kepada orang lain karena pelayanan dan promosi yang baik | 8,933 | 1,984 | valid |

3.2.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan, yang dimaksud reliabilitas adalah menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2002). Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor 1-5 menggunakan rumus *cronbach alpha*.

Koefisien Alpha Cronbach ($C\alpha$) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrument penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien alpha cronbach lebih besar atau sama dengan 0.70 (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998: 88). Rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas, yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \cdot \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (\text{Husein Umar, 2002:146})$$

Dimana :

r_{11} = Reliabilitas instrument/ koefisien alfa

k = Banyaknya butir soal

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

σ_t^2 = Varian total

Untuk mencari varians tiap butir digunakan rumus:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} \quad (\text{Husein Umar 2002:147})$$

Dimana :

σ_t^2 = Varian total

$\sum X$ = Jumlah skor

N = Jumlah responden

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika koefisien alpha (r_{hitung}) > 0,70, maka item tersebut reliabel.
- b. Jika koefisien alpha (r_{hitung}) < 0,70, maka item tersebut tidak reliabel.

Tabel 3.5

Hasil Pengujian Reliabilitas

| No | VARIABEL | NILAI r HITUNG | NILAI r TABEL | Keterangan |
|----|------------------------------|----------------|---------------|------------|
| 1 | Kualitas Pelayanan (X_1) | 0,824 | 0,70 | Reliabel |
| 2 | Bauran Promosi (X_2) | 0,846 | 0,70 | Reliabel |
| 3 | Loyalitas Konsumen (Y) | 0,782 | 0,70 | Reliabel |

3.2.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.2.7.1 Teknik Analisi Data

Jenis data yang akan terkumpul dalam penelitian ini adalah data interval. Sejalan dengan tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan bauran promosi terhadap loyalitas konsumen di Restoran D'cost

seafood Bandung, maka penelitian ini menggunakan Teknik analisis regresi linier berganda, yaitu :

- a. Menentukan hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X_1, X_2) dengan rumus yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad \text{Sugiyono (2007: 275)}$$

Dimana :

- Y = Loyalitas Konsumen
- a = konstanta
- b_1, b_2 = koefisien regresi
- X_1 = Kualitas pelayanan
- X_2 = Bauran promosi
- e = variabel pengganggu

Regresi linier berganda dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$, untuk menghitung nilai a, b_1, b_2 dapat menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$\sum Y = an + b_1 \sum X_1 + \sum X_2$$

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2 \quad \text{Sugiyono (2007: 278)}$$

- b. Setelah nilai a, b_1, b_2 diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menghitung korelasi ganda masing- masing variable independen dengan variable dependen dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Sugiyono (2007: 228)

Dimana :

r_{xy} = Korelasi antar variable X dengan Y

X = $(x_i - \bar{x})$

Y = $(y_i - \bar{y})$

Menurut Sugiyono (2007: 231) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 3.6

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

| Koefisien Kolerasi | Klasifikasi |
|--------------------|---------------|
| 0, 00 – 0, 199 | Sangat Rendah |
| 0, 20 – 0, 399 | Rendah |
| 0, 40 – 0, 599 | Sedang |
| 0, 60 – 0, 799 | Kuat |
| 0, 80 – 1, 000 | Sangat Kuat |

Sumber : Sugiyono (2007: 231)

3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

a) Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel X secara individu mampu menjelaskan variabel Y.

Untuk uji hipotesis, dilakukan uji t statistik dengan rumus :

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

Sugiyono (2007: 230)

Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} dengan tingkat kesalahan yang digunakan peneliti adalah 5% atau 0,05 pada tingkat kepercayaan 95% .

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat
- Sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat,

Kaidah pengambilan keputusan :

- Terima H_0 , jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
- Tolak H_0 , jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

b) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Hipotesis di uji juga dengan uji F_{hitung} dengan rumus :

$$F = \frac{R^2 / k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad \text{Sugiyono (2007: 235)}$$

Uji ini memiliki kriteria sebagai berikut:

- jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka secara bersama-sama variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat,
- sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka secara bersama- sama variabel bebas tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

Keterangan :

- 1) H_0 : tidak terdapat pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y
- 2) H_a : terdapat pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y

Dalam penelitian ini taraf kesalahan yang digunakan adalah 5% atau pada derajat kebenaran / tingkat kepercayaan 95%

c) Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (*coefficient of determination*) (r^2) adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variable bebas terhadap variable tak bebas, dengan asumsi :

$$0 \leq r^2 \leq 1$$

Koefisien determinasi

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

(Sugiyono, 2007:275)